

Universidad Nacional Autónoma de México

Escuela Nacional  
de Estudios Profesionales

Acatlán



Rediseño de la Revista Bicosas  
(Órgano de Comunicación Interna  
del Grupo de Empresas Bufete Industrial)

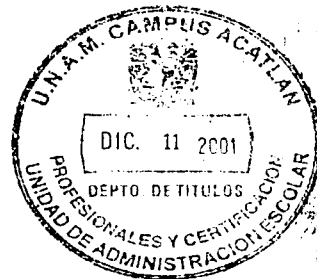
Tesis

que para obtener el Título de  
Licenciado en Diseño Gráfico

Presenta

Raquel Mendoza Acevedo

Asesor: D.G. Albino Ramírez Méndez



Enero de 2002

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



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

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

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

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

# PAGINACION DISCONTINUA

REDISEÑO DE LA REVISTA BICOSAS  
(ORGANO DE COMUNICACION INTERNA  
DEL GRUPO DE EMPRESAS BUFETE INDUSTRIAL)

A mis padres, mis hermanos, mi esposo y mis profesores.

REDISEÑO DE LA REVISTA BICOSAS  
(ORGANO DE COMUNICACION INTERNA  
DEL GRUPO DE EMPRESAS BUFETE INDUSTRIAL)

INDICE

Introducción.

I. Semblanza Evolutiva del Grupo Bufete Industrial.

*I.i. Antecedentes Históricos del Grupo Bufete Industrial.*

*I.i.a. Actividades, Evolución y Proyección.*

II. La Revista Bicosas.

*II.i. Antecedentes Históricos de la Revista.*

*II.ii. Características de la Edición Actual de la Revista.*

*II.ii.a. Características.*

*II.ii.b. Misión, visión y objetivos.*

III. Análisis y Estudio del Diseño Editorial de la Actual Revista y del Público Receptor.

*III.i. Composición General.*

*III.ii. Aspectos Tipográficos.*

*III.ii.a Estilo de los Textos*

*III.iii. Color*

*III.iv Las Ilustraciones como Apoyo al Recurso Tipográfico.*

*III.iv.a. Balance.*

*III.iv.b. Combinación de Ilustración y Texto.*

*III.v. Análisis del público.*

*III.vi. Resultados del Análisis.*

IV. Propuesta de Diseño.

*IV.i. Diseño y Disposición.*

*IV.i.a. Metodología.*

*IV.i.b. Formato.*

*IV.i.c. Color*

*IV.i.d. Distribución de los Elementos en el Plano Gráfico*

*IV.i.e. Reticulación y Disposición Tipográfica*

*IV.i.f. Relación de Imágenes y Texto*

Conclusiones.

Bibliografía.

# Introducción



## Introducción

En 1950 surge en México el Grupo Bufete Industrial, empresa dedicada a prestar servicios de ingeniería y construcción, ha tenido una importante participación en la instalación de plantas de energía eléctrica, aprovechamientos hidráulicos, sistemas de transporte público, desarrollos y construcción urbana.

El Grupo Bufete Industrial es una empresa que depende de un gran número de empleados para cumplir su cometido, por lo tanto, es necesario, en buena medida, crear un organismo de comunicación interna. Es entonces por eso, que hace catorce años se crea la Revista Bicosas, con el único objetivo de mantener una adecuada comunicación organizacional.

La Revista Bicosas interviene en el desarrollo interno de la empresa, ya que establece un lazo de comunicación entre los empleados y la mejora interno de ésta. Crea, además, una situación de igualdad al ser difundida en todos los niveles jerárquicos de la empresa. Por la importancia de la revista, su misión debe ser reforzada por el recurso gráfico, éste debe crear en el empleado interés por la compañía, siendo así la revista, un órgano de comunicación eficiente dentro del Grupo Bufete Industrial.

Como en cualquier proceso de comunicación, al emitir un estímulo, se crea por parte del receptor una respuesta, misma que puede ser la que el emisor espera.

Para que este objetivo se cumpla, es necesario tomar en cuenta diversos aspectos en torno al mensaje; como la adecuada elaboración del texto, reglas de puntuación o de expresión, imagen gráfica que, junto con el mensaje, obtenga de los receptores la respuesta deseada y acorde a los objetivos del emisor.

En este contexto se debe tener gran cuidado en torno al manejo de la imagen de la revista, porque refleja también la imagen de la empresa a la que pertenece y funge como un medio en el cual se pueden transmitir objetivos, las misiones, políticas e ideologías de la empresa entre sus miembros, para que de esta manera trabajen para un mismo fin, cultivando así la integración;

factor importante para el desarrollo de cualquier empresa de las dimensiones del Grupo Bufete Industrial.

Con el paso del tiempo, Bicosas ha evolucionado de acuerdo a diversos factores económicos, culturales, ideológicos, etc. La evolución más notable sucedió entre 1984 y 1993, desde el uso de una sola tinta, bitono, hasta selección de color, cambios temáticos, de presentación, en la calidad de diseño y del material del cual está hecha; pero esto permite, de todas maneras, más cambios partiendo de parámetros de diseño y llegar a cambios formales e incluso sociales.

Dado que Bicosas es uno de los medios de comunicación más importantes del Grupo, requiere ser uno de los objetos de mayor cuidado y atención, debido a que es un órgano de enlace interior en la empresa. Por tal motivo se considera un análisis de la misma y un rediseño en caso de que sea necesario.

De acuerdo a la importancia y con la finalidad de mejorar la presentación y diseño de Bicosas, esta tesis estará enfocada en la investigación de las actividades que el Grupo de Empresas Bufete Industrial desarrolla, sus antecedentes y planes futuros. Se estudiarán los antecedentes de la revista así como su evolución, situación actual, características y objetivos.

Para tal motivo se propone el siguiente trabajo: se investigarán las actividades del Grupo Bufete Industrial, antecedentes y planes a futuro. Posteriormente, se analizarán los antecedentes de la revista así como su evolución, situación actual, características y objetivos. Además de evaluar los aspectos de diseño editorial de la revista en sus diferentes épocas, características y objetivos.

Se evaluarán los aspectos de diseño editorial de la revista en su situación actual, la relación que tiene con sus lectores y su producción, entre otros.

Al final, se elaborará una propuesta de diseño basada en el análisis antes descrito y la metodología que resulte propicia para el logro de los objetivos que la empresa contempla en la revista.

# Capítulo I

Semblanza Evolutiva  
del Grupo Bufete Industrial

# Capítulo I.

## Semblanza Evolutiva del Grupo Bufete Industrial.

El Grupo de Empresas Bufete Industrial es creado hace más de 50 años, dedicado desde sus inicios en la construcción y posteriormente en áreas tales como la transformación, otros tipos de desarrollos y la prevención y la reingeniería, entr otros.

### I.i Antecedentes Históricos del Grupo Bufete Industrial.

El Grupo Bufete Industrial es una empresa mexicana dedicada a la ingeniería y la construcción en la planeación e implementación de nuevas empresas industriales; a la reconstrucción, modernización y ampliación de las ya existentes y la elaboración de obras de infraestructura, desarrollo urbano y edificación.

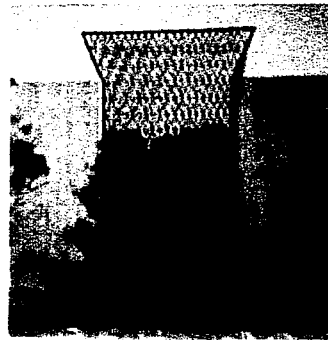
"Fundado en 1950, ha participado en la planeación, ingeniería y construcción del área productiva de los países en vías de desarrollo, como México y otros de América Latina".<sup>1</sup>

Su rápido crecimiento lo ha llevado a ser la organización más grande y completa de Latinoamérica en su género. Ha alcanzado 13,000 empleados, y de ellos, 3,000 representan el grupo profesional permanente.

1. Gacetilla Grupo Bufete Industrial, pág. 3

El Grupo participa en el desarrollo de proyectos nuevos, ampliaciones, modernizaciones de complejos industriales para firmas prestigiadas en el mundo, en las áreas de : "química, petrolera, petroquímica, azucarera, industria de la pulpa y papel, textil, alimentaria, minero-metalúrgica, siderúrgica, manufacturera, farmacéutica, y de proceso".<sup>2</sup> Además, ha participado de manera importante en la instalación de plantas de energía eléctrica, aprovechamientos hidráulicos, sistemas de transporte público y desarrollos y construcciones urbanas, entre otros.

En 1989, el Grupo se asoció con la empresa líder en Estados Unidos "The M.W. Kellogg Company", pionera en tecnología y proveedora de servicios de alta ingeniería, con quien sostuvieron una relación estrecha durante 25 años.



*Figura 1.*  
*Edificio principal del Grupo Bufete Industrial. Este edificio se encuentra en la colonia Del Valle de esta Ciudad de México.*

El Grupo se distingue porque presta todos los servicios necesarios para el desarrollo de proyectos completos, es decir, desde su concepción hasta la puesta en marcha, dentro de una sola organización y bajo única responsabilidad.

Ha participado en la realización de más de 1,000 proyectos en todos los sectores de desarrollo en México y de América Latina, el Caribe, España, Estados Unidos de Norteamérica y otros países.

## I.ii Actividades, Evolución y Proyección.

El Grupo Bufete Industrial instrumenta proyectos completos, industriales, de fuerza, infraestructura y desarrollo humano.

Participar en cualquier etapa de un proyecto o en el desarrollo total del mismo; incluso bajo la modalidad de llave en mano, es decir, entregar la obra funcionando perfectamente.

Los objetivos del Grupo son los siguientes:

*√Lograr los márgenes financieros adecuados en todos los productos y servicios que ofrece la institución a fin de que sean competitivos en el mercado y produzcan rentabilidad óptima.*

*√Mantener el liderazgo en proyectos industriales y de energía, así como promover el crecimiento y desarrollo de sus empresas de infraestructura, edificación, mantenimiento e ingeniería ambiental.*

*√Mantener e incrementar la buena imagen de excelencia en calidad y ética profesional, satisfaciendo siempre las expectativas del cliente.*

*√Incrementar la penetración del Grupo en el mercado internacional.*

*√Innovar los servicios mediante la investigación y actualización tecnológica, para mantenerse a la vanguardia del mercado.*

*√Lograr una cultura de productividad y servicio del personal, mediante la formación de un equipo de trabajo suficiente en calidad, cantidad y convenientemente motivado, promoviendo el bienestar y desarrollo integral de sus colaboradores.*

Para lograr satisfactoriamente sus metas, ofrece los siguientes servicios:

#### Planeación y Consultoría

Bufete Industrial investiga los aspectos de planeación y las probabilidades de viabilidad para determinar el índice de factibilidad en cuestión técnica, económica y financiera, contando así con estudios tecnoeconómicos, estimados de costo, análisis financieros, evaluación de procesos, estudios de localización, de mercado y sobre la organización de nuevas empresas industriales. El diagnóstico es entonces presentado en un informe utilizado para tener aprobación ejecutiva o permisos gubernamentales o fines financieros, para obtener la participación de inversionistas nacionales, extranjeros y para otros propósitos pertinentes.

Esto constituye un "análisis crítico general de las finanzas de un proyecto"<sup>3</sup> así como la recuperación de la inversión e incidencia económica debida a factores tales como precios, demanda de productos, inversión en planta, costos de operación y control ambiental.

Bufete Industrial ofrece servicios de consultoría en las siguientes áreas:

*Planeación Regional y de Sectores Económicos:* Establece prioridades para el desarrollo de los proyectos, evalúa los recursos y las políticas para la asignación de los mismos.

*Servicios Técnico Económicos:* Investiga el mercado, realiza estudios de localización, evalúa procesos y aspectos financieros y analiza costos.

3. Gacetilla Grupo Bufete Industrial, pág. 6



*Servicios Financieros:* Coordina fuentes financieras nacionales e internacionales con el fin de integrar paquetes financieros para la ejecución de proyectos.

*Servicios de Ingeniería Ambiental:* Analiza la contaminación ambiental y presta servicios para la selección de equipos de control y monitoreo.

### Ingeniería Básica y Conceptual.

Bufete Industrial posee grupos que desarrollan y/o adecuan la ingeniería conceptual y básica para todo tipo de proyectos. "Partiendo de la ingeniería conceptual desarrollada por Bufete Industrial, por el cliente o por terceros, el grupo de ingeniería de proceso elabora la ingeniería básica que el progreso requiere".<sup>4</sup>

Este grupo es el encargado de establecer los criterios de diseño, y elabora el esquema óptimo con base en el cual genera los diagramas de flujo, de tubería y de instrumentación, así como los documentos asociados, hojas de datos y arreglos de equipo.

### Ingeniería de Detalle

Todos los grupos generadores de ingeniería conceptual y básica, transmiten la documentación producida a los grupos multidisciplinarios, ellos a su vez elaboran la ingeniería de detalle y participan en las etapas subsiguientes del proyecto.



Figura 2.  
Ingeniería Básica y Conceptual. investiga los aspectos de planeación y las probabilidades de viabilidad para determinar el índice de factibilidad en cuestión técnica, económica y financiera.

4. Gaceta Grupo Bufete Industrial, pág. 9

## Diseño.

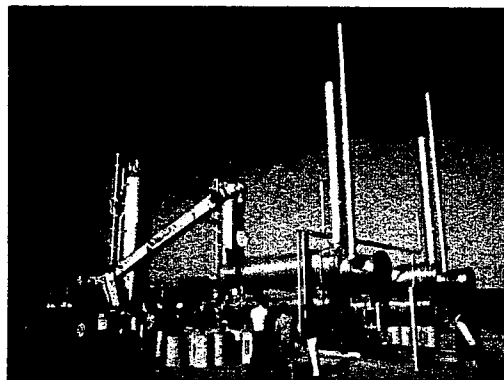
En cuanto a las divisiones de ingeniería y diseño, los especialistas de Bufete Industrial preparan detalladamente los planos, especificaciones y listas de materiales. Este personal debe considerar diversas alternativas y soluciones para encontrar la mejor manera de ahorrar tiempo y dinero al cliente.

Estos especialistas conjugan la ingeniería civil, estructural, mecánica, eléctrica, química, electrónica, de sistemas, etc. al igual que el diseño de tuberías, aire acondicionado, instrumentación, tratamiento de aguas y de afluentes.

## Dirección y Administración de Proyecto

Cuando Bufete Industrial es señalado por el cliente como director del proyecto, entonces, el Grupo actúa como una extensión del cliente. Así dirige, supervisa, administra y controla los trabajos efectuados por terceros desde la planeación hasta las últimas fases de construcción.

Asimismo, Bufete Industrial asume la responsabilidad total del proyecto; provee cualquier combinación de pericias o servicios para satisfacer las necesidades del cliente; se asegura que se utilicen las formas de operación más apropiadas y eficaces desde el punto de vista de costos, materiales, métodos de ejecución y sistemas de apoyo; garantiza que se cumplan las especificaciones y calidades señaladas.



*Figura 3.*

*Dirección y Administración de Proyecto. El Grupo dirige, supervisa, administra y controla los trabajos efectuados por terceros desde la planeación hasta las últimas fases de construcción.*

### Construcción.

Para la construcción de los proyectos, Bufete Industrial cuenta con aproximadamente 12,000 obreros capacitados, dirigidos por personal profesional técnico-administrativo, especialista en el ramo de la construcción.

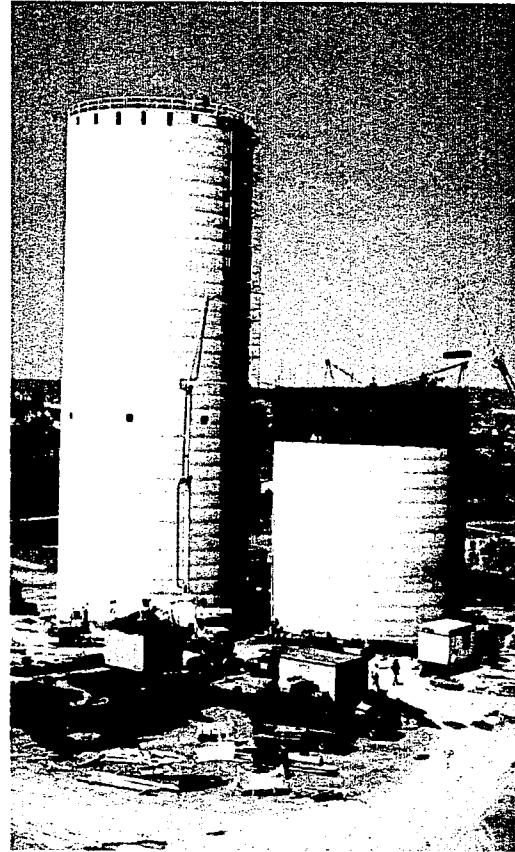
### Procuración y Tráfico

Para la adquisición de los materiales requeridos para el desarrollo del proyecto, Bufete Industrial cuenta con grupos de procuración, que son los responsables de la compra oportuna, inspección, expeditación y tráfico de servicios, materiales y equipos de diseño y fabricación especial o de producción en serie.

A través de requisiciones, los grupos de procuración producen todas las órdenes de compra. Además los talleres de fabricación son visitados periódicamente por los inspectores y expeditadores para asegurar la calidad y entrega.

La sección de tráfico establece las rutas que minimicen las tarifas de embarque, el tiempo de tránsito y los daños a la carga.

Por otra parte, Bufete Industrial tiene la facultad de ejecutar proyectos completos: desde su concepción hasta su puesta en servicio bajo su responsabilidad.



*Figura 4.*  
*Construcción. Desarrolla la obra materialmente, teniendo a su cargo aproximadamente 12,000 obreros capacitados para este fin.*

Bufete Industrial establece el programa general y los programas particulares de implementación. Así, la utilización de recursos humanos, financieros, de equipo de construcción, es planeado con anticipación, y junto con un sistema de control de costos, el proyecto es realizado en plazos establecidos y dentro de un presupuesto.

Así mismo, el Grupo puede ser tanto contratista general como supervisor de obra, vigilando calidad, programación y costos o como director de obra.

Bufete Industrial cuenta, para su mayor organización, divisiones que cubren diferentes áreas de la construcción: División Industrias de Proceso; División Petróleo y Petroquímica; División Industria Manufacturera; División Fuerza; División Minero Metalúrgica y Siderúrgica, División Pulpa y Papel.

Los Grupos que conforman Bufete Industrial son los siguientes:

- *Bufete Industrial Construcciones.*
- *Constructora Urbec, S.A. de C.V.*
- *Bufete Industrial Infraestructura.*
- *Servicios Centralizados Bufete Industrial.*
- *Bufete Industrial Diseños y Proyectos.*
- *Servicios Corporativos Bufete Industrial.*
- *Servicios de Cómputo Bufete Industrial.*
- *Servicios Especializados Bufete Industrial.*
- *Bufete Industrial Ingeniería (Monterrey).*
- *Bufete Industrial Monterrey.*
- *Bufete Industrial Arrendamiento de Maquinaria.*
- *Servicios Administrativos Bufete*

- Industrial Diseños y Proyectos.*  
*- Servicios Administrativos Bufete Industrial.*  
*- Ingeniería Querétaro Internacional.*  
*- Bufete Industrial Contratistas en Mantenimiento.*  
*- Ingeniería y Fabricaciones Marítimas.*  
*- Tecnología y Servicios del Agua.*

La oficina Matriz del Grupo Bufete Industrial es el núcleo para todos los proyectos de ingeniería y construcción dentro y fuera de México. Esta alberga todas las divisiones de la organización, excepto a las regionales.

Además cuenta con oficinas en Monterrey y Veracruz, las cuales dan servicios completos y en forma autónoma a las zonas norte y sureste de México. Asimismo, se tienen oficinas permanentes en Houston, Texas; Santiago de Chile, y representantes en otros países.

Bufete Industrial cuenta además con una división internacional, que promueve e implementa proyectos y suministra servicios de ingeniería y construcción en los Estados Unidos de Norteamérica, Iberoamérica, el Caribe, España y otros países.

La división internacional del Grupo aplica tecnologías probadas, adapta dichas tecnologías



*Figura 5.*  
*División Petróleo y Petroquímica.*

a las condiciones de cada país; adecua los planteamientos administrativos y las técnicas de implementación y operación a las leyes; aprovecha los recursos humanos y materiales locales; asiste al cliente en la integración de paquetes financieros para la implementación total de proyectos.

Con todo, Bufete Industrial busca integrar un equipo que promueva el desarrollo del país a través de la investigación, estudio, proyección y realización de obras que generen industria e infraestructura para mejorar la calidad de vida de la comunidad.

Cabe mencionar que Bufete Industrial cuenta con logotipo institucional, el cual no muestra ningún tipo de manual de uso, recomendaciones e incluso un historial de rediseño.

*Figura 6.  
Logotipo del Grupo Bufete Industrial. No muestra ningún tipo de manual de uso, recomendaciones e incluso un historial de rediseño.*

## Capítulo II

La Revista Bicosas

1. Bicosas, año 6, abril 1988, núm. 32

## Capitulo II

### La Revista Bicosas

Como necesidad de un medio de comunicación entre los empleados del Grupo de Empresas Bufete Industrial surge la revista Bicosas, órgano de comunicación interna cuyo objetivo es el de comunicar, unir, informar y establecer vínculos importantes para la empresa.

#### II.i Antecedentes de la Revista

El objetivo básico de firmas como Bufete Industrial es ejecutar proyectos de calidad, dentro de un tiempo y costo previstos. Con ello busca satisfacer a sus clientes y así generar nuevos proyectos.

El objetivo de una empresa es la de permanecer a través de la generación de utilidades; para eso, se debe concientizar al personal de lo importante que es lograr la utilidad que la empresa necesita para su desarrollo, además de establecer la comunicación adecuada para que el personal de todos los niveles puedan comprender lo anterior.

La comunicación puede ser tal que difunda aspectos de la empresa, hechos que sean conocidos por el personal, que contribuyan a estrechar "relaciones entre los empleados, fomentando el espíritu de grupo", importante para cumplir con los objetivos que puedan ser propuestos.

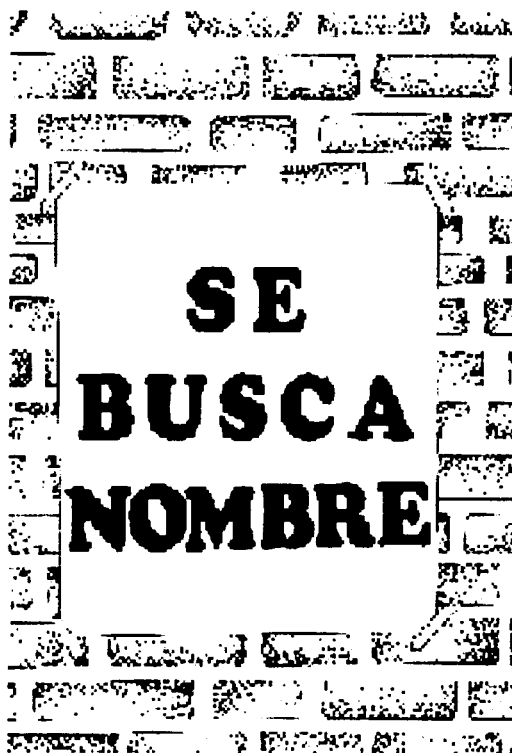
Para estos fines, en 1969 fue creada una "Revista de los Empleados de Bufete Industrial" llamada Horizonte, concebida para reforzar los objetivos de la empresa con base en la comunicación interna, con impresión bitono y en formato carta.



Figura 7.  
Revista Horizonte, antecesora de bicosas  
y creada para el mismo fin.

1. Bicosas, año 6, abril 1988, núm. 32





*Figura 8.  
Primer número de Bicosas, donde carece de nombre y se  
presenta la convocatoria para obtenerla.*

Posteriormente, desde 1983 se empieza a planear otro medio comunicativo para el personal de Bufete Industrial.

Se pensó editar una revista que, además de informar integrara y motivara al personal de Bufete Industrial; esta sería elaborada por los mismos empleados de la empresa. Así, se editaría una revista con base en los escritos, ideas, fotografías, sugerencias, etc.; provenientes de todo el personal para el mayor aprovechamiento en materia de comunicación entre todos los empleados.

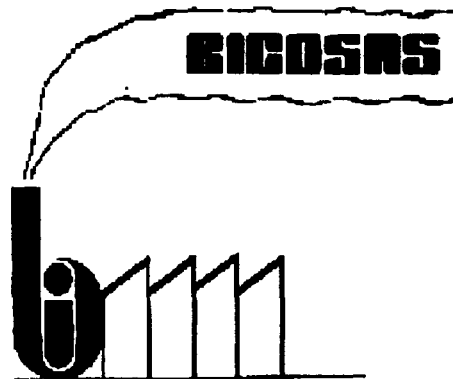
Se crea entonces otro "Órgano de Comunicación Interna del Personal del Grupo de Empresas Bufete Industrial", el cual en su primer número se convocó al personal a "bautizar" a esta revista, a base de votaciones se elige el nombre de Bicosas (Bi- siglas de Bufete Industrial, y cosas: cosas de Bufete Industrial) cuyo autor fué un Ingeniero llamado Antonio Pérez Bolde, ahora Vicepresidente de Servicios Administrativos de Bufete Industrial, quien en un aniversario de la revista afirma que Bicosas "ha estado ligada íntimamente al crecimiento de la empresa a la cual sirve".<sup>2</sup>

2. Bicosas, año X, abril de 1993, núm. 62

Pensando en las razones por las que Bicosas existe, podemos definir entonces, que es una revista que debe:

1. Mantener informado al personal sobre asuntos administrativos y de carácter oficial, así como hacer llegar mensajes de los altos directivos a los empleados a través de la Editorial.
2. Reconocer la labor y motivar a quienes participan en proyectos específicos, informando sobre los avances de los mismos, los nuevos y los que concluyeron, procurando resaltar la participación de los empleados involucrados en dicho proyecto.
3. Ayudar en las relaciones interpersonales y el espíritu de grupo.
4. Impulsar la creatividad de la gente, colocando dentro de la revista una sección donde los empleados puedan externar sus habilidades (poesía, fotografía, pintura, etc)
5. Ocupar una función de cronista documental, donde se puedan registrar los periodos de la empresa y así servir como fuente documental e histórica.
6. Elevar y cuidar la imagen de la compañía.

La revista también contaba con diferentes secciones, que obedecían a temas variados de tal manera que a la gente de todos niveles le interesara.



*Figura 9.  
Segundo número, aparece ya el nombre de la revista y el logotipo ganador, además de algunas secciones ya implantadas en las páginas interiores.*

La sección de Editorial (que todavía existe) se ocupaba de temas redactados por altos directivos, a fin de que estos se comunicaran con todos los miembros de la empresa para tratar algún tema específico, como una felicitación, un mensaje motivacional, alguna observación, etc.

¿Quién es quién? es una sección preparada para de alguna manera "presentar" a personal de mando medio superior y superior ante el demás personal, se presentaba una breve biografía, currículum y la labor que este personaje tenía a su cargo, esta sección se obtenía por medio de entrevistas, buscando que el tema se relacionara con las actividades de Bufete Industrial.

Síntesis, transcripciones, resúmenes o traducciones de artículos de revistas especializadas en el área de la construcción entraban en la sección de "Se Publicó en...", contando también con temas de actualidad o de interés general que algún miembro de la empresa sugería.

En la sección "Efemérides" se recordaban hechos importantes en la historia de la empresa, inauguración de instalaciones, cambios importantes, aniversarios, etcétera.

## ALGO SOBRE BICONSA



Pensar que antes, para construir las obras en que participamos en el crecimiento de México, se contaba con más o menos 3500 obreros y en estos tiempos suman cerca de 12000 esto es indicador de que nuestro trabajo ha logrado un crecimiento y una participación activa dentro del mercado de la construcción.

Hoy, en este mes de diciembre, sus congratulamos en las obras que serán proyectos que realizaremos durante los siguientes 2 ó 3 años, lo que demuestra que nuestros clientes depositan su confianza en BICONSA y en las otras empresas de nuestro Grupo. Nuestra estructura organizacional, la infraestructura administrativa, la capacidad técnica y profesional de los empleados son parámetros para asegurar que se pueren crecer, y nosotros trabajamos en la medida en que la colaboración y cooperación se manifiestan en nuestra rutina diaria, la cual ha invertido valiosas horas con nuestros seres queridos.

### UN MOMENTO DE REFLEXIÓN AL FINALIZAR 1990

Ing. Arturo Sarmiento Arce

**C**uando estamos a punto de finalizar un año, existe siempre un pensamiento de reflexión.

"¿Cambiaré un día la vida si antes para concluir otro milenio?"

¿Y mis acciones en el trabajo? de estas acciones ¿Que huellas están dejando en mi vida? ¿Que caminos estoy haciendo para mi país, mi familia, y mi empresa? Hoy, a punto de terminar 1990 ¿Que se de BICONSA, la Empresa donde yo trabajo?

Vamos a aprovechar este espacio que nos permite enlazar la comunicación de la Vicepresidencia de BICONSA con ustedes, sus empleados, a fin de comentar los resultados de trabajo de un gran equipo de colaboradores, y la proyección de años mejores que para 1991 se están forjando, gracias por la entrega, la eficiencia y organización del personal que integra esta Empresa.

Agradecer aquí, a las familias por su comprensión que tienen ante este tiempo, no es un espacio suficiente ni un medio adecuado, ellas saben y reconocen la satisfacción que cada uno de ustedes muestra por su trabajo y su entusiasmo es la mejor demostración para distinguir y saber pertenecer al tiempo.

Por eso es que existen muchas reuniones de trabajo, Asambleas Semanales de Construcción, Juntas de Superintendentes, etc., las cuales se organizan de manera anual e trimestral, son reuniones para poder diseñar un mejor plan de actividades diarias.

La planeación, organización, ejecución y control son las fases administrativas para organizar una empresa, sin embargo, a veces realmente difícil si se trata de hacerlo con eficiencia y exacto, sin embargo, desde hace mucho tiempo, centramos nuestro interés y esfuerzo en ellas.

Figura 10. Ejemplo de página interior del segundo número de Bicosas

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

"Eventos Deportivos, Sociales y Culturales" era una sección que reseñaba juegos de equipos deportivos de Bufete Industrial, fiestas, reuniones y actividades culturales desarrolladas dentro de la empresa o que de alguna manera tenían que ver con ella.

La sección de "Escritorios" tenía como tema los acontecimientos relevantes entre compañeros, tales como personas que obtuvieron algún reconocimiento, o que hayan sido ascendidos, o de nuevo ingreso, entre otros.

En "Entretenimiento" se publicaban crucigramas, chistes, juegos, etcétera.

Los temas como poesías, dibujos, fotografías, cuentos o cualquier manifestación artística de alguno de los empleados de Bufete Industrial eran publicados en la sección de "Colaboraciones".

Una vez definidos los temas, se decidió que se debía formar un consejo editorial para filtrar la información recolectada para seleccionar y ordenar los escritos que ameriten su publicación.

Esto se obtendría mediante una discusión entablada entre los miembros responsables de la revista, uniformando así criterios acerca del contenido del material antes recavado. En caso de que algún documento ameritara una discusión mas profunda, se consultaría con la autoridad pertinente en cada caso a fin de autorizar la publicación del artículo.

Para esto, se pensó en establecer una política implementada antes de la primera edición, que marcaría los lineamientos generales de la revista.

Así, el consejo editorial se reservaría el derecho a corregir la redacción de los artículos, la ubicación de los mismos y del material gráfico que en cada caso se utilizaría.

La periodicidad de la revista se planteó como una publicación bimestral, dado el tiempo de producción que esta publicación llevara, con la condición de coleccionar el material suficiente para cubrir la revista y obtener un diseño y una impresión de calidad.

Para el formato, se llegó a pensar en un soporte cuadrado de 25x25 cms., pero por motivos funcionales y económicos, se optó por el tamaño aproximado de una hoja carta, es decir, de un formato de 27x21 cms.

Aunque no hay una razón teórica aparente, se propuso manejar fotografías a color en la portada, a dos tintas en las páginas interiores y varios tipos y tamaños de letras.

Se pensó en una extensión de 12 a 16 páginas, además de un tiraje de 2,000 ejemplares, pero por cuestiones económicas quedó en una publicación de 8 páginas y 1,000 ejemplares bimestrales obtenidos a base de un original casi hecho a mano y multiplicado en una fotocopidora.

Para obtener el nombre de la revista y la imagen, se publicó en el primer artículo una convocatoria para conseguirlos. Dicha convocatoria invitaba a todos los empleados a participar: debían idear sólo un nombre para la gaceta y un personaje o mascota; todas las ideas serían exhibidas en tableros de avisos, para obtener así una votación de la cual se obtuviera un ganador. A partir del segundo número, aparecería el nombre y la mascota seleccionada.

Bicosas empieza con una presentación a blanco y negro, y con una relación de Bicosas con Bufete Industrial y el ámbito de construcción, así que se decidió colocar una simulación de una fábrica, y de una chimenea humeante, de donde a su vez, surgía el logotipo de la Empresa.

Esta imagen es cambiada después de 7 años (núm. 39), se erradicó la fábrica y quedó el humo envolviendo el nombre de la revista, sin embargo, el reciente cambio no fue satisfactorio.

Así se decide a un cambio «radical»: en octubre de 1989 (núm. 41), surge un nuevo diseño, a lo que se le decidió llamar «nueva época», este diseño cambia toda la estructura de la revista, el cambio de artículos (más flexibles, es decir, ya no había apartados tan rígidos, sino que se adecuaban a los artículos de cada edición sin importar el tema que abordaran), el diseño de las páginas interiores, del logotipo de la revista, que ya no tenía nada que ver con las fábricas ni el humo, y el tamaño del logotipo de la empresa se redujo considerablemente respecto al de la revista; el rediseño de la portada, etc. Posteriormente, en 1990, este diseño se imprime a color.

Después, en 1993 sufre otro cambio de diseño de portada, de logotipo, de páginas interiores, entendiéndose esto como la jeraquización de los títulos, la selección de los mismos, en la diagramación, la calidad de impresión, entre otros.

3. Bicosas, año 4. Abril de 1985, núm. 20

La imagen de Bicosas se vuelve mas formal, al principio de este cambio, se optó por imprimir 2 o más fotografías en la portada, pero debido a problemas prácticos se resolvió colocar sólo una. Después se decidió colocar la foto rebasada, y así ha seguido por lo menos hasta 1997.

Bicosas «busca conseguir y mantener una comunicación estrecha y abierta con todos los empleados»<sup>3</sup>; además de ser un vínculo de integración a través de la comunicación.

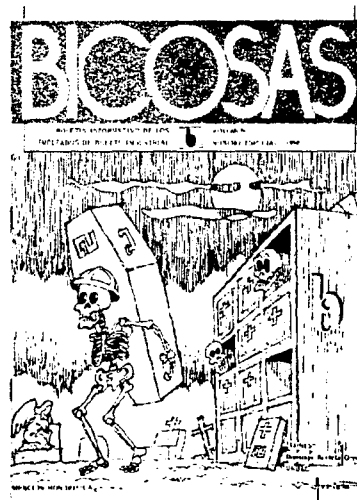
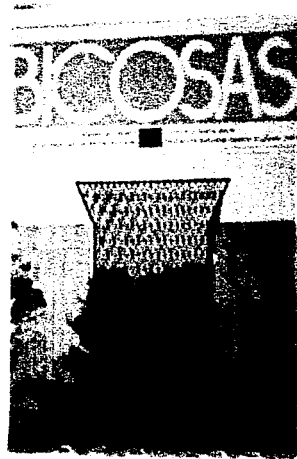
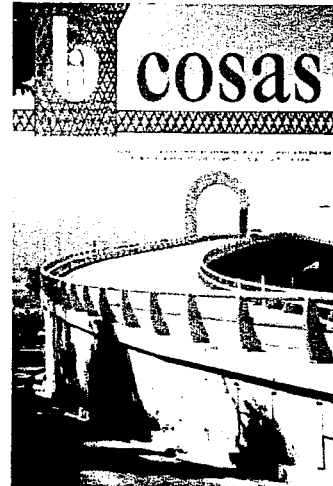


Figura 11.  
Portada de la primera revista correspondiente a la nueva época.





*Figura 13.*  
*Primera revista a color de la nueva época,*  
*aparece en 1990*



*Figura 14.*  
*ejemplo de portada de la edición actual de la revista, el*  
*diseño aquí presentado es el mismo hasta la fecha.*



**II.ii Características de la Edición Actual de la Revista**  
Es importante señalar las características actuales que la revista Bicosas posee, pues de ellas partirá la base para visualizar la situación actual y el posible rediseño en caso de ser necesario.

**II.ii.a Caracerísticas**

El Organo de Comunicación Interna del Personal del Grupo de Empresas Bufete Industrial "Bicosas", es una revista que consta de 12 páginas interiores, de tamaño carta y de papel couché. Los forros son del mismo material.

En todo este espacio se concentran de 5 a 6 artículos, no hay siempre los mismos temas, a excepción del editorial y de las páginas centrales. El editorial es un espacio destinado a personas cuyo cargo sea de gerente o superior, y las páginas centrales se destinan a reportajes de proyectos importantes en los que Bufete Industrial esté involucrado. Las hojas restantes se dedican a artículos de diferentes temas, dependiendo de los que en esa edición se reciban y sin importar el cargo que el autor tenga, estos artículos pueden incluir temas como: del comité de seguridad, comentarios de aspectos sociales, artículos de entretenimientos, de eventos dentro de la empresa y fuera de ella, aspectos de salud, de economía, de limpieza etcétera.

La Coordinación de Comunicación Interna es la encargada de condensar los artículos para la revista, obtiene algunos del personal del Grupo, o bien, si es un artículo ya ideado por la misma Coordinación (como los Editoriales o las páginas centrales) se vale de entrevistas con el personal indicado para obtener la información o les pide que ellos mismos redacten el artículo. Los colaboradores reciben después cartas de agradecimiento por su participación y 2 o 3 ejemplares del número en el que participaron.

## URBEC

### PUERTA SANTA FE

ING. JOSE ANTONIO GANDAZA MENDOZA  
DIRECTOR OPERATIVO INFRAESTRUCTURA  
ING. RICARDO SALAS GUERRERO  
SUPERINTENDENTE GENERAL

Una vez más Constructora Urbec, contribuyendo con el progreso de México, se presenta ahora con la construcción de la obra Puerta Santa Fe.

#### Características Urbanas y Arquitectónicas

Esta obra consta de dos muros monumentales en forma de triángulo, uno con pendiente hacia el oriente y otro hacia el occidente, con dos grandes huecos cada uno, permiten que dos puentes vehiculares se apoyen a los cimientos centrales de la autopista México-Toluca, cruzándose en distintos niveles y sentido opuesto.

Estos muros están diseñados y su base mide aproximadamente 90 m. de largo y su altura es de 30 m. Fueron coladas con concreto con grana de mármol y arena de Querétaro y colocada a mano.

El resultado es una obra singular que indica el inicio al desarrollo de la Zedec Santa Fe a los usuarios que viajan de oriente a poniente y al centro de la Ciudad de México a quienes viajan en sentido opuesto.

Este distribuidor es una de las obras más importantes del Plan Maestro, y consta de 6 ejes principales:

**Eje A.** De la autopista México-Toluca a la Glorieta Vaico de Quiroga. Tiene 815 m. de longitud y llega a levantarse 20 m. sobre los cimientos centrales de la carretera. Sus través metálicos están apoyados sobre los muros triangulares que mencionamos, y sobre 19 columnas de concreto aparente, cuya diámetro es de 3.5 m.

**Eje B.** De la Glorieta Vaico de Quiroga a la Autopista Toluca-México. Tiene 645 m. de recorrido y 7 columnas también en forma de cilindros de concreto.

**Eje C.** Del pueblo de Santa Fe a la lateral de Autopista México-Toluca. Tiene 460 m. de longitud y pasa aproximadamente a 7 m. sobre los cimientos de alta velocidad de la Autopista; se apoya en los muros monumentales de concreto.

**Eje D.** De la lateral de Autopista Toluca-México al pueblo de Santa Fe. Es una elevación de 340 m. de largo sobre una vialidad preexistente.

**Eje E.** Del pueblo de Santa Fe hacia Conchupientes. Es una curva de 97 m. de diámetro y 210 m. de recorrido que se incorpora a la Autopista.

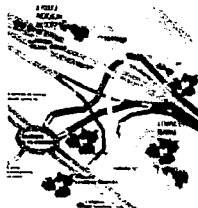


Figura 15.  
Página interior de una edición reciente. En esta imagen, se muestran las características que definen esta edición y el cambio de color y de distribución de los elementos.

## COMITE DE SEGURIDAD

### USO DEL GAFETE

Nuestra empresa en constante crecimiento es visitada por gran cantidad de personas diariamente. Así como nos encontramos con nuevos compañeros en pasillos y elevadores, de esta manera reconocer a cada uno y saber exactamente de quienes se trata es difícil.

Considerando todo esto fue lanzada recientemente una campaña para el uso de nuestro gafete, esta apoyada por el Comité de seguridad, nos enfatiza la importancia que tiene el ubicar quien pertenece a nuestras instalaciones o viene a visitar a alguien de aquellos posibles desconocidos que se logran a introducir a nuestro edificio sin autorización.

Hay en día cualquier precaución que redunde en nuestra seguridad, no ésta de más, agradecemos a todos aquellos que han repondido positivamente a esta campaña, que afortunadamente han sido muchos, sin embargo aún no son todos, por lo que reiteramos la importancia de acatar esta medida, particularmente pedimos el apoyo de todos los Ejecutivos, quienes resultan ser ejemplo para todos los compañeros y ellos mismos deben solicitar a su grupo que no olviden usarlo.

Además el gafete es requerido cada vez más para cualquier trámite que se realice en diferentes áreas, forma equipo y ayuda en la seguridad que todos requerimos para trabajar en una empresa con una adecuada organización.



Figura 16.  
Páginas interiores, que muestran artículos con temas basados en los objetivos de Bicosas. En este caso, resaltan la importancia del uso del gafete como medida de seguridad.

Todos los artículos son revisados en dicha Coordinación; buscan el lenguaje adecuado procurando que se entiendan las ideas del autor lo más claras posible, sin alterar su contenido o su expresión, una vez revisado, el artículo es devuelto al autor para que autorice las correcciones. Esto obedece a que la revista tenga mas o menos uniformidad en el lenguaje y que los lectores comprendan sobre todo los artículos técnicos, como los artículos de los proyectos o de carácter técnico que en la revista pudieran aparecer, en estos casos, las modificaciones del lenguaje resultan más complejas. Los artículos llevan créditos, no deben sobrepasar de 2 hojas y se debe evitar política, religión y aspectos relacionados con costos.

No existe un consejo que analice los artículos que en la revista se editan, ya que el ritmo con el que se trabaja no permite una revisión exhaustiva de los artículos, sin embargo se utilizan las normas que antes se mencionaron.

Las fotografías que aparecen en las portadas dependen del tema de las páginas centrales, debido a que la mayoría de los proyectos son fuera de la Capital, es difícil conseguir fotografías a tiempo, y también fotografías buenas, por lo cual se requiere a veces del retoque de las mismas.

La Revista Bicosas tiene un tiraje actual de 2,500 ejemplares, esto obedece a cuestiones económicas.

La Revista es distribuida a todas las oficinas de Bufete Industrial (de la Capital, del país o del extranjero (entiéndase esto que en zonas de construcción se distribuye sólo a las personas que pertenecen a Bufete Industrial, a los albañiles, plomeros, soldadores y demás no se les distribuye, debido a que este sector no pertenece al Grupo Bufete Industrial), debido al tiraje, no llega a cubrir a todo su personal, pero se procura llegar al lugar de donde pertenece el tema de las páginas centrales.

La Revista Bicosas es bimestral, y es entregada al personal junto con su cheque de pago.

#### II.ii.b Misión, Visión y Objetivos.

Como ya mencionamos, la comunicación entre los empleados de una empresa es importante para la evolución de la misma, y en este caso, se eligió la revista como vínculo comunicativo entre los empleados del Grupo Bufete Industrial.

Bicosas debe rescatar temas de actualidad, con un contenido rico, debe informar de eventos y actividades personales e institucionales, así como problemas y éxitos de la Empresa, ayudando a que Bufete Industrial progrese y se supere.

Además que cumpla un papel unificador e informador, comunicando así mensajes sociales y empresariales, convertirse en un mecanismo de participación tal que cumpla las funciones antes señaladas, ayudándose de temas de actualidad y de interés general, esto para motivar al personal a la lectura de Bicosas y por lo tanto a la participación de éste para la elaboración de artículos que ayuden a enriquecer el contenido de la revista y a cumplir los objetivos de la misma, y de esta forma, reforzar los del Grupo Bufete Industrial.

# Capítulo III

Análisis y Estudio  
del Diseño Editorial  
de la Actual Revista  
y del Público Receptor

## Capítulo III

### Análisis del Diseño Editorial de la Actual Revista y Análisis del Público Receptor.

Para poder obtener un rediseño confiable, es preferible realizar un análisis de los lectores de la Revista Bicosas; cómo es que ellos la evalúan, qué es lo que les gusta, qué les disgusta, qué les confunde, qué les gustaría que mejorara y cómo. Esto no es, claro, un método para que los receptores rediseñen su propia revista, sino es una herramienta para orientar al diseñador en la realización del rediseño.

#### III.i Composición General

Es natural y predecible que el público seleccione lo que va a leer, de ahí la necesidad de crear trabajos que inviten al público a leer e interesarse en una publicación; un diseñador debe competir por el tiempo del lector, logrando publicaciones que ofrezcan lo mejor en forma y contenido.

Dentro de los medios de comunicación están los impresos, y dentro de éstos, se encuentran las revistas, estas son un producto híbrido de un periódico y un libro, poseen algunas características de los periódicos y en algunas ocasiones son transmisoras de noticias, pero por otra parte, su

calidad y su duración pueden hacerlas semejantes a un libro. Además, se acercan a la publicidad debido a que poseen generalmente un atractivo visual y, en el caso de revistas de relaciones públicas (como el caso de Bicosas) pueden ser portadoras de mensajes definidos.

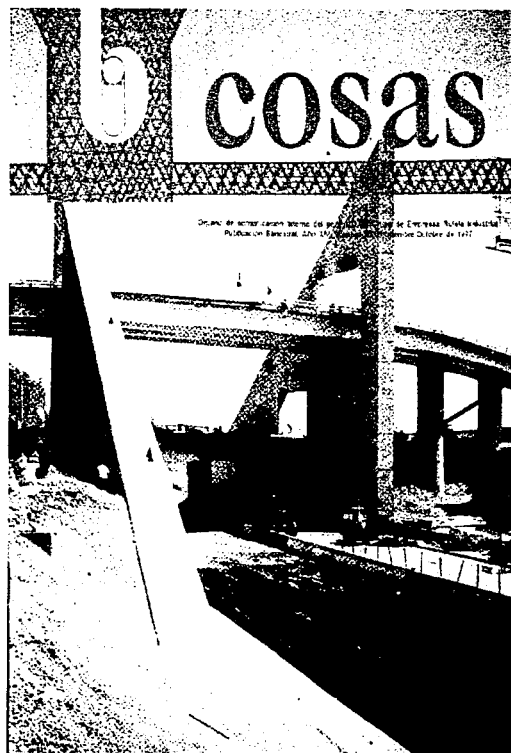
Las revistas de relaciones públicas requieren una atención especial y de bases propias de la publicidad, es decir, "la apariencia de la revista debe adaptarse funcionalmente a sus metas editoriales básicas".<sup>1</sup>

"La composición de la página es una cuestión de disponer los diversos elementos de la misma -títulos, texto, imágenes- de una forma lógica y con un cierto equilibrio armónico".<sup>2</sup>

Bicosas consta de un espacio de 12 páginas interiores, además de los forros, su composición tiene características fundamentales que mantienen una relación entre el número actual y el número anterior, y a su vez tiene características que diferencian un número de otro.

1. Thurnbull, Arthur; et al. Comunicación Gráfica, Ed. Trillas, México, 1986, pág. 238

2. Owen, William, Diseño de Revistas, Ed. Gustavo Gill, México, 1991, pág. 132



*Figura 17.*  
*Portada de Bicosas que muestra la entrada a Santa Fé, construida por Bufete Industrial.*

Consta de imágenes (fotografías, gráficas, viñetas, entre otras) que se relacionan con los aspectos temáticos de la revista, y particularmente, la relación entre las imágenes y el artículo publicado.

Aunque la revista es breve en su extensión, se procura la agilidad mediante la distribución de todos los elementos que integran la publicación.

Para empezar, la distribución del espacio de la publicación: se reparte el espacio total de la revista entre los diferentes elementos que la conforman: artículos, secciones, anuncios y cualquier otro elemento que se desee. En el caso de las revistas comerciales, la publicidad es quien condiciona la existencia de éstas, así que normalmente la publicidad es la primera que se distribuye; en el caso de Bicosas, esto no sucede, puesto que es una publicación gratuita e interna, pero sí se disciernen por la distribución de los artículos a lo largo de la misma.

Bicosas es una revista que actualmente cuenta en las portadas con fotografías rebasadas, visualmente relacionadas con proyectos actuales, que apenas inician, que están por concluir, o que tuvieran algún acontecimiento importante en el lapso del tiempo que cubre el número actual de la revista.

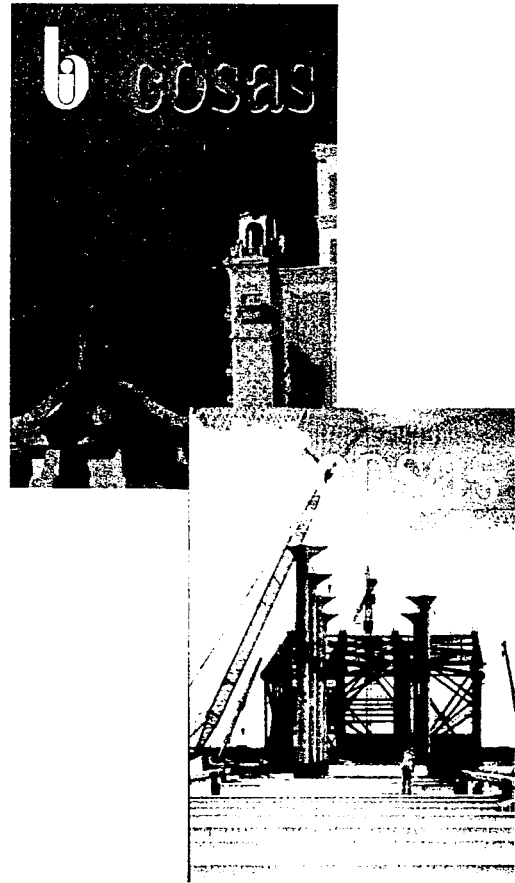


Figura 18.

Ejemplos de portadas recientes. Actualmente cuenta en las portadas con fotografías rebasadas, visualmente relacionadas con proyectos actuales, que apenas empiezan, que van a concluir, o que tuvieran algún acontecimiento importante en el lapso del tiempo que cubre el número actual de la revista.



No consta de balazos en la primera de forros, y además de la fotografía, aparece el nombre de la revista con la información siguiente: la definición de la publicación, el número y a qué mese y año pertenece, además del logotipo de Bufete Industrial. En la segunda de forros, aparece información tal como los responsables de la revista, el tiraje, la información de la fotografía de la portada, y un índice donde aparecen los artículos más importantes y su situación dentro de la revista.

Si antes existieron secciones definidas dentro de la distribución, ahora sólo hay 2: la sección editorial (creada en los inicios de Bicosas) y las páginas centrales.

La sección Editorial está dedicada al personal directivo, este sector de la empresa es invitada a colaborar con algún artículo de interés, ya sea de un tema específico, técnico, motivacional cultural, etcétera.


Las demás secciones se nombran de acuerdo a los artículos existentes para cada publicación; se jerarquizan a lo largo de la revista, a manera de clasificar los temas que dentro de la misma se tratan, pero cada tema tiene su título particular.

De estos se desprenden los textos, que dependiendo de la magnitud de los mismos se distribuyen a lo largo de áreas destinadas para cada artículo.

Como todas las publicaciones, también Bicosas tiene límites visuales; una forma, un tamaño y un estilo; se refiere al formato. Por cuestiones prácticas, Bicosas posee unas dimensiones de 27x21 cms.

## DIRECTORIO

<p>... José ... Rojas</p> <p>... María ... Rodríguez</p>	<p><b>Contenido:</b></p> <p><b>Expo-IMIQ '97</b> 2</p> <p><b>Bixypea</b> 4</p> <p><b>Puerto Santa Fe</b> 6</p> <p><b>Planta Hozop</b> 8</p> <p><b>Mensaje portada:</b></p>
--	--



Puerto Santa Fe

Figura 19  
Primera de Forros. En esta página se encuentra el índice.

## EDITORIAL

### CONTROLARIA, AREA DE SERVICIO C. P. JAMÉ CARBALLO MADARAGA VICEPRESIDENTE DE CONTROLARIA

Los encargados de llevar a los lectores esta publicación a través de nuestra revista covamente no hemos querido desaprovechar la oportunidad de hacer, aunque breves, importantes comentarios sobre esta gran actividad empresarial.

Nuestra actividad principal en el área de control es la prevención. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

Los encargados de llevar a los lectores esta publicación a través de nuestra revista covamente no hemos querido desaprovechar la oportunidad de hacer, aunque breves, importantes comentarios sobre esta gran actividad empresarial.

Nuestra actividad principal en el área de control es la prevención. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso. El control no es una actividad que se realiza al final de un proceso, sino que se realiza durante el proceso.

Figura 20  
Ejemplo de sección Editorial, reservado generalmente para ejecutivos de la Empresa. En esta sección se manejan generalmente mensajes motivacionales y de concientización para los empleados.

### III.ii Aspectos Tipográficos

Un factor importante para que una revista pueda captar la atención del público es su apariencia, y dentro de ésta, también importa la apariencia de los textos: el tipo y tamaño de letra, la distribución del texto en las páginas. Y cuando el conjunto de letras forman un párrafo, se busca la legibilidad y la propiedad.

La revista Bicosas utiliza un sólo tipo de letra para los títulos y textos de la revista: Century Gothic; se usan versales para distinguir las secciones, los títulos y subtítulos, escrito en altas y bajas para el texto en general, utilizando puntajes que van desde 9 pts. hasta 14 pts. dependiendo del área destinada para el artículo y la extensión del mismo.

Generalmente, el texto está distribuido en una sola columna, pero a veces se separa en dos, dependiendo de la flexibilidad del artículo para poderse modificar y de la capacidad del área para distribuir los textos.

#### II. iv. b Estilo de los Textos

Refiere estilo de los textos al modo en que en la revista se han compuesto los mismos, en los títulos, subtítulos, fuentes de letras utilizadas.

## EVENTOS



### EXPO-IMIQ '97

En días pasados se llevó a cabo la 37 Convención Nacional de IMIQ, Instituto Mexicano de Ingenieros Químicos.

Dentro de este evento que se realizó en Coahuacalcoas Veracruz del 8 al 12 de Septiembre, la quinta Expo IMIQ '97 fue inaugurada el día 10; en ella se contó lo último en tecnología de primer nivel dentro de la industria química y petroquímica.

En esta ocasión participaron casi 40 expositores de gran nombre y prestigio poniéndose en relación directa con todos los asistentes. El Instituto Mexicano del Petróleo, Celanese Mexicana, Pemex gas y Petroquímica básica, Honeywell, participaron algunas de las compañías representadas, y por supuesto Bufete Industrial.

Estos eventos son sumamente interesantes para la divulgación y actualización tecnológica de los Ingenieros químicos y por consiguiente para beneficio de nuestro país.

Agradecemos ampliamente todas las facilidades otorgadas para que Bufete Industrial fuera parte activa de este importante evento.



Figura 20  
Ejemplo de página interna donde se muestran los recursos gráficos utilizados en esta edición

CONTROLORA AREA DE SERVICIO  
C. P. HARRIS CONTROLORA AREA DE SERVICIO

Los artículos de servicio, en general, son aquellos que se refieren a temas técnicos de actualidad y que se refieren a temas de interés general. Los artículos de servicio, en general, son aquellos que se refieren a temas técnicos de actualidad y que se refieren a temas de interés general.

Los artículos de servicio, en general, son aquellos que se refieren a temas técnicos de actualidad y que se refieren a temas de interés general. Los artículos de servicio, en general, son aquellos que se refieren a temas técnicos de actualidad y que se refieren a temas de interés general.

Los artículos de servicio, en general, son aquellos que se refieren a temas técnicos de actualidad y que se refieren a temas de interés general. Los artículos de servicio, en general, son aquellos que se refieren a temas técnicos de actualidad y que se refieren a temas de interés general.

Los artículos de servicio, en general, son aquellos que se refieren a temas técnicos de actualidad y que se refieren a temas de interés general. Los artículos de servicio, en general, son aquellos que se refieren a temas técnicos de actualidad y que se refieren a temas de interés general.

Los artículos de servicio, en general, son aquellos que se refieren a temas técnicos de actualidad y que se refieren a temas de interés general. Los artículos de servicio, en general, son aquellos que se refieren a temas técnicos de actualidad y que se refieren a temas de interés general.

Los artículos de servicio, en general, son aquellos que se refieren a temas técnicos de actualidad y que se refieren a temas de interés general. Los artículos de servicio, en general, son aquellos que se refieren a temas técnicos de actualidad y que se refieren a temas de interés general.

Los artículos de servicio, en general, son aquellos que se refieren a temas técnicos de actualidad y que se refieren a temas de interés general. Los artículos de servicio, en general, son aquellos que se refieren a temas técnicos de actualidad y que se refieren a temas de interés general.

Los artículos de servicio, en general, son aquellos que se refieren a temas técnicos de actualidad y que se refieren a temas de interés general. Los artículos de servicio, en general, son aquellos que se refieren a temas técnicos de actualidad y que se refieren a temas de interés general.

INTERESANTE

'DATOS SOBRE EL HABITO DE FUMAR Y RECOMENDACIONES PARA DEJARLO'  
CAROL SANJUAN GARCIA

Los datos que aparecen en el artículo son tomados del Hospital Nacional de Enfermedades Respiratorias (Hospital Central) de Lima.

DISCOS PARA LA SALUD

Lo que provoca que el tabaco sea consumido en grandes cantidades es el concepto que este contiene, la nicotina que es altamente adictiva y venenosa.

Los anuncios sobre cigarrillos y sus aspectos atractivos, muchas veces van dirigidos a los jóvenes, esto quiere decir la propensión que los jóvenes empiecen a fumar.

\*El tabaquismo es la causa prevalente de enfermedades y muertes número uno en

el mundo desarrollado, así como la segunda causa de muerte en los países en desarrollo. Los datos que aparecen en el artículo son tomados del Hospital Nacional de Enfermedades Respiratorias (Hospital Central) de Lima.

Lo que provoca que el tabaco sea consumido en grandes cantidades es el concepto que este contiene, la nicotina que es altamente adictiva y venenosa.

Los anuncios sobre cigarrillos y sus aspectos atractivos, muchas veces van dirigidos a los jóvenes, esto quiere decir la propensión que los jóvenes empiecen a fumar.

\*El tabaquismo es la causa prevalente de enfermedades y muertes número uno en

INGENIERIA AMBIENTAL

ESTUDIO HAZOP

El estudio de Hazop es un método sistemático de identificación de peligros y evaluación de riesgos que se aplica a procesos de ingeniería ambiental.

Lo que provoca que el tabaco sea consumido en grandes cantidades es el concepto que este contiene, la nicotina que es altamente adictiva y venenosa.

Los anuncios sobre cigarrillos y sus aspectos atractivos, muchas veces van dirigidos a los jóvenes, esto quiere decir la propensión que los jóvenes empiecen a fumar.

\*El tabaquismo es la causa prevalente de enfermedades y muertes número uno en

Lo que provoca que el tabaco sea consumido en grandes cantidades es el concepto que este contiene, la nicotina que es altamente adictiva y venenosa.

Los anuncios sobre cigarrillos y sus aspectos atractivos, muchas veces van dirigidos a los jóvenes, esto quiere decir la propensión que los jóvenes empiecen a fumar.

\*El tabaquismo es la causa prevalente de enfermedades y muertes número uno en

Figura 21. Aquí se se muestran la jerarquía de los textos título-subtítulo-texto

Figura 22. Muestras de artículos donde se usan recursos tipográficos para adecuar los mismos al formato de la revista. Hay que hacer hincapié en el balance de los textos, procurando que sea distribuido en dos o una columna y que ambas tengan la misma longitud.

Bicosas utiliza una letra de palo seco (Century Gothic), la misma de los títulos y los subtítulos. Los títulos son colocados en los extremos superiores, caladas en un recuadro de color correspondiente al color de las letras del título de la revista. La letra del texto es negra, de un tamaño que oscila de entre 9 puntos. y 14 puntos. según el espacio destinado al texto y la extensión de éste, mientras que los títulos alcanzan un tamaño no mayor a los 18 puntos. y los datos del artículo, colocados inmediatamente después del título miden de 16 a 18 puntos. Los pies de foto, que no son comunes, son presentados en la misma fuente de letra y de un tamaño de 8 puntos. La numeración de la página se presenta en la misma fuente y en 10 puntos.

En Bicosas, el tamaño de la letra influye en el espacio asignado y en el tamaño del texto, y la fuente de letra no responde a una necesidad específica, sin omitir que de todas maneras es un tipo legible que utiliza altas y bajas y signos de puntuación, aunque en algunos casos, la línea de texto es larga y en otras ocasiones es muy corta.

En el directorio y el índice, las letras son de la misma fuente (Century Gothic) ambas secciones se encuentran en la misma página, el directorio, los reconocimientos y los datos de la publicación se encuentran cargados hacia la mitad izquierda, en un puntaje de 10, mientras que el índice, con numeración es en 12 pts.

### III.iii. Color

Bicosas es actualmente una revista impresa totalmente en selección de color, se anexa una tinta extra, que es el color que diferencia un ejemplar de otro. Este color distintivo es usado en el nombre de la revista, en un motivo que representa el armazón del cual está formada la fachada del edificio de la oficina matriz del Grupo, este motivo es repetido en el mismo color en todas las hojas excepto en el índice y las cuartas de forros, es localizada en los costados exteriores. Además, una plecra del color correspondiente se encuentra en la parte externa superior de cada página donde, calado, se colca el nombre del artículo o de la sección. Este mismo efecto es manifestado en la parte central inferior de cada página, donde se cala la numeración de la hoja.

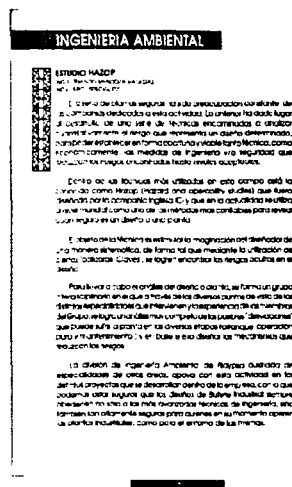


Figura 23.

Muestras del uso del color en las páginas interiores. En la revista Bicosas, el armazón del cual está hecha la fachada del edificio principal de Bufete Industrial es repetido en el mismo color en todas las hojas excepto en el índice y en las cuartas de forros, es localizada en los costados exteriores.

### III.iv Las Ilustraciones como Apoyo al Recurso Tipográfico

Las ilustraciones son efectivas para lograr comunicación, dada la familiaridad que la humanidad tiene con éstas.

Una función básica de las ilustraciones es la de atraer y capturar la atención. Las imágenes que más llaman la atención son las fotografías, puesto que son las que "relatan" la realidad, son duplicados de las cosas que el hombre ve y de la manera en que las ve.

Debido a la temática que Bicosas trata, es necesario el apoyo de ilustraciones para explicar, mostrar o aclarar aspectos de un artículo.

Generalmente utiliza fotografías, pero también se vale de gráficas o dibujos como apoyo para el texto correspondiente.

#### *III.iv.a Balance*

Antes de colocar cualquier elemento dentro de una página, se debe pensar en la alineación del elemento.

Nos referimos aquí como balance a la distribución que las imágenes y los textos ocupan al estar conjuntados en un área común: la página de la revista en la cual son depositados.

Esta distribución crea un balance en las hojas, dependiendo de la posición de un elemento respecto a otro. El aspecto del balance puede ser un tema bastante subjetivo, puesto que puede depender de gustos, ideologías y posiciones de diferentes enfoques.

## B.I. MONTERREY

### 'INFRAESTRUCTURA VIAL NORTE DE LA REPUBLICA'

Buñete Industrial se hace presente una vez más en el norte del país en esta ocasión con obras de gran importancia como:

- 1 - Accesos al Puerto Norte
- 2 - Distribuidor Vial Lázaro Cárdenas/ Vicochoyos
- 3 - Paso a desnivel Diego Rivera
- 4 - Paso a desnivel Rufina Tamayo
- 5 - Paso a desnivel Anq. Piedad Barrera Vázquez
- 6 - Ampliación Lázaro Cárdenas a 12 carriles en una extensión de 6 km.

Para Buñete Industrial su dedicación en estas obras significa un orgullo y una gran satisfacción, afirma que se ha iniciado el proceso de puesta en servicio de una

parte de esta nueva infraestructura vial para beneficio de la comunidad de Monterrey, en San Pedro y del pueblo en general.

Único en su género en la región, esta obra destaca por su magnitud y una visión futura de gran coordinación estacional entre el pueblo y el gobierno.

Es por ello que Buñete Industrial siente un especial reconocimiento y felicitación a Fidevial, Aceleradora integrada por el gobierno del Estado de Nuevo León, los municipios de Monterrey, San Pedro Garza García y a las sembradoras de la zona, que hacen la responsabilidad de recibir óvulos para crear una nueva infraestructura vial.

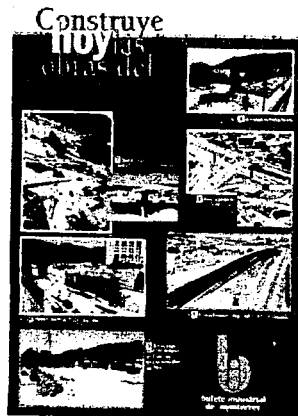


Figura 24.

Ejemplos del uso de ilustraciones en las páginas internas de Bicosas. Estas pueden ser viñetas o fotografías.

## URBEC

### PUERTA SANTA FE

ING. JOSE ANTONIO GANDARA MENDOZA  
DIRECTOR OPERATIVO INFRAESTRUCTURA  
ING. AGUSTIN GALAS GUERRERO  
SUPERINTENDENTE GENERAL

Una vez más Constructora Urbec contribuyendo con el progreso de México, se presenta ahora con la construcción de la obra "Puerto Santa Fe".

#### Características Urbanas y Arquitectónicas

Esta obra consta de dos muras monumentales en forma de triángulo, una con pendiente hacia el oriente y otra hacia el occidente, con dos grandes huecos cada una, permitiendo que dos puentes vehiculares se apoyen a los costados interiores de la autopista México-Toluca, cruzando en distintos niveles y sentido opuesto.

Estos muros están diseñados y su base mide aproximadamente 90 m. de largo y su altura es de 30 m. Fueron colocados con concreto con gramo de mármol y arena de Quevedo y cancelados a mano.

El resultado es una obra singular, que indica el acceso a desarrollo de la Zona Santa Fe a los usuarios que viajan en sentido a poniente y al centro de la Ciudad de México a quienes viajan en sentido opuesto.

Esta distribución es una de las obras viales más importantes del Plan Maestro, y consta de 6 ejes principales:

Eje A - De la autopista México-Toluca a la Glorieta Vasco de Quiroga. Tiene 813 m. de longitud y llega a levantarse 20 m. sobre las calles cercanas de la carretera. Sus traviesas metálicas están apoyadas sobre los muros triangulares que mencionamos y sobre 19 columnas de concreto aparente, cuyo diámetro es de 3.5 m.

Eje B - De la Glorieta Vasco de Quiroga a la Autopista Toluca-México. Tiene 645 m. de recorrido y 7 columnas también en forma de cilindros de concreto.

Eje C - Del pueblo de Santa Fe a la lateral de Autopista México-Toluca. Tiene 400 m. de longitud y pasa aproximadamente a 7.0 m. sobre las calles de alta velocidad de la Autopista, se apoya en los muros monumentales de concreto.

Eje D - De la lateral de Autopista Toluca-México al pueblo de Santa Fe. Es una aducción de 340 m. de largo sobre una vialidad preexistente.

Eje E - Del pueblo de Santa Fe hacia Comiloyentes. Es una curva de 91 m. de diámetro y 210 m. de recorrido que se incorpora a la Autopista.

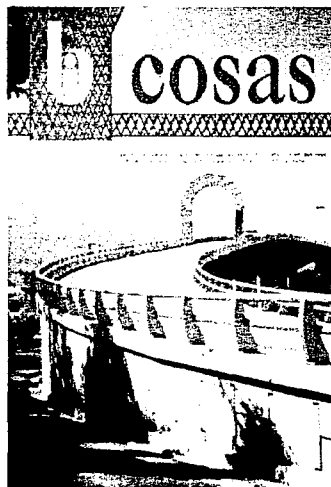




Digamos que el balance en una revista debe conjuntar todos sus aspectos visuales y mantenerlos visualmente proporcionados, tomando en cuenta el peso de cada elemento y la manera de buscar el equilibrio en el momento de conjuntarlos.

En el caso de Bicosas, se puede mostrar un balance claro: el título en la parte superior (ocupando aproximadamente 1/4 del espacio total del área); como segundo plano se encuentra una fotografía rebasada por los 4 lados, procurando que los elementos centrales de la misma se ubiquen en la mitad inferior.

En cuanto a las páginas interiores, Bicosas procura usar 2 columnas con igual peso, con fotografías centradas o procurando que la fotografía ocupe algunos de los extremos superiores o inferiores, de manera que siempre pre guarde el mismo peso que el texto, además de los títulos aplicados al extremo superior izquierdo de la hoja y las gráficas que simulan construcciones aplicados a los extremos exteriores de las páginas.



*Figura 25*  
*Balance de los elementos de la portada.*

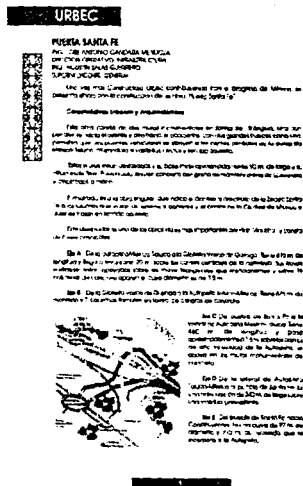


Figura 26.  
 Muestras de artículos con ilustraciones. Si bien en las hojas  
 centrales se utilizan fotografías relativas a los textos, éstas  
 carecen de pies de foto.

### ///III.iv.b. Combinación de Ilustración y Texto

Las ilustraciones como apoyo de un texto son indudablemente un recurso importante para guiar la imaginación del lector y para acercarla a la realidad.

Hay textos que pueden no necesitar un apoyo visual (como los cuentos) porque dejan a la inventiva el relato, sin embargo, en el caso de Bicosas, dado que es una revista que se refiere a temas técnicos específicos, reales e importantes para los empleados de Bufete Industrial, es importante apoyarse no sólo con fotografías, sino con todos los recursos existentes para que por medio de la vista el lector se cree una idea más clara referente al texto. Además es preferible que las imágenes lleven un pie de foto de acuerdo al tema que tratan, lo cual no sucede en todos los números de Bicosas.

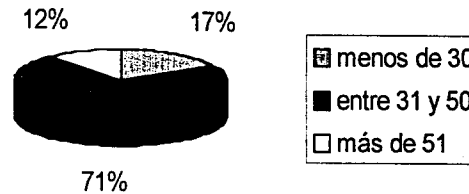
### III.v Análisis del Público Receptor.

Se realizó una encuesta al personal (un universo de 1000 personas) con el objetivo de obtener una interpretación del punto de vista del lector, para saber así la posición en la que se encuentra la revista con respecto al personal, qué es lo que él acepta, qué no acepta, y qué aceptaría.

Este tema se dividirá en dos secciones: la primera, en los resultados de dicha encuesta para interpretar los resultados de la misma desde el punto de vista de quienes la leen, y la segunda, desde el punto de vista del diseño y los juicios que el diseñador puede obtener y asimilar de la encuesta para así mejorar la revista y obtener mejores resultados en el objetivo que dicha publicación debe cumplir dentro de la empresa. El contenido de la encuesta es el siguiente:

Edad	¿Le interesa participar en la revista?
Sexo	Sí No
Ocupación	
	El contenido de la revista le parece
	a) Extenso
	b) Adecuado
	c) Corto
De estos temas, ordene del 1 al 6 los que le resulten de mayor a menor interés	
a) Interés General	b) Aspectos Internos
c) Editoriales	d) Técnicos
e) Deportes	f) Culturales
	El color de la revista le parece:
	a) Bueno
	b) Malo
	c) Regular
Califique los siguientes conceptos: fotos utilizadas; relación de imagen y texto; diseño y presentación	
Bueno	Considera Usted que Bicosas puede mejorar su imagen
Malo	Sí
Regular	No

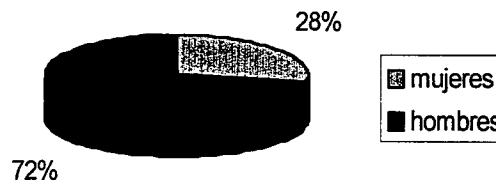
## Edad y Sexo



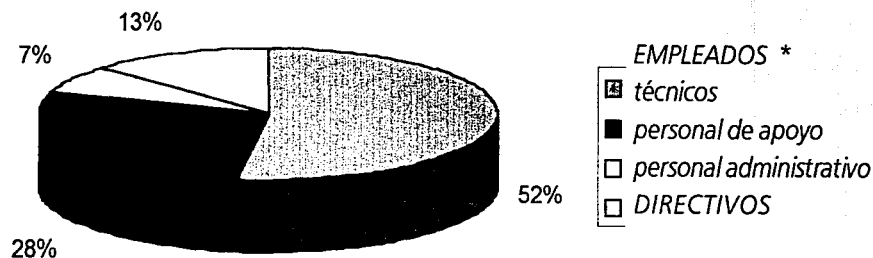
*Esta gráfica muestra la población de la empresa de acuerdo con la edad: las personas menores de 30 años representan un 17%; las que oscilan de 31 a 50 años cubren un 71%, y las mayores de 51 años el 12%. Abajo, la población referida al sexo.*

De esta encuesta se arrojaron los siguientes resultados:  
Edad y Sexo.

De acuerdo con la gráfica, en la población más joven predominan las mujeres, mientras que la población de 30 a 50 años y mayores de 51, la población es, en su mayoría, de hombres.



## Cargo en la Empresa



Estos porcentajes están relacionados con la ocupación, pues de la población joven femenina, en su mayoría pertenece al personal administrativo (secretarias), mientras que los demás: el personal técnico y el directivo, pertenece en su mayoría al sexo masculino.

\* Nota:

Los empleados se dividen en tres categorías:

*Personal técnico. Ingenieros, arquitectos, dibujantes, capturistas de CAD (Computer Aid Design, paquetería para diseño arquitectónico).*

*Personal administrativo. Secretarios, contadores, auditores, abogados.*

*Personal de apoyo. Mensajeros, capturistas, archivistas, choferes.*

De estos temas, ordene del 1 al 6 los que resulten de mayor a menor interés:

a) interés general

b) aspectos internos

c) editoriales

d) técnicos

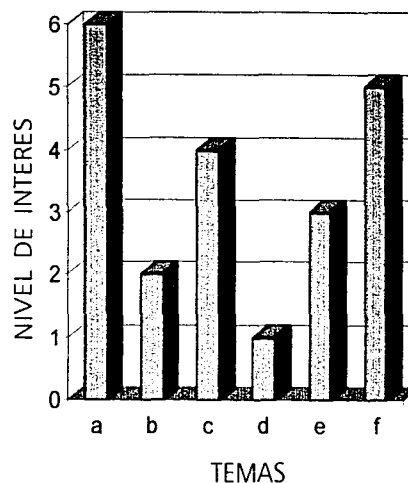
e) deportes

f) culturales

En cuanto a contenido se obtuvo lo siguiente:

Se escogieron seis temas que de una manera regular aparecen en la revista; los temas son los siguientes: interés general, aspectos internos, editoriales, técnicos, deportes y culturales, ordenados en la encuesta en este mismo orden; el personal debía ordenar de mayor a menor interés en un escala del 1 al 6 dichos temas.

La mayoría del universo optó por elegir primero los temas de interés general, aspectos internos, editoriales, culturales, técnicos y los deportivos al final.



Califique los siguientes conceptos: fotos utilizadas, relación de imagen y texto; diseño y presentación

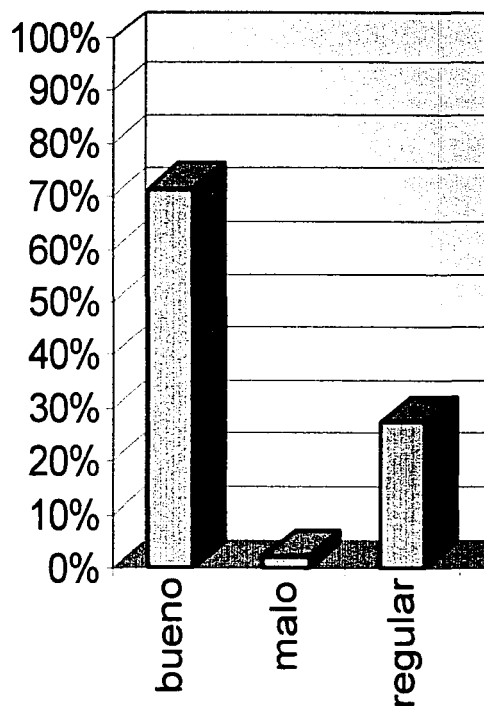
a) Bueno      b) Malo      c) Regular

Por otra parte, se formuló la siguiente pregunta:

Califique los siguientes conceptos de la revista: fotografías utilizadas, relación de imagen y texto y diseño y presentación.

Esta pregunta debía ser respondida en 3 categorías: bueno, malo y regular.

El personal opinó lo siguiente: 71% bueno, 2% malo y 27% regular.

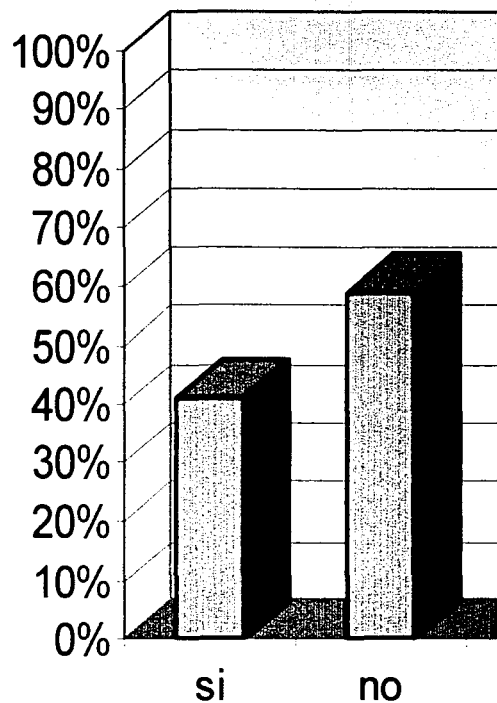


¿Le interesa participar en la revista Bicosas?

Sí No

También se investigó el nivel participativo del personal, dado que Bicosas está conformada en su mayoría por colaboraciones del personal.

La población que no le interesa participar, manifiesta que la revista no le parece lo suficientemente atractiva.





POREDAD (población menor de 30 años, entre 31 y 50 años, y mayor de 51 años)

El contenido de la revista le parece:

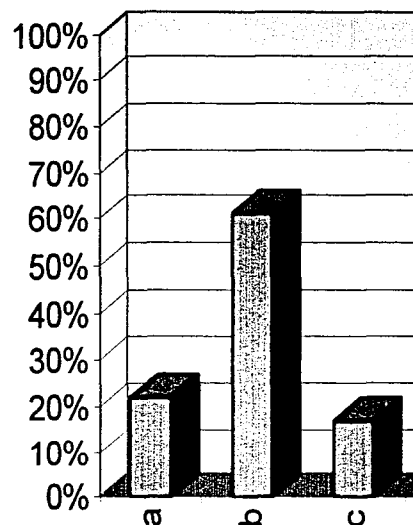
a) Extenso

b) Adecuado

c) Corto

También se tomó en cuenta el parecer de la población encuestada con relación a la redacción de la revista, que fue calificada en tres categorías: extensa, adecuada y corta. Los resultados fueron los siguientes:

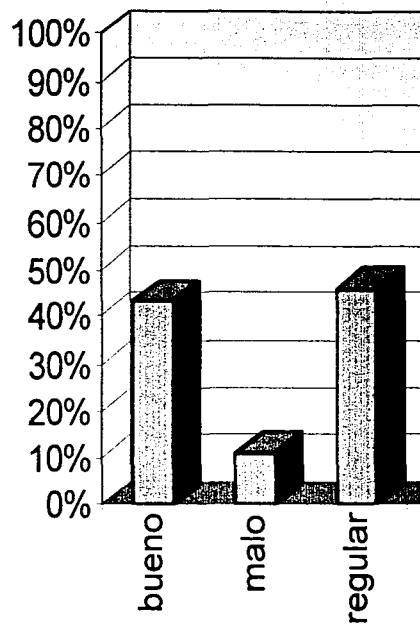
El 22% de la población entrevistada opinó que la revista es extensa; el 61% que es adecuada y un 17% que es corta.



El uso del color en la revista le parece:  
a) Bueno      b) Malo      c) Regular

Por último se consideró el contenido de la revista, es decir, si el tipo de artículos eran o no de su agrado. Se formuló la siguiente pregunta: "El uso del color en la revista le parece" con 3 posibles respuestas: bueno, malo y regular.

El 46% de la población considera que es bueno, el 43% regular y el 11% que es malo.

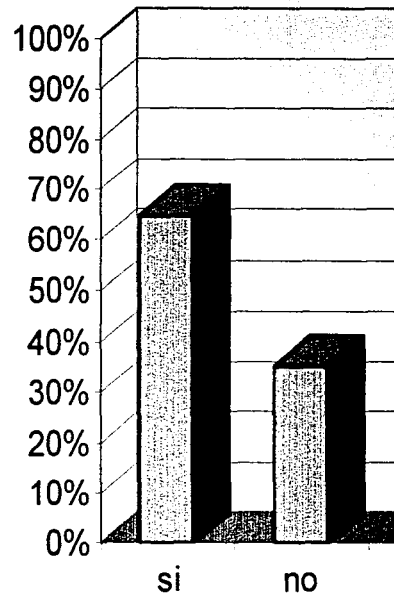


¿Considera usted que Bicosas puede mejorar su imagen?

a) Si      b) No

También se investigó el juicio del personal, al aplicar esta pregunta.

La población considera en un 63% que Bicosas puede mejorar, mientras que el 37% restante piensa que la situación actual de la imagen de la revista es apropiada.



### III.vi. Resultados del Análisis

Dados los resultados que la encuesta arrojó, se pueden obtener las siguientes conclusiones:

El personal más joven, está equilibrado en hombres y mujeres (edades menores de treinta y de treinta y uno a cincuenta años). Este personal, es el receptor al que más atención se le debe dar, puesto que es el personal que, generalmente, tiene menos tiempo laborando en la empresa y al que mayor atención se le debe prestar para implantar los objetivos de la misma; al personal restante sólo se le refuerza.

Por lo tanto, se deberá tomar en cuenta los juicios del personal joven.

Se debe obtener una imagen para la revista que sea fácil de reconocer, que sea atractiva a la vista, que no tenga mucho peso de tipografía y sí una gran variedad de imágenes adecuadas al tema de la misma.

Aunado a esto no se debe olvidar un código adecuado de una gama de colores y de tamaños de tipografías, con una fuente atractiva, que llame la atención y el interés del público.

Además la imagen debe ser de carácter industrial, que sea actual, que se vea moderna, y que se relacione con el desarrollo de la tecnología, sin perder el carácter formal que debe distinguir a esta revista y que es su cualidad más importante, ya que, a pesar de ser una revista interna, es uno de los medios que porta mensajes importantes para el buen desarrollo del Grupo de Empresas Bufete Industrial.

# Capítulo IV

Propuesta de Diseño

## Capítulo IV

### Propuesta de Diseño

En este último capítulo, se mostrará las diferentes propuestas de diseño, así como la propuesta final de la Revista Bicosas, tomando en cuenta la metodología, los diferentes tipos de formato, el color, la diagramación, entre otros.

#### IV.i Diseño y Disposición

Debido a que Bicosas es una revista interna, que no publicita productos o servicios que pueden aparecer en revistas comerciales, la disposición y el diseño de la misma puede ser mucho más libre.

##### IV.i.a. Metodología

El ordenamiento metodológico tiene una serie de características que lo hacen un apoyo recomendable, es un trabajo dialéctico, mucho mejor que los métodos empírico, intuitivo y deductivo.

La metodología servirá para organizar una estructura, definir el enfoque, operar con rapidez la búsqueda de soluciones y regula el proceso lógico del diseño. Esta metodología consiste en obtener, organizar y usar la información para plantear los términos del problema, luego, se buscarán alternativas para resolver el problema y al final, se resolverá el mismo mediante la elección de la alternativa más adecuada.

##### IV.i.b. Formato

En la actualidad, existen diferentes formatos para las revistas, la variedad de tamaños de las mismas es extensa, aunque cada revista tiene sus razones para utilizar cierto tamaño; es cierto que también se deben buscar ventajas del mismo, como el hacerlas más atractivas, fáciles de identificar, o la funcionalidad, o incluso que se ajusten a los formatos tradicionales utilizados en su país de origen.

En este caso se pueden estudiar varias opciones: el tamaño carta, tamaño oficio, media carta, media oficio, un formato cuadrado de 21.5x21.5cms, basado en el ancho del formato carta y oficio. Se toma en cuenta éstos dada la utilización del papel en pliegos cortados propiamente para medios impresos tales como libros, revistas.

Los formatos pequeños, como media carta o medio oficio, son utilizados generalmente en obras editoriales vastas tales como libros, donde se utiliza un gran tiraje, pero carecen de imágenes o tienen pocas, tales obras generalmente son libros de consulta o literatura diversa extensión más o menos larga; o bien, dichos formatos pequeños son utilizados para textos muy breves y concisos como folletos, folletines, invitaciones, textos que contienen información básica sobre un tema o algún acontecimiento; además, la capacidad y versatilidad de estos formatos es menor a carta y oficio.

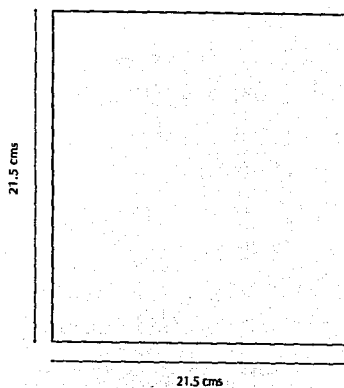


Figura 27  
Formato y escalas de un cuadrado basado en el ancho común de los formatos carta y oficio

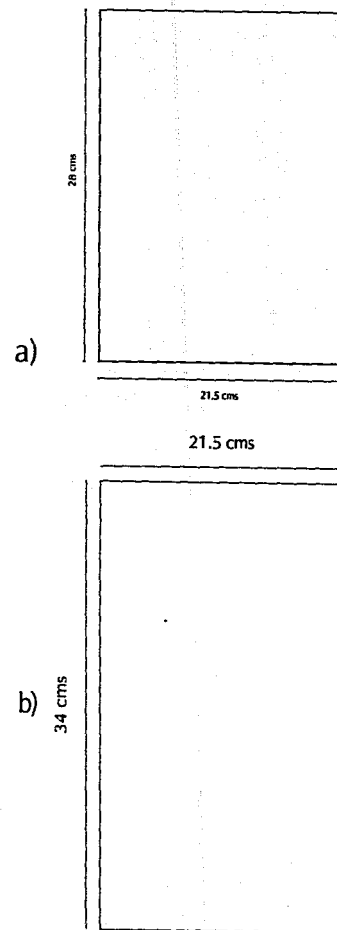
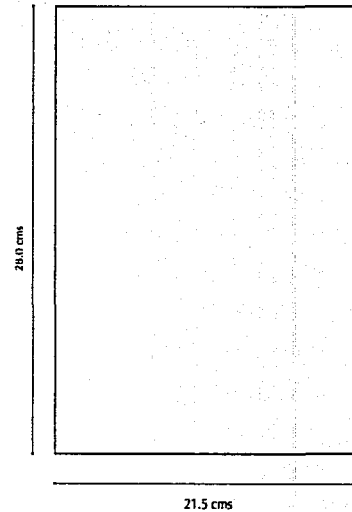


Figura 28  
Formatos comunes: carta a), y oficio b)

La mayoría de las revistas son impresas en tamaño carta, aunque hay otros formatos no tan comunes como el tabloide, pero son grandes y difíciles de transportar y archivar, cuestión que sucede también con el formato oficio, que, aunque es igual de ancho que el carta, su longitud es seis centímetros mayor que el carta, también encuentra ciertos problemas de transporte y archivamiento. Por todo lo anterior, se considera entonces, que el formato más adecuado para la revista Bicosas es el carta, debido a las ventajas prácticas que posee, ya que es fácil de usar, de transportar y coleccionar; además de las ventajas económicas y de aprovechamiento del papel que el formato posee.



*Figura 29.  
El formato más adecuado para la revista Bicosas es el carta,  
debido a las ventajas prácticas que posee*



El formato carta tiene ventajas de espacio para colocar imágenes de buen tamaño apreciables al lector y un buen número de caracteres en el texto sin eliminar los elementos gráficos que en este espacio se deban colocar; se utiliza el espacio extra que en un formato cuadrado se eliminaría, y en este caso sirve para colocar elementos de interés para los lectores, o hacer sobresalir más los títulos de los artículos.

Así pues, la revista Bicosas conservará el mismo formato y el mismo número de páginas que originalmente poseía, debido a la maniobrabilidad del formato, la habitualidad que el receptor tiene con dichas escalas, además de factores económicos y de reproducción.

#### IV.i.c. Color.

El color en la revista es un aspecto importante, dado que llama más la atención que las impresiones monocromáticas, principalmente si se utiliza en fotografías de buena calidad y adecuadas al artículo en el que se encuentran; además puede servir de guía para ubicar los artículos, de manera que sea fácil de comprender y de manejar para el lector, quien podrá localizar de manera rápida el material de lectura que le interesa.

Por primera opción, se podría utilizar un color por artículo en el índice, que debe coincidir también con el artículo ya en las hojas internas y en la numeración correspondiente; ese código permanecerá en todos los ejemplares.

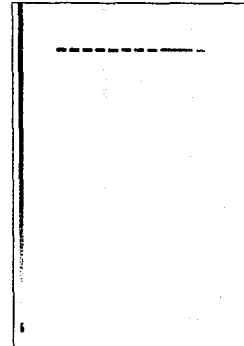
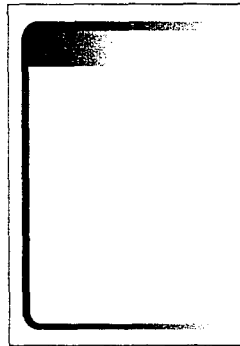
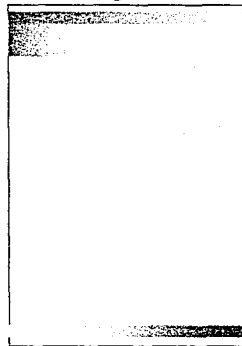
Sin embargo, por segunda opción cada ejemplar tendría su propio código de color, que no coincidiría con el ejemplar anterior ni con el siguiente.

En tercer lugar, se definirá un código de color en las secciones permanentes, es decir, en la editorial, el índice, las páginas centrales, etc., que no variaría en los ejemplares, además del código paralelo, correspondiente a los artículos que varían en los diferentes números.

En cualquiera de las tres opciones, los colores que se usen en los códigos deberán ser suficientemente contrastantes con el blanco del papel; es decir, se van a evitar colores tales como el amarillo, los grises muy claros y los colores con poca saturación, que se confundan con el papel.

El hecho de utilizar siempre los mismos códigos de color, acostumbra al lector a ubicar los artículos y evita que un nuevo código lo obligue a leer el índice en cada ejemplar. Además, hay artículos en la revista que son variables, debido a los temas que en cada número se tratan, lo cual obligaría a introducir de vez en cuando un nuevo color. En cambio, si se diseñan dos códigos paralelos, se combinarían dos actitudes del lector: ubicar por costumbre las secciones que siempre aparecen en la revista, y revisar el índice para saber qué hay de nuevo en los artículos que cambian en cada ejemplar. Por consiguiente, se llevará un código diferente en cada ejemplar para todos los artículos.

*Bocetos de códigos de colores*



*Figura 30.*

*En este boceto, se muestra una opción de la distribución de los elementos gráficos en las hojas internas. En este caso, toda la revista llevaría el mismo color marcado en el número correspondiente.*

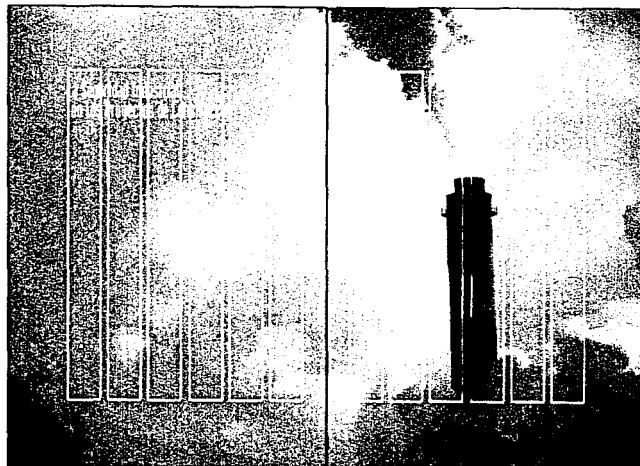
*Figura 31.*

*Aquí se ejemplifica otra opción, donde se marca también la zona del título, y el texto estaría rodeado de este elemento.*

*Figura 32.*

*Esta es una muestra que está mezclada con las dos opciones anteriores, tiene características, como la pleca ubicada en el extremo izquierdo, que marca el color que corresponde a la edición, pero la línea discontinua en la parte superior, marca el color que posee el título en el índice, que es el color que debe tener en la página interna que le corresponde. Esta opción es la que se ha escogido.*

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



*Figura 33.*

*Ejemplo de hojas centrales.*

*Las hojas centrales son las únicas en las que no se respetará el diseño de código de color, pues por su ubicación es fácil de localizar y por la importancia del artículo pueden ser hojas que resalten de las demás.*

Todas las hojas internas, excepto las centrales, deberán llevar siempre el código de color que corresponde al artículo de acuerdo al que está señalado en el índice. Posteriormente, habrán de bocetarse las hojas internas para marcar la diferencia de éstas con las demás, así como las semejanzas y diferencias que tienen entre ellas.

Como se mencionó, el código de color de las páginas centrales habrá de ser diferente, pues será la única sección en la que se podrán utilizar imágenes o fotografías como fondo o incluso fondos de color, usando el texto y los títulos en diferentes escalas de grises, o en calados, delineados (*outline*) o con negritas, según las necesidades del fondo.

Se podrán elegir fotografías que por su naturaleza se puedan ocupar como fondo, que formen texturas tales en las que se pueda colocar texto encima de las mismas. En caso de que se requiera, la imagen de fondo se puede alterar, ya sea aclarando u oscureciendo el área de la imagen donde se coloca el texto,

para usar un letras oscuras en el primer caso o calarlas en el segundo de ellos, de manera que ayuden a la buena lectura del artículo en su aspecto óptico, es decir, que tenga buena legibilidad. Por lo tanto, el código de color que en el índice pertenezca al artículo de las páginas centrales sólo servirá para diferenciarlo de los demás artículos.

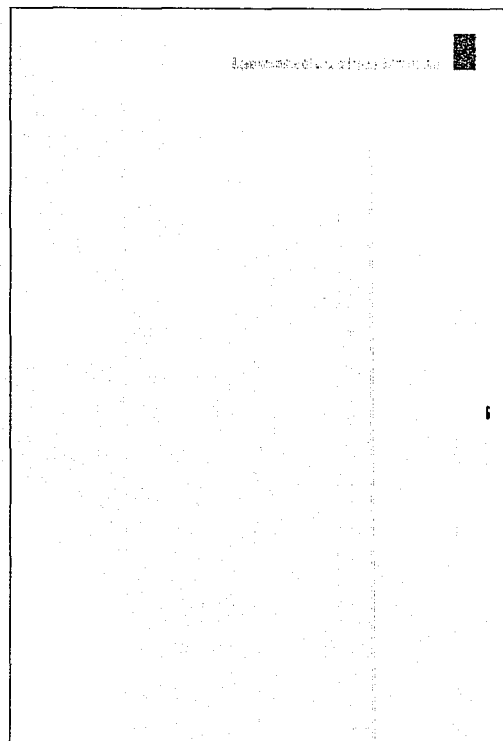
Debido a que Bicosas es un órgano informativo de 16 páginas y a la naturaleza de su encuadernación, la ubicación física de las páginas centrales no tiene mayor problema.

Los colores que corresponden a los artículos que varían en cada número no deberán ser los mismos que los de un artículo semejante del ejemplar anterior, a menos que éste sea una continuación; entonces se conservará el color que le correspondía desde el principio, y una vez terminado, se determinará un color diferente para otro artículo distinto.

#### IV. i.d. Distribución de los elementos en el plano gráfico

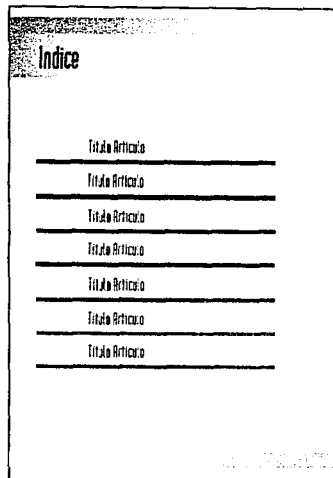
Todas las páginas internas (incluyendo las centrales) deberán llevar el nombre de la revista: *Organo de Informativo del Grupo de Empresas Bufete Industrial BICOSAS*; el logotipo del Grupo de Empresas y la numeración de la página. A continuación se procederá a bocetar diferentes distribuciones para dichos elementos.

En el boceto A), se sugiere la siguiente distribución: el membrete y el logotipo en la parte superior, y la numeración en la parte exterior media de la hoja, es una distribución en la que, sin duda, el membrete y el logotipo sobresalen, pero el manejo acostumbrado de las revistas e impresiones similares nos indican que son tomadas de las partes medias externas para poder hojearlas de una manera práctica, lo cual ocasionaría obstruir la visión para leer los números de las páginas.

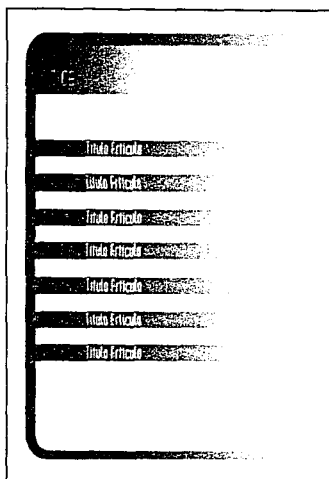


*Boceto A)*

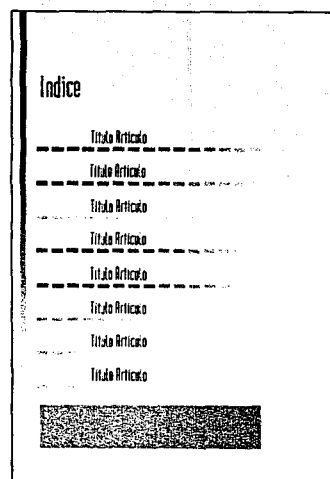
*Figura 37*  
*Boceto de distribución de los elementos básicos en las hojas internas.*  
*En esta distribución, el manejo acostumbrado de la localización de la numeración de las páginas se altera.*



*Figura 34.*  
 En el índice, se bocetó también tres propuestas.  
 Esta es una hoja en donde los temas se dividen  
 en colores.



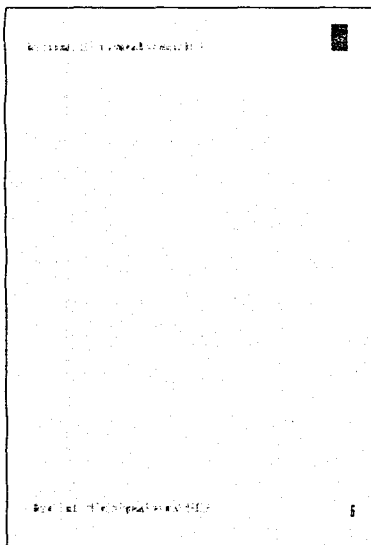
*Figura 35.*  
 En este boceto, todos los temas tendrían el mismo  
 color, y en el siguiente número, habría un color  
 diferente.



*Figura 36.*  
 Esta muestra es un ejemplo del índice ya definido,  
 donde se muestra el color que corresponde a toda  
 la revista (pleca ubicada al costado izquierdo de  
 la página) y las líneas discontinuas muestran el  
 color que le corresponde a cada artículo.

Sin embargo, el B) tiene la numeración marcada en el extremo inferior exterior de las páginas, un lugar muy familiar para la numeración de los impresos de este tipo, que además es usual para el lector. Contiene el membrete en los extremos superior e inferior de la hoja y el logotipo en el extremo exterior superior; el membrete sugiere repetición, dado que en la publicación abierta, el membrete se repetirá cuatro veces y el logotipo dos.

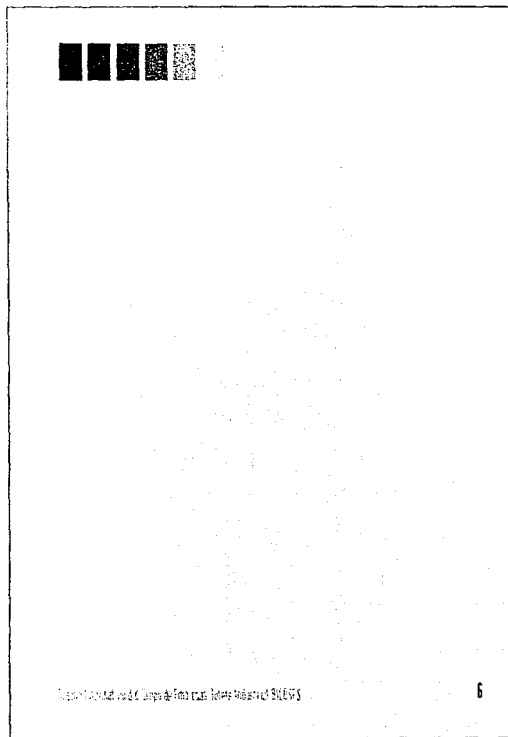
Finalmente, el boceto C), con repeticiones degradadas del logotipo del grupo en la parte superior; la numeración en el extremo exterior inferior y el membrete en la parte inferior de la hoja, de manera que el nombre *Bicosas* aparece junto a la numeración de las páginas impares, lo cual proporciona una repetición permanente del nombre de la revista, en tanto el lector esté



Boceto B)



buscando los artículos, por página o por color, razones por las cuales el boceto C) es el adecuado para la distribución de los elementos en las páginas internas.



Por reglas de uso del logotipo de Bufete Industrial, el degradado sólo se podrá utilizar en esta revista en porcentajes de negro hacia blanco. Serán siete repeticiones del logotipo, que van del margen interior de la página al exterior en degradado con porcentajes que cambian de 10% en 10%, es decir, el primer logotipo será de 70% de negro, el segundo de 60%, y así sucesivamente, hasta que quede en un 10% de negro.

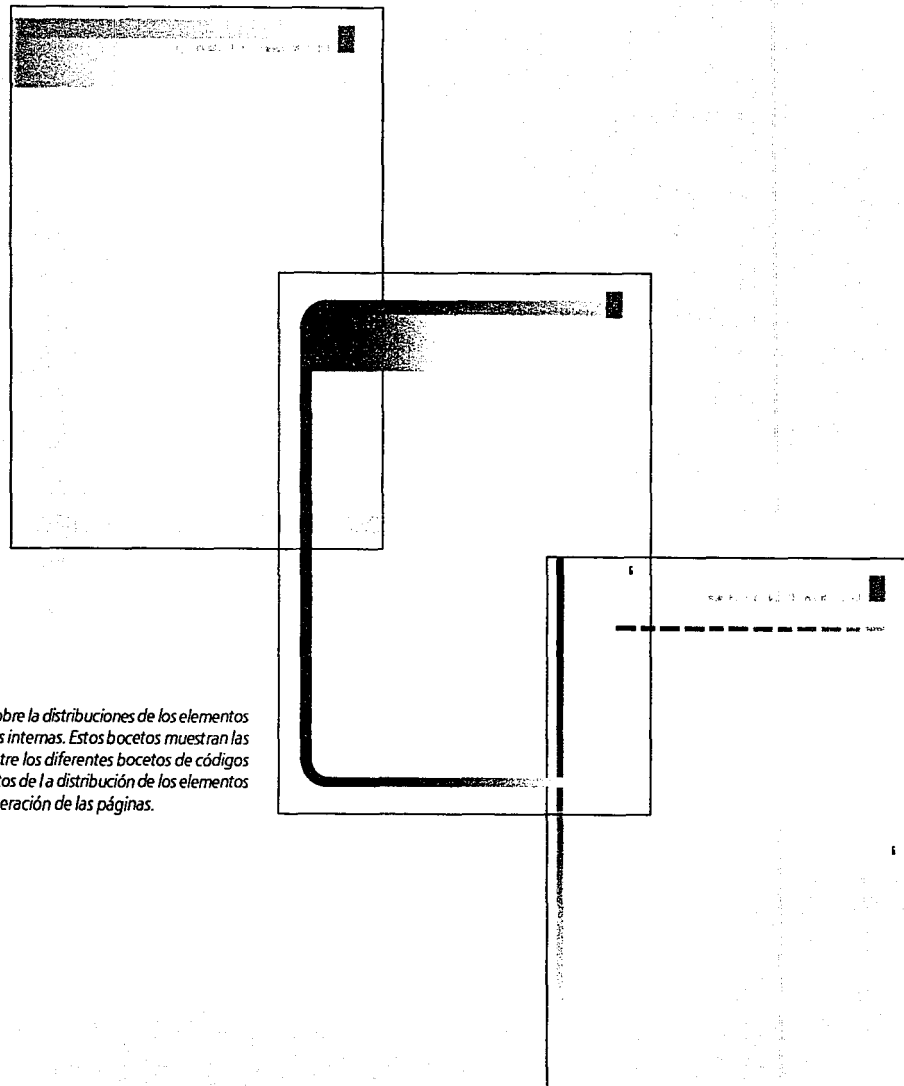
El membrete de la revista se imprimirá en 40% de negro, mientras que la numeración será de negro sólido.

Ahora, esta distribución se combinará con los códigos de color antes mencionados.

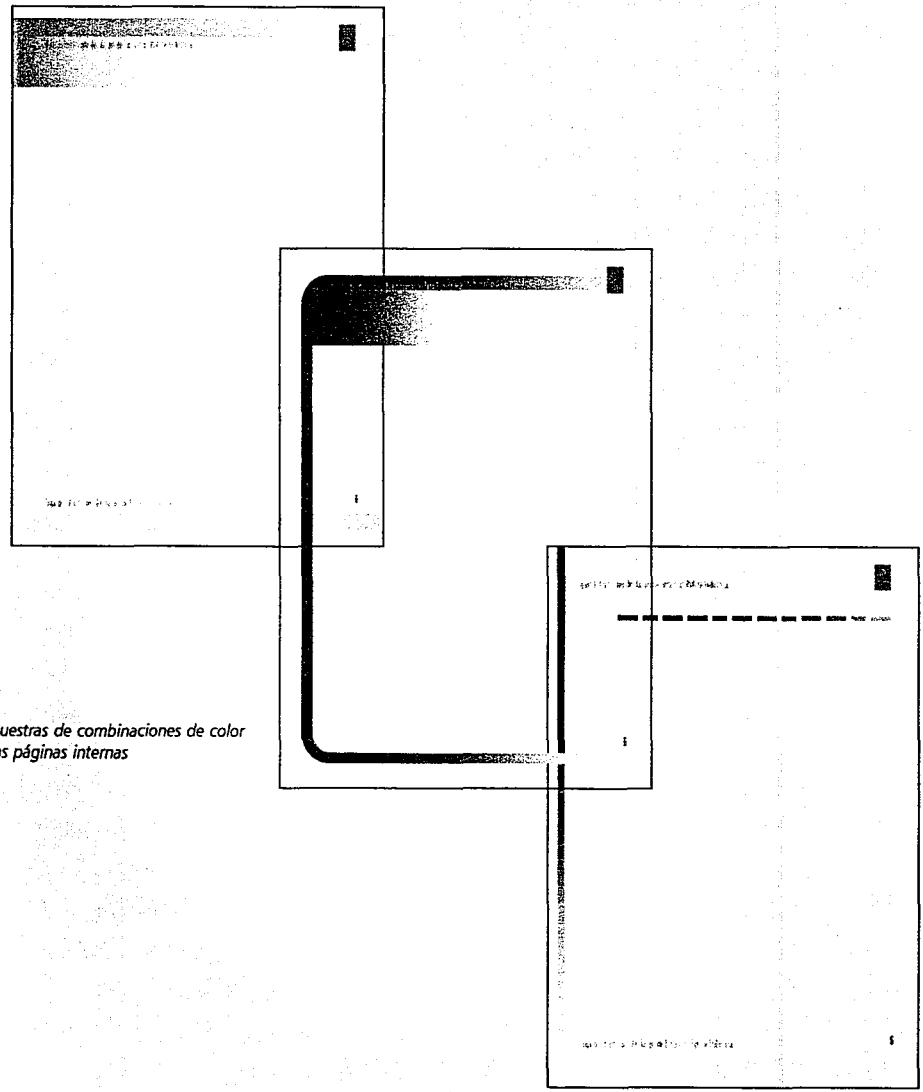
A continuación, se bocetarán diseños de color sobre los elementos que ya se han distribuido anteriormente.

**Boceto C)**

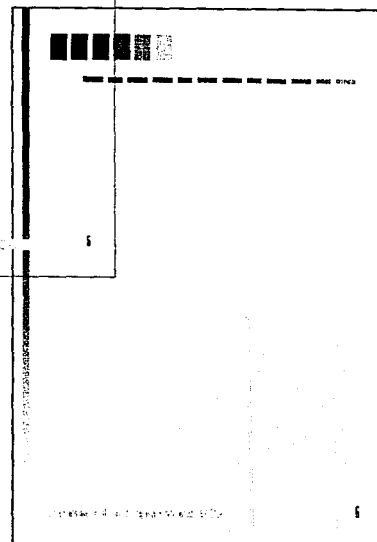
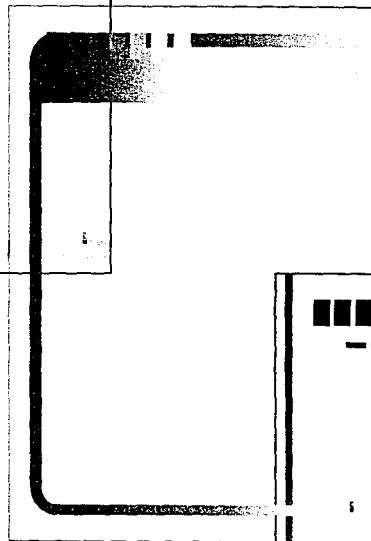
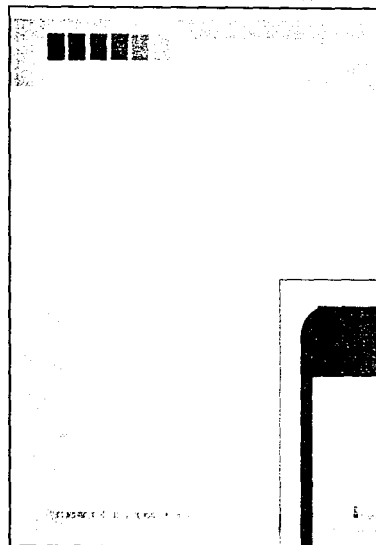
*Este diseño será el que se utilizará en la revista, pues tiene los suficientes elementos para que, combinado con los códigos de color no pierdan importancia*



*Figura 38.*  
*Bocetos de color sobre la distribución de los elementos básicos en las hojas internas. Estos bocetos muestran las combinaciones entre los diferentes bocetos de códigos de color y los bocetos de la distribución de los elementos tales como la numeración de las páginas.*



*Figura 39.*  
*Estas son otras muestras de combinaciones de color*  
*y elementos en las páginas internas*



*Figura 40.*  
*En estos bocetos se puede mostrar que la mejor opción*  
*es la ubicada en el extremo inferior derecho de esta*  
*página.*

#### IV.i.e. Reticulación y Disposición Tipográfica

Antes de tratar la reticulación y la disposición de la tipografía, se tiene que definir de entrada la fuente alfabética que se va a utilizar en la revista, dado que ésta definirá en parte el estilo de la publicación, y será la fuente que se usará siempre.

Para este fin, se tendrán que analizar las diferentes familias de tipos y así escoger la que mejor se adapte a los fines de la revista.

Según Gérard Blanchard, en su libro *La Letra*, los estilos tipográficos se pueden clasificar en diez grupos:

1. Las góticas y civiles
2. Las humanas
3. Las galdas
4. Las reales o de transición
5. Las didonas
6. Las mecanas o egipcias
7. Las incisas
8. Las lineales geométricas
9. Las lineales moduladas
10. Las escritas

En esta hoja, se muestran ejemplos de estos grupos formando la palabra "hamburgefions". Según Blanchard, es probable que esta palabra sea originaria de Alemania, y tiene la característica de que presenta todos los aspectos gráficos del alfabeto latino, permitiendo así una buena apreciación de las formas características de cada grupo.

**HAMBURGEFIONS**

hamburgefions

**HAMBURGEFIONS**

hamburgefions

*Familias Góticas y Civiles. Muestra: Certificate y Gothic, respectivamente.*

**HAMBURGEFIONS**

hamburgefions

*Familia Humanas. Muestra: Cathedral*

**HAMBURGEFIONS**

hamburgefions

*Familia Galdas. Muestra: Enchantment*

**HAMBURGEFIONS**

hamburgefions

*Familia Reales o de Transición. Muestra: Baskerville*

HAMBURGEFIONS  
hamburgefions

Familia *Didonas*. Muestra: *Sweez*

HAMBURGEFIONS  
HAMBURGEFIONS

Familia *Mecanas* o *Egipcias*. Muestra: *Nimrod*

HAMBURGEFIONS  
hamburgefions

HAMBURGEFIONS  
hamburgefions

Familia *Incisas*. Muestra: *Arial*

HAMBURGEFIONS  
hamburgefions  
HAMBURGEFIONS  
hamburgefions

Familia *Linales Geométricas*. Muestra: *Futura*

HAMBURGEFIONS  
hamburgefions

HAMBURGEFIONS  
hamburgefions

Familia *Linales Moduladas*. Muestra: *Times New Roman*

HAMBURGEFIONS  
hamburgefions

HAMBURGEFIONS  
hamburgefions

Familia *Escritas*. Muestra: *Coronation Script*

De estas fuentes, las *góticas* y *civiles*, las *humanas*, las *garaldas*, las *reales* o *de transición*, las *didonas* y las *mecanas* o *egipcias* poseen patines, que aunque tienen sus diferencias, connotan elegancia, tradición, austeridad.

Caso diferente son las *incisas*, las *lineales geométricas* y las *lineales moduladas*, caracteres de palo seco que connotan modernismo, industria y funcionalismo.

Las *escritas*, letras que simulan la escritura a mano, connotan los intercambios epistolares tradicionales, también connotan la espontaneidad del trazo.

HAMBURGEFIONS  
hamburgefions

*HAMBURGEFIONS*  
*hamburgefions*

*Familia Incisas. Muestra: Óptima*

Dadas estas explicaciones, se puede decidir que los estilos de letras más conveniente para la revista son las familias de las incisas, las *lineales geométricas* y las *lineales moduladas*. Se analizarán las tres para elegir la fuente de letra apropiada.

Las *incisas* tienen una forma que oscila entre la romana tradicional y el palo seco. Los asientos de las mayúsculas terminan en una forma triangular poco perceptible y las minúsculas poseen esa misma cualidad, pero menos marcada. Las cursivas sólo se inclinan un poco. Las fuentes que pertenecen a esta familia connotan un clasicismo modernizado.

Las *lineales geométricas* son letras de palo seco en donde el signo es reducido a su acepción más simple. Las mayúsculas hacen alusión a las

antiguas formas fenicias, griegas y etruscas. Las minúsculas se valen de círculos y líneas rectas que, acomodados de diversas maneras, obtienen los diferentes caracteres, y donde las líneas tienen un grosor constante. Las cursivas se diferencian sólo por una leve inclinación.

El grupo de las lineales moduladas comprende letras de *palo seco*, que conservan las diferencias de grosor en los trazos que poseen las romanas. También se les llama letras "lineales humanísticas".

**HAMBURGEFIONS**  
**hamburgefions**  
***HAMBURGEFIONS***  
***hamburgefions***

*Familia Lineales Geométricas. Muestra: Futura*

HAMBURGEFIONS  
hamburgefions  
*HAMBURGEFIONS*  
*hamburgefions*

*Familia Lineales Moduladas. Muestra: Antique Olive*

La línea que traza las minúsculas es más o menos modulada y tradicional, pero las letras no tienen asiento. Esta familia connota un modernismo elegante.

Además de este factor, se deben tomar en cuenta las características que la letra debe poseer para causar el efecto deseado, para esto se debe definir el grupo en que se encuentra la revista como objeto de lectura, según su naturaleza y su temática.

Desde el punto de vista del emisor, existen tres tipos de disposiciones en la composición de texto: *la de obra, la de prensa y la de trabajos menudos*.

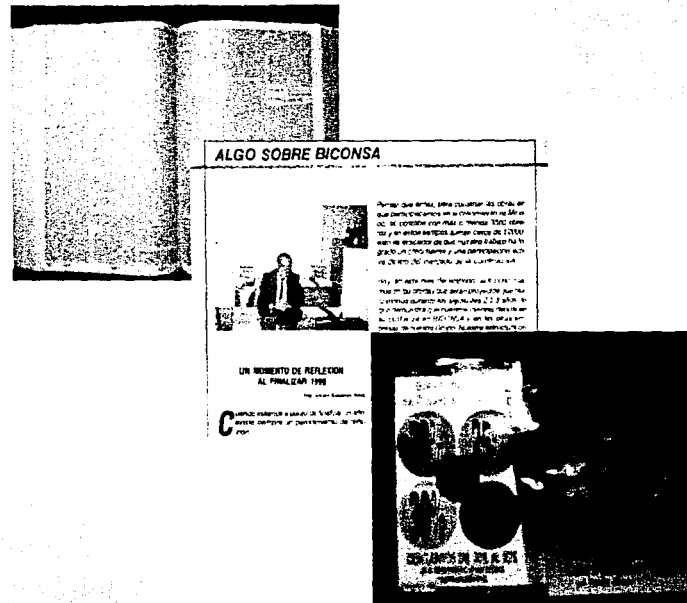


Figura 41.  
Tipografía de obra (1), de prensa (2) y trabajos menudos (3)



La *composición de obra* comprende todos aquéllos trabajos que contienen una lectura continua, lineal como las novelas, y discontinua o fragnemitaria como los diccionarios.

La *composición de prensa* es aquélla que contiene lecturas discontinuas, fragmentos de texto, con temas breves, como los periódicos y revistas.

Por último, la *composición de trabajos menudos* se refiere a los textos breves que son percibidos globalmente y donde la impresión es elaborada sobre sustratos diferentes, como los membretes, invitaciones, carteles breves, etc.

En cuanto al receptor, existen dos variables:

La *tipolectura*, que es la *lectura analítica* de un libro, y la *tipovisión*, lectura global de publicidad o propaganda.

Por otra parte existen dos clases diferentes de lectura. La primera de ellas es la *lectura discontinua*, la segunda comprende la *tipovisión* y la *lectura global*.

La lectura discontinua es aquélla que tiene lecturas parciales, que necesitan un sistema lógico de acceso, como temas, palabras clave, órdenes que aparezcan de una manera periódica en el mismo

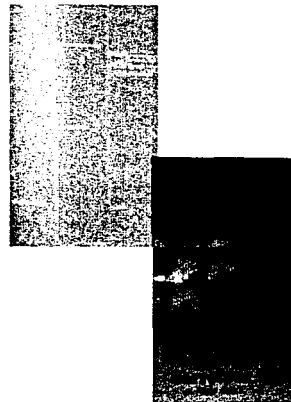


Figura 42.  
Tipolectura y tipovisión

DIRECTORIO

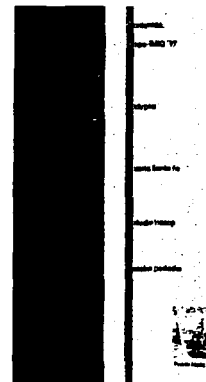


Figura 43.  
Lectura discontinua y tipovisión y lectura global

lugar, además de una jerarquización visible. Esta lectura es propia de los libros y revistas, enciclopedias, catálogos y diccionarios.

La tipovisión y la lectura global tiene una intención publicitaria, contraria a la de los libros, pues busca el impacto visual. Debe atraer y fijar la atención. En este caso, la ley de los contrastes eficaces se hace más imperativa, se marca más y se vuelve más violenta.

Para la revista, se deben situar diferentes constantes visuales de identificación. "Estas constantes son la *marca del producto* (el título), la *marca de la serie* (la colección o el género) y la *marca del productor* (del editor).

Estas constantes se establecerán por medio de la similitud.

- a) De las estructuras de la compaginación utilizadas (donde interviene la retícula).
- b) De las formas de los caracteres, desde el diseño del logotipo hasta los caracteres conexos.
- c) De una gama de colores predeterminada."<sup>2</sup>

2. Blanchard, Gérard. La Letra. Ediciones CEAC, S.A. España, 1990, pág. 164

Después de este análisis, se puede concluir que la familia de letras que se adecua a las necesidades de la revista es la familia de las lineales geométricas, ya que por sus connotaciones, pueden transmitir impresiones que convienen al carácter temático de la revista.

De acuerdo a las ideas establecidas anteriormente, se deberá utilizar una fuente que pertenezca a la de las lineales geométricas. En seguida, serán mostradas aquellas familias que son consideradas adecuadas al perfil de la revista, y se revisarán sus diferentes variantes (normal, negrita, cursiva):

### *Avant Garde*

Normal

HAMBURGEFIONS  
hamburgefions

Negrita

HAMBURGEFIONS  
hamburgefions

Cursiva

*HAMBURGEFIONS*  
*hamburgefions*

*Corporate Black*

Normal

**HAMBURGEFIONS**  
**hamburgefions**

Negrita

**HAMBURGEFIONS**  
**hamburgefions**

Cursiva

***HAMBURGEFIONS***  
***hamburgefions***

*Industrial Extended*

Normal

**HAMBURGEFIONS**  
**hamburgefions**

Negrita

**HAMBURGEFIONS**  
**hamburgefions**

Cursiva

***HAMBURGEFIONS***  
***hamburgefions***

*Chainlink*

Normal

HAMBURGEFIONS  
hamburgefions

Negrita

HAMBURGEFIONS  
hamburgefions

Cursiva

*HAMBURGEFIONS*  
*hamburgefions*

*Haettenschweiler*

Normal

**HAMBURGEFIONS**  
**hamburgefions**

Negrita

**HAMBURGEFIONS**  
**hamburgefions**

Cursiva

***HAMBURGEFIONS***  
***hamburgefions***

De estas fuentes, y de acuerdo a la temática de Bicosas, se puede definir que la fuente adecuada para la misma es la *Industrial*, firme, original y legible, muestra modernismo, estructura y tecnología, sin dejar de mostrar cierto formalismo favorable para la imagen de *Bufete Industrial* y para la revista.

A pesar de este juicio, a continuación se presentarán con el nombre las diferentes fuentes, a fin de reafirmar la decisión para, a continuación, formar una portada adecuada a la revista.

Se sugieren en el título utilizar sólo bajas, pues el logotipo del Grupo Bufete Industrial, son las siglas B.I. en bajas.

Antes de decidir el diseño de las hojas internas, se deberá decidir la portada; ésta surge "de la necesidad de clasificar una producción que se incrementa"<sup>3</sup>, además que indica el nombre del autor, posee un título, y proporciona algunos datos del origen del ejemplar.

La portada es también una composición; se deberán disponer de elementos varios (tipografía e imágenes, viñetas, balazos, etc.) para obtener un buen impacto visual.

bicosas

**bicosas**

bicosas

bicosas

**bicosas**

3. Blanchard, Gérard. La Letra. Ediciones CEAC, S.A. España, 1990, pág. 162

Para poder obtener una buena disposición de los elementos impresos, hay que tomar en cuenta diferentes aspectos según Gérard Blanchard en el libro *La Letra* donde señala que "la situación de estos elementos en el plano o espacio gráfico se lleva a cabo por:

1. Los diferentes hábitos de lectura
2. Los factores ópticos que, según las épocas, ponen de manifiesto la estructura propia de los diferentes géneros literarios
3. Los factores estéticos que dependen de la moda o de las corrientes del gusto
4. Los factores socioculturales que influyen en nuestra aprehensión del espacio y su representación simbólica."<sup>4</sup>

Aunados a estos factores, se deben tomar en cuenta los hábitos de lectura occidentales, en donde se concede mayor valor a las áreas superiores que a las inferiores, como título-subtítulo-texto, y el orden de lectura de izquierda a derecha, que se pueden interpretar como pasado-futuro.

También se debe tomar en cuenta el sentido, es decir, la manera en que el texto "lleva" al lector dentro del sustrato, manejado por la manera en que están acomodados los elementos que intervienen en el diseño de una página y de la totalidad de la revista.

4. Blanchard, Gérard. *La Letra*. Ediciones CEAC, S.A. España, 1990, pág. 141

Como ya mencionamos anteriormente, la revista llevará un formato carta, en donde se distribuirán los elementos que la portada lleva, además de diseñar una disposición tal que, de acuerdo a los hábitos de lectura de la cultura occidental observan.



*Figura 44.  
Boceto de portada. Se distribuirán los elementos que la portada lleva,  
además de diseñar una disposición tal que, de acuerdo a los hábitos de  
lectura de la cultura occidental observan.*



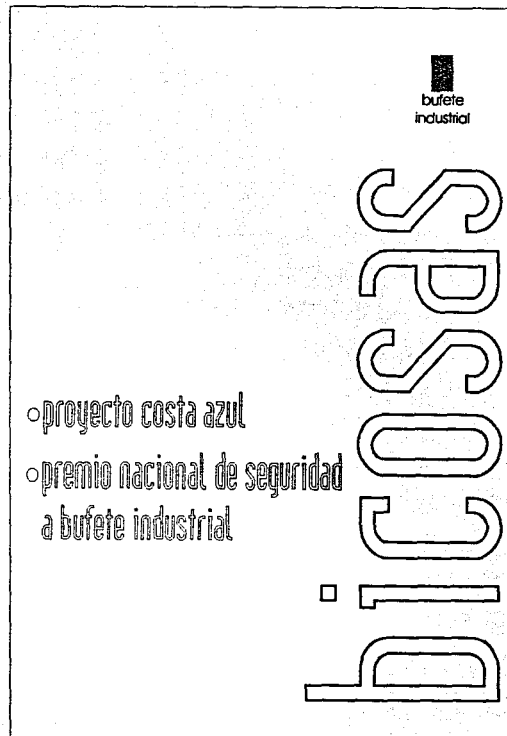


Figura 45.  
Boceto de portada. En este boceto se observa una disposición diferente,  
donde el nombre de la revista es mosrado en el costado derecho del  
sustrato.

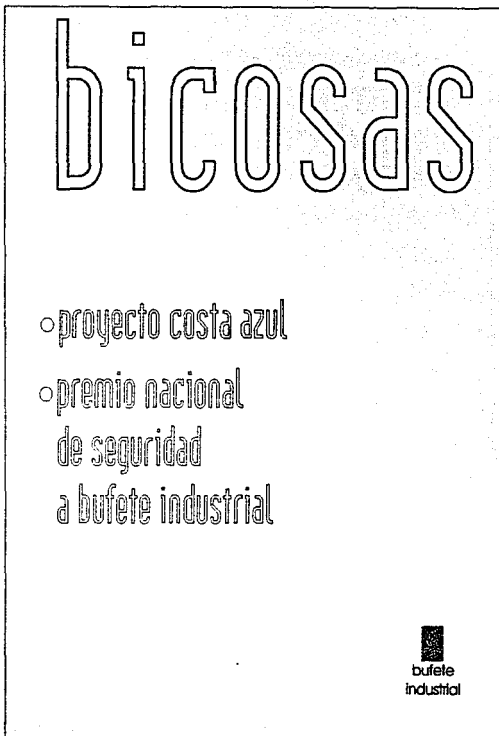


Figura 46.  
Boceto de portada.

Los elementos se colocarán en diferentes posiciones para así decidir el diseño adecuado para la revista

La portada se dividirá en cuatro partes horizontales iguales, y contando de arriba hacia abajo, se destinará la primera para el título; en la división entre la primera y la segunda se colocará la información correspondiente a ese número, y en las tres partes restantes se distribuirán los balazos, acomodados siempre desde la parte inferior izquierda, mientras que en la superficie inferior derecha se destinará al logotipo del Grupo, que medirá de alto junto con su

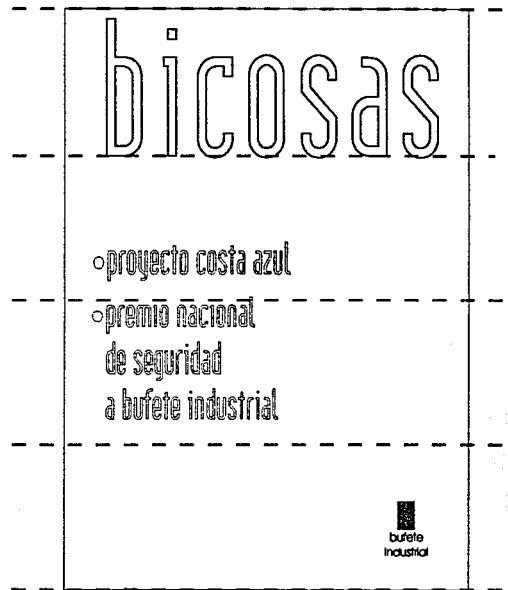
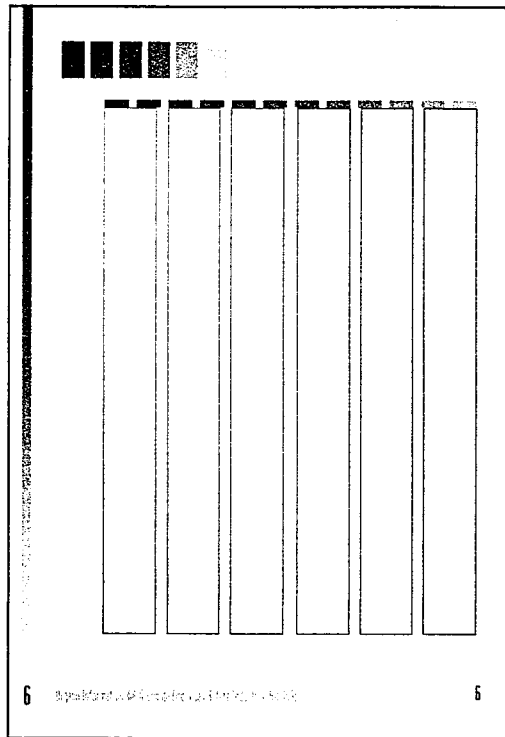


Figura 47.

La portada se dividirá en cuatro partes horizontales iguales, y contando de arriba hacia abajo, se destinará la primera para el título; en la división entre la primera y la segunda se colocará la información correspondiente a ese número, y en las tres partes restantes se distribuirán los balazos

razón, una cuarta parte (la inferior) de la división antes mencionada, creando contraste con la imagen de fondo con sólo blanco, negro 100% o en porcentajes de impresión variables, o el color institucional. A partir de la contraportada empezará la diagramación de la revista.

Las hojas internas deben llevar un patrón que tendrá toda la revista y en todos sus números. Este debe ser lo suficientemente funcional como para permitir una buena legibilidad, así como el uso más o menos libre de los títulos y los subtítulos con el fin de llamar la atención del receptor, además de que permita la variedad de usos por el número de columnas permitidas con los promedios de caracteres por línea y también por su aspecto estético.



*Figura 48.*  
*Muestra de márgenes y columnas de las hojas interiores. Los márgenes exterior, superior e inferior serán de 40 mm de ancho, mientras que el margen interior será de 20 mm. Los márgenes de 40 mm obedecen al espacio destinado a los elementos gráficos que apoyarán a la revista.*

Por consiguiente, se harán diferentes bocetos con pruebas de columnas, de títulos y subtítulos, a manera de decidir qué opción será la más adecuada.

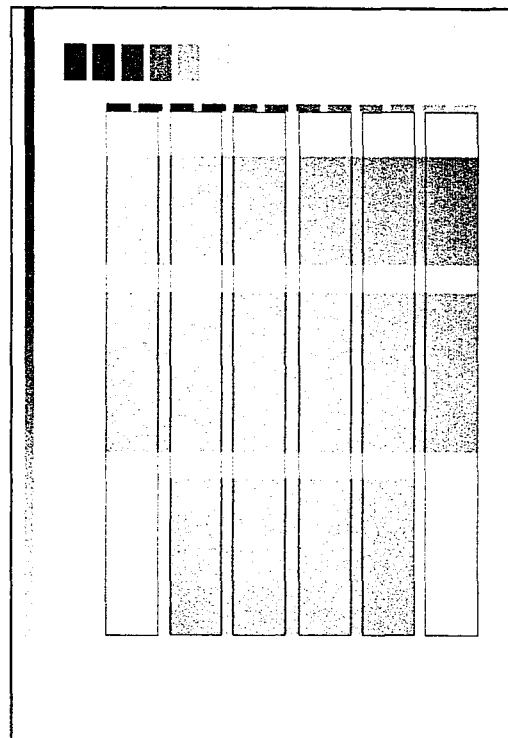
Las hojas internas serán en el formato carta con los siguientes márgenes: los márgenes exterior, superior e inferior serán de 40 mm de ancho, mientras que el margen interior será de 20 mm. Los márgenes de 40 mm obedecen al espacio destinado a los elementos gráficos que apoyarán a la revista, mientras que el interior es de encuadernación.

Dentro del área antes marcada, se colocarán 6 columnas verticales de 5mm de medianil; esto con el fin de elaborar una variedad de columnas como se ejemplifica en la imagen izquierda. Esta variedad de columnas falsas sirven para obtener también una variedad de diagramaciones que puedan obedecer a factores tales como el tamaño del artículo, la variedad de imágenes que éste tenga, o simplemente por cuestiones estéticas.

En la contraportada o segunda de forros se colocará la lista de artículos de cada número con su color correspondiente, marcando el número de página de cada artículo y en la parte inferior de la hoja se colocará los créditos y agradecimientos de colaboradores, además de información acerca de la revista.

Por otra parte, en las páginas internas se podrá jugar con el número y ancho de columnas antes mencionado, tomando en cuenta que la medida para la fuente correspondiente al texto será de 16pts. máximo y 12pts. como medida mínima, debido a las características de la fuente (ya que es compacta) y a las necesidades del área y el artículo; siempre procurando en la mayoría de los casos mantener una constante de 40 a 60 cc/l, sin importar el número de columnas que la caja de texto ocupe.

El texto no debe salir de la caja y debe buscarse una disposición tal que con las ilustraciones se logre que el texto ocupe toda la caja. En caso de que el artículo sea muy breve, se colocará en el centro de la caja o equilibrado con fotografías.



*Figura 49.*  
*Muestras de las opciones de distribución de texto en las páginas internas de acuerdo a las columnas. Es necesario tener un número de caracteres por línea de manera que para el lector le resulte fácil la lectura.*

En cuanto a textos breves, como los subtítulos, se utilizará un puntaje de 20 a 30 puntos, alineado en la parte superior izquierda de cualquiera de las primeras tres cajas de texto de izquierda a derecha. Los subtítulos deben poseer una información breve y concisa del tema tratado; nunca deberán ser de mayor puntaje que los títulos y la diferencia de tamaño debe notarse a simple vista.

Los títulos, colocados fuera de la caja de texto y con disposición libre, serán de 24 hasta 40 puntos, según las necesidades; pero éstos siempre serán mayores respecto a los subtítulos y el texto.

El puntaje de un mismo título puede variar, dependiendo de la composición que se dé al texto, además de variar el interlineado y el interletraje si es necesario, pero sin variar la fuente tipográfica antes mencionada.

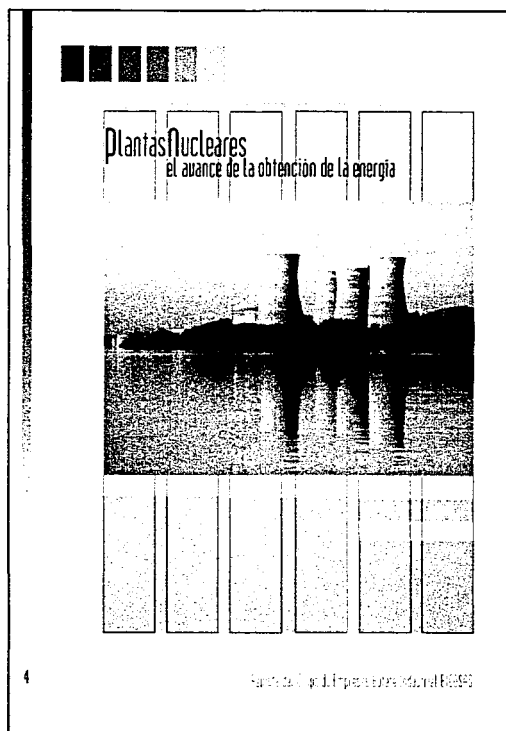


Figura 50.  
Muestra de las páginas internas de acuerdo a las jerarquías de texto. Los subtítulos no serán mayores que los títulos, pero sí respecto al texto. Además de que las fotos deben ser de buena calidad, entendibles y con un cierto sentido estético.

Industrial

Industrial

*Ejemplo de texto títulos, de 24 puntos (arriba) y 40 puntos (abajo).*

Industrial

Industrial

*Ejemplo de texto para subtítulos, de 20 puntos (arriba) y 30 puntos (abajo).*

El Grupo Bufete Industrial es una empresa mexicana dedicada a la ingeniería y la construcción en la planeación e implementación de nuevas empresas industriales; a la reconstrucción, modernización y ampliación de las ya existentes y a la elaboración de obras de infraestructura, desarrollo urbano y edificación.

*Ejemplo de texto para hojas internas, con fuente Industrial, 12/14.4 pts.*

El Grupo Bufete Industrial es una empresa mexicana dedicada a la ingeniería y la construcción en la planeación e implementación de nuevas empresas industriales; a la reconstrucción, modernización y ampliación de las ya existentes y a la elaboración de obras de infraestructura, desarrollo urbano y edificación.

*Ejemplo de texto para hojas internas, con fuente Industrial, 14/16.8 pts.*

El Grupo Bufete Industrial es una empresa mexicana dedicada a la ingeniería y la construcción en la planeación e implementación de nuevas empresas industriales; a la reconstrucción, modernización y ampliación de las ya existentes y a la elaboración de obras de infraestructura, desarrollo urbano y edificación.

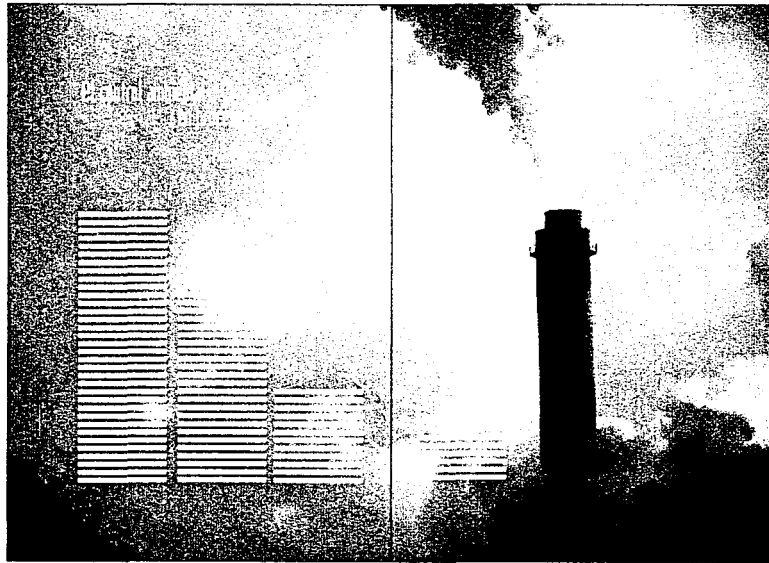
*Ejemplo de texto para hojas internas, con fuente Industrial, 16/19.2 pts.*



#### IV.i.f. Relación de Imágenes y Texto

En este apartado, se analizará tanto la relación de las imágenes de la portada y las de las páginas interiores con respecto al texto y contenido de la revista.

La mayoría de los medios impresos relacionan en la actualidad los textos y las ilustraciones, elementos significativos que, a su vez, son llamadas visuales, que argumentan el origen y el perfil del impreso que representan. En algunos casos, el texto se convierte en imagen. Con fotografías y/o dibujos mezclados con texto se pueden crear impactos visuales satisfactorios como lo muestra la imagen inferior.



*Figura 51.*

*En esta lámina, se muestra la importancia que el impacto de la imagen debe causar al lector, se puede suponer que el área que las páginas abarcan es mucha para el texto asignado, sin embargo, éste utiliza una superficie adecuada de manera que la fotografía causa un impacto visual.*

La imagen, sin duda, debe tener un impacto visual efectivo, pero deberá ser manejada de una manera en que el título tampoco pierda impacto, analizando los diferentes tamaños de éste, de la imagen y de la relación entre los dos, sin excluir los balazos y la información que la portada debe proporcionar. (Ver figuras siguientes)

Tanto en la portada como en las páginas internas se deben evitar gráficas, viñetas o fotografías que carezcan de nitidez, ya sea por naturaleza de las mismas o por la ampliación de éstas. Así mismo, se omitirán aquéllas fotografías que contengan una variedad de elementos tales que ocasionen distracción o confusión al lector.

La fotografía de la portada debe ser relacionada preferentemente con el tema principal de la revista, o con algún otro tema incluido en los balazos de la portada, esta imagen no se repetirá en las hojas internas.

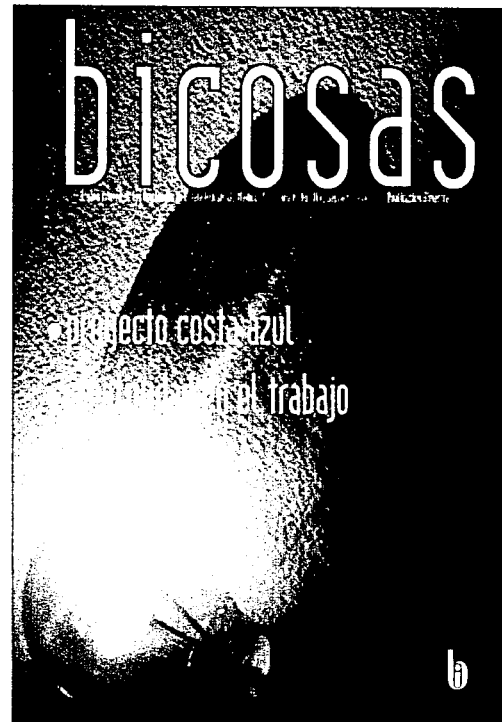


Figura 52.

Esta lámina y la de la siguiente página, muestra la importancia que la imagen tiene en las portadas, ya que, dado que es la primer página que generalmente observa el lector, es el primer impacto en él que debe ser bueno.



*Figura 53.*

*Tanto en la portada como en las páginas internas se deben evitar gráficas, viñetas o fotografías que carezcan de nitidez, ya sea por naturaleza de las mismas o por la ampliación de éstas*

En cuanto a las fotografías de las páginas interiores, todas las fotografías y las gráficas deberán tener un pie de foto, a fin que el lector obtenga una información rápida de la imagen, y en caso de que la imagen esté rodeada por texto, ésta tendrá dos líneas de texto más un medianil de marco con respecto al texto.

Las imágenes no deberán ser menores a la equivalencia de 2 columnas de ancho; sin embargo, podrán ser tan grandes como el artículo lo demande, sin que éstas no pierdan calidad.

Este patrón seguirá en todas las páginas, excepto las páginas centrales, pero se incluirá la segunda de forros como última página interna.

La cuarta de forros, tendrá la imagen utilizada en la portada, con el logotipo del Grupo Bufete Industrial en la parte central inferior de la página.

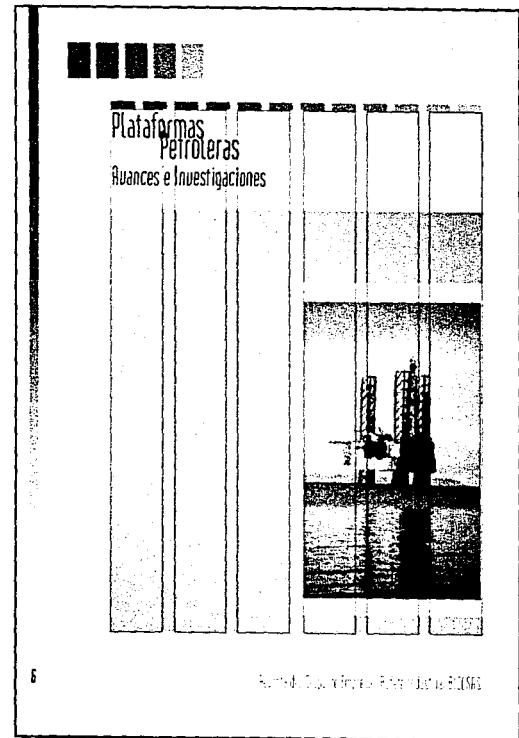


Figura 54.  
Páginas Interiores. Se deberá tener cuidado con las imágenes, pues estas tendrán que ser explícitas y claras para todos los trabajadores, no deberán ser menores de dos columnas de ancho pero se tendrá cuidado en la definición de la imagen.



Figura 55.  
Muestra de cuarta de forros de la revista Bicosas, que será la única página donde aparecerá la misma imagen que la portada poseerá en cada número.

En cuanto a las fotografías de las páginas interiores, todas las fotografías y las gráficas deberán tener un pie de foto, a fin que el lector obtenga una información rápida de la imagen, y en caso de que la imagen esté rodeada por texto, ésta tendrá 5mm de marco con respecto al texto.

Las imágenes no deberán ser menores a la equivalencia de 2 columnas de longitud; sin embargo, podrán ser tan grandes como el artículo lo demande, sin que éstas no pierdan calidad.

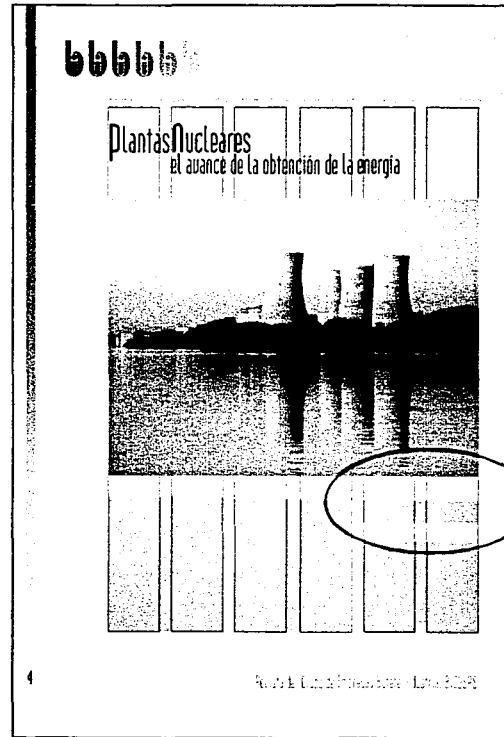


Figura 56.  
Página interior con fotografías, todas las fotografías y las gráficas deberán tener un pie de foto.

# Conclusiones

## Conclusiones

El diseño gráfico, es, sin duda, una muy buena herramienta para atraer la atención visual del receptor. Esta atracción es la que en un principio, induce al mismo a interesarse por el mensaje que es transmitido. Cuando la mayor atención es centrada en un objeto, es más fácil conservarlo en la memoria, y a veces, hasta recordarlo por un tiempo largo. Esta es la razón por la cual hay una competencia para ganar la atención, si no total, la mayor posible, del receptor.

Cuando se diseña, se trata de presentar una disposición de elementos, texturas, objetos, colores, textos, etcétera, donde la combinación de todos éstos resulte lo más atractivo posible dentro del ámbito en el que se desarrolla, pues se debe tener en cuenta que este diseño se enfrentará con otros que competirán por la atracción total del receptor. Esta atracción se debe al buen manejo de factores como la dimensión, la disposición de los elementos, el color y otros factores que, combinados, pueden crear una muy buena impresión en posibles usuarios.

Además de influir la moda, la cultura, la época, surgen características específicas tales como la edad, el nivel de escolaridad, los objetivos comunes de esa "comunidad" de receptores, el tipo de mensaje del emisor y, probablemente, hasta el país en donde se encuentra. Estos son algunos de los elementos en los que el diseño se debe relacionar para llevar a cabo una composición adecuada, que cumpla con las expectativas del cliente y del diseñador.



Para poder llegar a tales objetivos, se deben estudiar diversos factores que definan bien la tendencia del diseño; conocer el problema de una manera profunda: conocer al emisor, su mensaje, el perfil del receptor y cómo éste puede recibir dicho mensaje. Por lo tanto, para poder, hacer un diseño, primero se deben conocer las causas y necesidades del emisor y el receptor.

En el caso de la Revista Bicosas, antes de conocer los antecedentes de la misma, se pudo evaluar que el diseño anterior podía tener un cambio favorable. Pero para confirmar esta evaluación, se analizaron los antecedentes de la misma.

Bicosas es la revista interna de un Grupo de empresas creadas hace 50 años, dedicadas a la construcción industrial, entre otras cosas. Esta empresa posee un número considerable de trabajadores que unen sus esfuerzos para un mismo fin; tal característica demanda una buena relación entre sus colaboradores para el funcionamiento adecuado de la misma.

Esta unión se puede lograr mediante una comunicación adecuada y como herramienta, un medio eficiente de comunicación entre los directivos de la empresa y los empleados, así como de éstos últimos entre sí, para que los objetivos de la empresa sean cumplidos a través de sus empleados.

Es así como Bicosas surgió, y después de varios cambios, comenzando por su predecedora, que era reproducida en máquinas fotocopadoras. Se presenta desde principios de los años noventas tal y como se conoce hoy en día, pasando por reproducciones ya de una manera más formal, monocromática y finalmente, una impresión por selección de color sin omitir diferentes rediseños hechos a través de su existencia.

Aunque Bicosas ya es una revista que lleva una veintena de años de vida, nunca ha poseído un manual de lineamientos de uso, donde los elementos y características más sencillas sean definidas. Este antecedente se refleja también en el logotipo de la empresa, que carece por completo de un manual que especifique el uso correcto del mismo. Esta tesis es también un manual de uso para el adecuado manejo de la revista, donde la imagen de la empresa que debe proyectar no se distorsione.

Bicosas es la revista interna de una empresa, y no subsiste gracias al costo de la misma o de publicidad que pudiera contener, así que su disposición es más libre y su distribución es gratuita. Debido a esa libertad, la revista es un material muy dócil para recibir modificaciones en su estructura e incluso en su apariencia.

Por otra parte, con base en una encuesta realizada entre los empleados relativo a aspectos físicos y visuales de Bicosas, se mostró que desde el punto de vista de los mismos, la publicación es, en efecto, una revista interesante, pero que su atractivo se puede mejorar de una manera considerable.

Por supuesto, desde el punto de vista de diseño, este cambio es inminente.

Además de este resultado, se dedujo que este cambio puede ser de una forma drástica en algunas cosas, como la portada, el diseño de las páginas interiores, el tipo de imágenes y la tipografía; y al mismo tiempo se conservan algunas características de la revista en su diseño actual tales como el formato y algunas secciones que la revista posee.

La apariencia final se logró, como ya se señaló, en el estudio de la empresa, de la revista y de los trabajadores, donde la primera (conformada por los trabajadores) es emisora y receptora, pues ella misma es la que elabora la revista y los empleados la leen y colaboran también en su elaboración. La revista es el medio para que los empleados se comuniquen entre sí.

De esta manera, con la apariencia actual, la revista se vuelve atractiva y el nivel participativo en la misma crece; la imagen que proyecta es la imagen de la empresa, que también mejora porque se cuida más la calidad de impresión y su presentación en general.

Por lo tanto, se considera que los resultados logrados por el trabajo de investigación elaborados fueron satisfactorios para la revista, pues es un medio impreso que obedece a los objetivos de Bufete Industrial, a la vez que posee los suyos propios, entre otros, el de ayudar a reforzar que los empleados comprendan que deben participar como un gran equipo que conforma al Grupo de Empresas Bufete Industrial. Cuando el mensaje es transmitido de una manera correcta, entonces la misión diseñadora se ha cumplido satisfactoriamente.

# Bibliografia

## Bibliografía.

Aldrich-Ruenzel, Nancy  
Designer's Guide to Print Production.  
E.U.A., 1990

Karch, R. Randolph  
Manual de las Artes Gráficas  
Ed. Trillas  
México, 1976

March, Marion  
Tipografía Creativa  
Ed. Gustavo Gilli  
España, 1989

Owen, William  
Diseño de Revistas  
Ed. Gustavo Gilli  
México, 1991

Prieto, Daniel  
Diseño y Comunicación  
UAM Unidad Xochimilco  
México, 1987

Swan, Alan  
Cómo Diseñar Retículas  
Ed. Gustavo Gilli  
España, 1990

Turnbull, Arthur T., et.al.  
Comunicación Gráfica  
Ed. Trillas  
México, 1986

Gérard Blanchard  
La Letra  
Madrid, España

## Otras Fuentes.

Organo de Comunicación Interna del Grupo de Empresas Bufete Industrial Bicosas  
Ed. Coordinación de Comunicación Interna, México  
Ejemplares desde el Año I Número 1 hasta el año IV Número 87

Entrevistas con el personal del Grupo Bufete Industrial relacionado con la Revista Bicosas

Encuesta acerca de las Revista Bicosas elaboradas para el personal en general del Grupo Bufete Industrial

"Grupo Bufete Industrial": videos promocionales del Grupo Bufete Industrial, México, 1995