



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

Diseño gráfico del periódico “El Insurgente”

Tesina

Que para obtener el título de:
Licenciada en Diseño y Comunicación Visual

Presenta

Rosa María Aguilar Vega

Director de tesis:

Licenciado Sabino Ignacio Gaínza Kawano

México, D. F., 2011



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

*Para aquellas personas que siempre me brindaron su
amor y confianza.*



*Agradezco a mi familia quienes con su ayuda, apoyo y
comprensión me alentaron a lograr esta hermosa meta.*

*A mis maestros que compartieron su tiempo y conocimientos
para formarme profesionalmente, en especial al maestro Sabino.*

*Y al Sr. Francisco Zúñiga por hacerme partícipe
en este proyecto.*

GRACIAS

Índice

Capítulo I

El Insurgente.

La palabra es más poderosa que la espada.

Capítulo II

El diseño de periódicos.

Capítulo III

Diseño gráfico del periódico
"El Insurgente".

Introducción.	7
1.1. El inicio de un proyecto.	11
1.2. Misión y Visión del periódico.	13
1.3. El lugar: San Miguel de Allende, Gto.	15
1.4. Los medios de comunicación masiva en el entorno social.	19
2.1. Diseño editorial del periódico.	23
2.1.1. Definición y características.	23
2.1.2. Anatomía del periódico.	25
2.1.3. Géneros periodísticos.	28
2.2. El uso tipográfico en la comunicación impresa.	35
2.2.1. Jerarquía.	41
2.2.2. Alineación de texto.	42
2.2.3. Capitulares o mayúsculas iniciales.	42
2.2.4. Sangría.	43
2.2.5. Los iconos y comillas.	44
2.2.6. Interlineado.	44
2.2.7. Legibilidad.	45
2.3. Fotografía e ilustración como apoyo visual.	47
2.4. La retícula y diagramación.	51
2.5. Metodología de diseño.	55
3.1. Características de diseño.	61
3.2. Proceso de Diseño.	65
3.2.1. Diseño del cabezal.	65
3.2.2. Realización de la retícula.	71
3.2.3. El estilo de la publicación.	73
3.4. Publicación No. 0. Hacia la pre – prensa.	83
Conclusión.	91
Glosario.	93
Bibliografía.	95

Introducción

Todo es diseño, ¡todo!

Paul Rand

Resolver el diseño gráfico de un periódico no es tarea fácil, se requiere conocer los elementos y características que conforman este medio, para aplicar las herramientas necesarias de diseño para la solución del mismo.

En este trabajo se presenta información referente tanto al ámbito periodístico como del diseño gráfico, conjugando ambas disciplinas en un mismo proyecto, ya que las dos comparten algo en común: la comunicación.

La realización de este proyecto mostrará la importancia que tiene el diseño y la comunicación en un medio impreso como es el periódico, ya que actualmente la Internet está compitiendo para captar la atención de los lectores y los ingresos publicitarios, con diferentes modalidades periodísticas.

El contenido de esta tesina servirá de apoyo a los estudiantes de diseño así como de otras áreas afines, para conocer las opciones y posibilidades que brinda el diseño de periódicos, sobre todo, de los tradicionales formatos periodísticos.

Capítulo I

El Insurgente.

La palabra es más poderosa que la espada.

El presente proyecto es una iniciativa ciudadana del periodista Francisco Zúñiga Canales que surge con el objetivo de informar profesionalmente a los habitantes de San Miguel de Allende, Guanajuato, debido a que sólo cuentan con algunas estaciones de radio, dos gacetillas locales y tres periódicos que se desarrollan en otros municipios para mantenerse informados.

Por esta razón, se planteó crear un periódico propio que se distribuya de manera quincenal, luego semanal y, finalmente, diaria, con el fin de que la población sanmiguelense cuente con un medio en el que pueda enterarse de las noticias más relevantes del estado.

Para lograr este propósito se debe contar con un gran equipo -no numeroso; sí eficiente-, ya que elaborar un periódico es muy complejo y requiere experiencia; pero sobre todo compromiso, responsabilidad y constancia.

En este caso el equipo periodístico estuvo conformado por jóvenes estudiantes de nivel medio superior, guiados por el Licenciado Francisco Zúñiga Canales, quien ha colaborado como reportero y columnista en diferentes periódicos como el *Excelsior*, *El Sol de México* y *Ovaciones*, actualmente es profesor de la Escuela Normal Superior de México donde también se desempeña como director de la publicación *Voz Normalista*.

Para el desarrollo del periódico se consideraron diferentes factores como el social, económico, político y cultural, ya que, actualmente el municipio de San Miguel de Allende se encuentra en constante desarrollo debido al turismo y al bagaje cultural con el que cuenta, sin dejar a un lado el crecimiento de la población extranjera.

Lo anterior permitió elegir el nombre y lema del periódico, el cual resume, sintetiza y refleja la ideología del mismo.

Nombre: **El Insurgente**

Lema: ***La palabra es más poderosa que la espada***

Es importante señalar, que el lema del periódico es una frase de *Maurice Godelier*.

Maurice Godelier (Cambrai, Francia, 28 de febrero de 1934) . Es considerado como uno de los fundadores de la antropología económica francesa, con investigaciones que se orientan hacia el estudio de la estructura de las sociedades precapitalistas. Es especialista en las sociedades de Oceanía.

Misión:

La misión del periódico *El Insurgente* es producir información de calidad, del Estado de Guanajuato de manera objetiva, veraz, plural y responsable, al servicio de la sociedad sanmiguelense.

Visión:

Ser un periódico que se distinga por su credibilidad, compromiso y responsabilidad social, con el fin de ser un instrumento que transmita ideas y mensajes a sus ciudadanos, para abrir y transitar caminos de progreso.

1.3

El lugar: San Miguel de Allende, Gto.

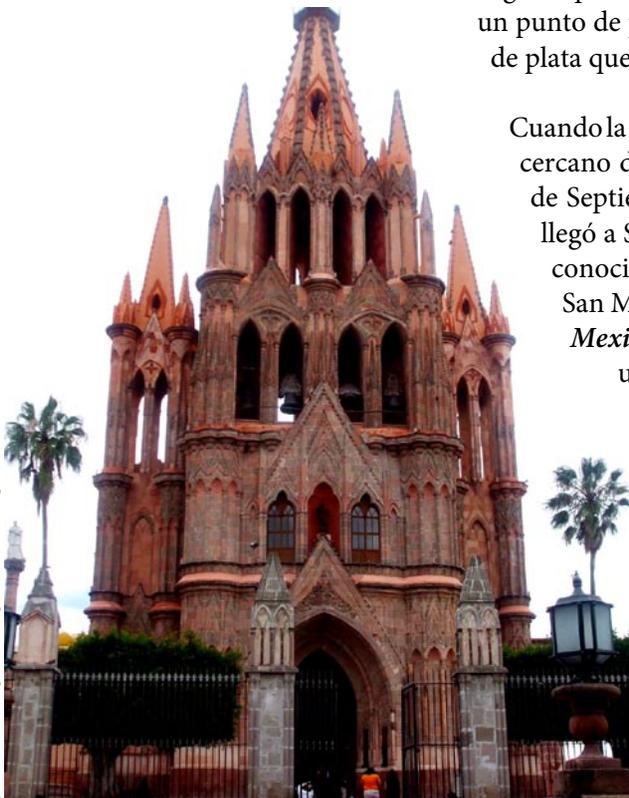
San Miguel de Allende se encuentra ubicado en la región montañosa del centro de México, es parte del Bajío y del estado de Guanajuato. Tiene una altura de 1.910 msn (metros sobre el nivel del mar), está situada a 274 km. de la Ciudad de México y a 97 km. de Guanajuato.

La ciudad fue fundada en 1542 por el monje franciscano Fray Juan de San Miguel, quien bautizó el asentamiento como *San Miguel el Grande*. Era un punto de paso importante del *Antiguo Camino Real*, parte de la ruta de plata que se conectaba con Zacatecas.

Cuando la Guerra de la Independencia Mexicana comenzó en el pueblo cercano de Dolores (ahora conocido como Dolores Hidalgo), el 16 de Septiembre de 1810 el ejército militar, que crecía rápidamente, llegó a San Miguel el Grande. En la actualidad Dolores Hidalgo es conocido como “*La cuna de la Independencia*” mientras que a San Miguel de Allende lo llamaron “*Fragua de la Independencia Mexicana*”, porque aquí fue donde el General Ignacio Allende se unió al ejército Insurgente que peleaba por la independencia de España, como principal colaborador del Padre Miguel Hidalgo y condujo al ejército a varias victorias. Allende no pudo disfrutar de un México independiente, pues lo capturaron durante una batalla y fue ejecutado, sin embargo, el 8 de marzo de 1826 se renombró al pueblo como San Miguel de Allende, en honor al héroe nacional.

En 1926 el Estado de San Miguel fue declarado monumento histórico por el Gobierno mexicano, por lo que, desde entonces el desarrollo en el distrito histórico está restringido para conservar el carácter colonial del pueblo.

Iglesia de San Miguel Arcángel / Rosa Ma. Aguilar





Estatua ecuestre de Ignacio Allende en Plaza Cívica / Ernesto Polo

Durante la década de 1950, San Miguel de Allende se convirtió en un lugar turístico conocido por su bella arquitectura colonial y sus fuentes termales. Después de la Segunda Guerra Mundial, San Miguel comenzó a revivir sus atractivos turísticos cuando muchos soldados norteamericanos fuera de servicio descubrieron que las instituciones educativas de EE.UU. acreditaban al Instituto Allende (fundado en 1950), por lo que se garantizaba la educación de su familia, por lo cual empezaron a pasar largas temporadas en esta ciudad. Actualmente los residentes extranjeros componen gran parte de la población.

El 7 de julio de 2008, fue declarada por la UNESCO Patrimonio Cultural de la Humanidad. Bajo el título de *Ciudad fortificada de San Miguel y Santuario de Jesús Nazareno de Atotonilco*, la distinción se otorgó debido a su aporte cultural y arquitectónico al Barroco mexicano y a su importancia en la lucha de Independencia de México.

Tradiciones

Algo que caracteriza a San Miguel de Allende son los eventos y fiestas religiosas, que juegan un papel muy importante en el estado. Es un lugar lleno de cultura y arte que sirve de escenario para las diferentes tradiciones y costumbres que ocurren en este mágico lugar.

Se hace honor a los días de fiesta nacionales como locales, y debido a la gran comunidad de extranjeros, un gran número de las celebraciones son de índole internacional.

Entre las celebraciones más importantes y representativas del estado, se encuentran las siguientes:

- **Marzo.**
Jornada de Cultura Cubana
- **Abril.**
Festival de Títeres
- **Mayo.**
Festival de Convivencia y Hermandad Universal
- **Junio.**
Desfile de Locos
- **Julio.**
Festival Expresión en Corto
- **Agosto.**
Festival de Música de Cámara
- **Septiembre.**
Fiesta de San Miguel Arcángel
- **Noviembre.**
Feria Nacional de Lana y Latón
Festival de Jazz y Blues
- **Diciembre.**
Festival de San Miguel de Allende



Fiesta de San Miguel Arcángel / Flickr / Fubuki

Actualmente *la sociedad de masas es la sociedad de la prisa*, ya que se encuentra en constante movimiento “bombardeada” de información y publicidad, que unido al avance de la tecnología ha permitido que las personas dispongan de una gran variedad de soportes que ofrecen la posibilidad de recibir un determinado número de propuestas, ideas, sugerencias y mensajes que están siendo transmitidas por los denominados medios de comunicación de masas.

Para Corral C. Manuel¹, la **comunicación masiva o de masas**, es aquella en la que un emisor, individual o colectivo, se dirige a un público amplio, heterogéneo y atomizado, los cuales conforman la *masa*.

“La masa incluye individuos, grupos, estratos y clases sociales de diferentes orígenes étnicos, culturales, religiosos, nacionales, educativos, de edad y género. Su rostro es siempre, por tanto, heterogéneo, multifacético, anónimo, multicultural”.²

Los medios masivos aparecen como expresión de la necesidad del ser humano por ampliar su potencial comunicativo.

Existen distintos medios de comunicación, los cuales se pueden clasificar en dos tipos:

MEDIOS IMPRESOS

- Periódicos
- Revistas
- Libros
- Anuarios
- Publicidad impresa

¹ CORRAL CORRAL, Manuel de Jesús. *Comunicación y vida: Taller de comunicación 2*. México: Edere, 2004. p. 23

² Ibid

Pensamos como hablamos, y hablamos como pensamos

Ma. Eugenia Regalado
Profesora en Ciencias de la
Comunicación, UNAM

MEDIOS ELECTRÓNICOS

- Radio
- Televisión
- Internet
- Cine
- Publicaciones digitales

La importancia de los medios de comunicación masiva (MCM) radica en la formación de la opinión pública que está dada por la velocidad con que llega la información al público y el vasto escenario que abarcan, sobre todo con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, como son las redes sociales, las tabletas electrónicas y los desarrollados teléfonos celulares.

Cabe destacar que la presencia de los MCM en la vida cotidiana constituye un importante fenómeno en la sociedad contemporánea, ya que proporciona modelos de conducta económica y de valores sociales, fomenta el consumo y la participación en la vida política y cultural. A través del desarrollo de estos medios, se han extendido los sistemas escrito y oral, ampliando la audiencia y magnificando la influencia del lenguaje.

En el medio impreso, el periódico es uno de los medios que se ha visto de cierta manera desplazado por el Internet y los nuevos medios móviles, como punta de lanza en la información de última hora, por lo que ésta ha tenido que adaptarse al nuevo escenario y reposicionarse a partir de un cambio en sus contenidos.

Aunque las nuevas tecnologías sigan avanzando y se tenga la idea de que en el futuro los medios electrónicos reemplacen a los impresos; más que destruirse entre sí, es factible que convivan en el nuevo mundo de la información, logrando complementarse entre sí; como la radio con la televisión, ya que algunos de los factores que influyen son de ámbito social, económico y cultural.

Por lo tanto, la pregunta queda en el aire ¿Acabaremos por leerlo todo en los dispositivos electrónicos?

Capítulo II

El diseño de periódicos.

En el transcurso del día se tiene la necesidad de mantenerse informado sobre los sucesos relevantes que nos afectan como integrantes de una sociedad, para lograr lo anterior se recurre al periódico, la radio, la televisión o al Internet.

Es tanta la información que se puede recibir hoy a través de los distintos medios que es preciso saber analizarla para que sea socialmente útil, y el periódico es uno de los medios que brinda esta posibilidad, ya que no sólo informa, sino que también plantea opiniones que hacen reflexionar y generar un punto de vista al lector.

2.1.1. Definición y características del periódico.

Un periódico es un medio de comunicación, un instrumento que transmite ideas y mensajes que cuenta día a día la historia del mundo, nos informa de nuestra realidad.

“El periódico tiene como objetivo informar acerca de los acontecimientos de relevancia y trascendencia por medio de noticias locales, nacionales e internacionales; además orienta y determina ideas, actitudes y comportamientos en los ámbitos individual, grupal y de clase social”.³

Se le denomina periódico debido a que son publicados con una periodicidad diaria o semanal y constituyen una de las fuentes primordiales de información, inclusive con mayor antigüedad que la radio y la televisión. Los primeros ejemplares datan de 1609, con las primeras imprentas en Alemania y en México que surgieron durante el siglo XVIII con la Gaceta de la Nueva España, aquellos ejemplares defendían diversas posturas públicas y tendencias políticas más que proporcionar información.

³ TORRE DE LA ZERMEÑO, Francisco Javier y DE LA TORRE HERNÁNDEZ Francisco. *Taller de análisis de mensajes de la comunicación*. México: Mc Graw Hill, 1994. p. 108

***Lo importante no es
escuchar lo que se dice,
sino averiguar qué es
lo que se piensa***

J. Donoso Cortés (1809 - 1853)
*Filósofo, literato, político y
diplomático español.*

El periódico recoge la actualidad más urgente. Puede difundir hechos de distinta naturaleza o integrar a lectores diferentes; por ello, la podemos clasificar en dos tipos:

1. **Diarios Nacionales.** Están dirigidos a un gran público. Recogen noticias de carácter nacional e internacional.
2. **Diarios Locales.** Ofrecen información de la actualidad y de un determinado lugar; y están dirigidos a un público específico.

También, el contenido de los diarios, puede clasificarse de la siguiente manera:

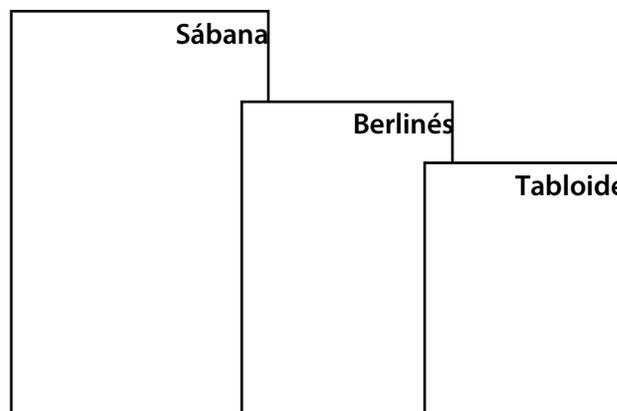
- **Diarios de Información General.**
Contiene noticias de la información en general, independientemente del tema.
- **Diarios Especializados.**
Son periódicos que se dedican a informar sobre un área temática concreta y específica (diarios deportivos, de economía, científicos, etc.).

Actualmente la mayoría de los diarios a nivel internacional se distribuyen bajo tres formatos:

Sábana (Estándar): 600 mm por 380 mm aproximadamente, usado por la mayoría de los periódicos como El Universal, El Reforma, Excélsior, entre otros.

Berlinés: 470 mm por 315 mm, usado por periódicos como Le Monde (Francia), The Guardian (Gran Bretaña) y La tercera (Chile).

Tabloide: la mitad del tamaño sábana, 380 mm por 300 mm aproximadamente, usado por periódicos como La jornada, Milenio, La Crónica, etc.



2.1.2. Anatomía del periódico.

Las partes de un periódico se componen básicamente de dos estructuras: una externa y otra interna.

La **estructura externa** del periódico corresponde a sus dimensiones y a la organización de su espacio. Según De la Torre Zermeño⁴, en la primera plana podemos identificar:

Logotipo o Cabezal: nombre de la publicación que incluye el diseño, tamaño y grosor de las letras, y en muchos casos el color; de forma tal, que se distinga a primera vista del resto de los periódicos.

Lema: enuncia el objetivo de la publicación e igualmente pretende llamar la atención.

Emblema: es el símbolo del periódico que se representa con alguna figura; el emblema proyecta la idea de un objeto o un elemento abstracto.

Fecha: indica el lugar, fecha y el año de la publicación.

Titular o Cabeza: es la noticia principal, ocupa un lugar preponderante en la primera plana.

Subtitular o Subcabeza: se coloca debajo del titular o cabeza, su función es reforzar o ampliar lo expuesto.

Balazo o Antetítulo: enunciado que se coloca arriba del titular o cabeza, su función es aclarar o enfatizar el mensaje de ésta.

Cintillo: es la segunda noticia en importancia.

Orejas: son espacios en blanco (a veces con publicidad) localizados en los laterales del logotipo.

Sumario: conjuntos de noticias breves destacadas en la primera página. Suelen acompañarse con el número de la página donde aparecen.

Imágenes: apoyan la noticia.

Pie de foto: es una frase breve aludiendo a la noticia de la foto.

Directorio: es el espacio donde se mencionan los nombres del grupo encargado de la publicación.

⁴ Ibid., p. 116,117

La **estructura interna** se refiere a la forma en que se organiza la información, tanto de la primera plana como de cada una de las secciones y de las páginas que consta la edición del periódico, haciendo más ágil su lectura. Cada periódico decide cuál o cuáles incluye, las más comunes son:

- Nacional
- Internacional
- Espectáculos
- Deportiva
- Cultural
- Sociales
- Bursátil o financiera
- Avisos
- Policiaca
- Textos con temáticas especiales como el editorial, las cartas al director, las participaciones del lector, los avisos de ocasión, los anuncios clasificados, los obituarios, los datos estadísticos, etcétera. Cada uno de estos puntos varía de acuerdo al formato y diseño del periódico.

Aparte de las secciones que aparecen diariamente, muchos grupos editoriales realizan un suplemento semanal, que suele salir los sábados o domingos, en los que se ofrecen sugerencias de actividades para el tiempo libre y reportajes o ensayos más profundos que la mayoría de las noticias cotidianas.

Al igual que en otros medios, en la prensa la publicidad es importante e incluso indispensable para sostenerse económicamente. Por ello podemos identificar en cualquier periódico la existencia de insertos (avisos oficiales o particulares).

2.1.3. Géneros Periodísticos.

El periódico tiene la característica de presentar diversas informaciones y comentarios, la cual, se organiza a través de los géneros periodísticos.

“Los géneros periodísticos aparecen con el medio impreso: los periódicos. Estos géneros son discursos organizados que difieren en lo que toca a estructura y propósito específico de informar, describir, relatar o comentar la noticia”.⁵

Cabe mencionar, que en el ámbito periodístico se pueden encontrar diversos conceptos que se han ido modificando a la hora de clasificar y definir los distintos géneros; debido a la velocidad de difusión que adquirió la noticia, a través de la radio y de la televisión primero y luego, con la incorporación del periodismo a través de Internet. A continuación se define y diferencia de manera general cada uno de los géneros periodísticos.

De acuerdo con su forma discursiva, los géneros periodísticos pueden clasificarse en dos grupos:

1. Géneros informativos: Son aquellos que transmiten datos y hechos concretos, ya sean actuales o conocidos con anterioridad. La información no incluye opiniones personales del periodista, ni juicios de valor. Pertenecen al género informativo:

- La nota informativa
- El reportaje
- La crónica
- La entrevista

2. Géneros de opinión: En este género, el enfoque sustancial es la opinión y la información pasa a un segundo plano. Se plantea un punto de vista personal del periodista. Pertenecen al género de opinión:

- El editorial
- El artículo de fondo
- La columna
- La crítica
- El ensayo

⁵ GONZÁLES REYNA, Susana. *Géneros periodísticos 1: Periodismo de opinión y discurso*. 2ª ed. México: Trillas, 1999. p. 23

Géneros informativos.

La nota informativa.

Es la narración de un suceso actual, inédito y de interés social. Su propósito consiste en informar oportunamente un acontecimiento noticioso.

Los elementos que debe reunir una noticia se conocen en el argot periodístico con el nombre de “6 W” (What, Who, When, Where, Why, How): qué, quién, cuándo, dónde, por qué, cómo.

El reportaje.

En cierto modo, el reportaje reúne en su desarrollo todos los géneros periodísticos. Es un relato informativo extenso que incluye las observaciones personales y directas del periodista.

“Se trata de una exposición detallada y documentada, presentada como narración -objetiva y/o subjetiva- de un hecho, de una persona, de un lugar, de una situación o de un acontecimiento, presentando sus antecedentes, el estado actual que guarda, las consecuencias que produjo o pueda producir y sus posibles soluciones si se trata de un problema”.⁶ Se apoya en la investigación documental, observación de campo, y entrevistas.

Así obtenemos tres tipos de reportaje:

- **De acontecimiento:** es aquel en el que el periodista presenta los hechos desde el exterior de una forma estática.
- **De acción:** el periodista ofrece los hechos de forma dinámica, narra dentro de los acontecimientos, viviendo su desarrollo.
- **De citas o entrevistas:** en esta modalidad se alternan las palabras textuales del entrevistado con descripciones o narraciones del periodista. Puede adoptar también la forma de pregunta/respuesta.

La crónica.

Se trata de un género narrativo con fuerte apoyo descriptivo. Es un relato cronológico de un acontecimiento, de principio a fin, destacando los detalles más importantes y con apreciaciones personales.

Camps y Pazos⁷ consideran que la crónica es la narración de un hecho o situación mediante técnicas de la redacción que permiten mayor libertad en el modo de transmitir la información.

***Toda comunicación
incluye información,
pero no toda
información implica a
la comunicación***

Ma. Eugenia Regalado

⁶ WAGNER ECHEAGARAY, Carlos. *Déjame que te cuente: Los géneros periodísticos y su ética profesional*. México: Trillas, 2000. p. 99

⁷ CAMPS, Sibila y PAZOS, Luis. *Así se hace periodismo*. Buenos Aires: Paidós, 1996. p. 39

Por tal motivo, el cronista hace uso de las técnicas propias de la literatura, debido al libre manejo del lenguaje. No obstante es un texto analítico, narrativo y descriptivo, y no de opinión.

Sin embargo, los mexicanos Vicente Leñero y Carlos Marín, definen tres tipos de crónica: la informativa, la interpretativa y la de opinión, en esta última, se emite la opinión personal del cronista, contradiciendo, el concepto que plantean otros autores, ya que, la crónica es un género informativo que sólo se limita a narrar de forma detallada un suceso, recreando la atmósfera del mismo.

La crónica se diferencia de la noticia por su intención valorativa y del reportaje por la carga objetiva que éste último debe mantener.

La entrevista.

La entrevista es un diálogo que sostiene un reportero con otra persona; es un género descriptivo-narrativo. La palabra *entrevista* deriva del latín y significa “Los que van entre sí”.

Hay cuatro tipos de entrevista: la noticiosa, la de opinión, la de semblanza y la encuesta.

- a) **Noticiosa.** Es aquella que tiene como propósito obtener una noticia a partir de una información, una opinión o una declaración. Se trata de obtener datos concretos.
- b) **De opinión.** Es la que ejecuta un reportero con el fin de obtener las opiniones de un experto.
- c) **De semblanza.** Es un diálogo que sostiene un periodista con un personaje con el objetivo de hacer un bosquejo biográfico de su obra, vida, etc.
- d) **Encuesta.** Es una serie de preguntas que se aplican a un número determinado de personas, según las normas y los criterios de la estadística. Se utiliza para obtener información relevante u ofrecer una muestra de lo que piensa la gente de distintos sectores sociales, sobre un tema de actualidad o interés permanente.

Todas estas formas de entrevista se basan en el diálogo y se precisa obtener el mayor número de información en ellas.

Géneros de opinión.

El editorial.

El editorial es el género periodístico que al interpretar y valorar una noticia manifiesta el punto de vista del periódico y con ello influye en la opinión pública.

El editorial esta vinculado con la información más importante del día. Cuando se escribe un editorial, el propósito es múltiple: se define un punto de vista, se analiza y se interpreta la noticia; y por último, se establecen juicios de valor que propicien actitudes positivas frente a los problemas que afectan a la comunidad.

El artículo de fondo.

“El artículo de fondo es un género periodístico que de manera personal informa e interpreta los acontecimientos, y establece una tesis o doctrina”.⁸

A diferencia del artículo editorial, ya no es el periódico quien se manifiesta, sino el periodista el que hace la interpretación de los acontecimientos con la intención de provocar una opinión en el público. Debe aparecer firmado y no es necesario que trate temas de actualidad.

En lo que atañe al contenido, los artículos pueden ser de tipo social, económico, político, religioso, etc. y se refieren a temas locales, nacionales e internacionales.

Los artículos pueden ser de comentario o crítica. Los primeros constituyen un esbozo ideológico en los cuales los periodistas perfilan una idea y la comentan con el fin de manifestar sus puntos de vista en relación con el tema.

En el artículo crítico, el periodista no se limita a comentar la información sino que se adentra en ella, la valora, toma partido y la acepta o la rechaza.

La columna.

“La columna como artículo de opinión, es el género periodístico que con una frecuencia determinada, interpreta, analiza, valora y orienta al público respecto de sucesos noticiosos diversos”.⁹

La columna se caracteriza por ser un escrito que se presenta siempre bajo un espacio fijo y periódico, con un estilo bien definido y con una misma forma.

***El verdadero
significado de las cosas
se encuentra al decir
las mismas cosas con
otras palabras***

Charles Chaplin

⁸ GONZALEZ REYNA, Susana. *Géneros periodísticos 1: Periodismo de opinión y discurso*. México: Trillas, 1999. p. 71

⁹ *Ibid.*, p. 93

Críticar es valorar algo a la luz de la razón

Carlos Echeagaray W.

Autor del libro *Déjame que te cuente: Los géneros periodísticos y su ética profesional.*

Tiene por objeto dar breves informaciones, hacer comentarios o evaluar un hecho determinado de interés colectivo.

La columna puede clasificarse de la siguiente manera:

1. **Columna de opinión.** Por su forma y tono serio, parece un artículo editorial; sin embargo, todos los juicios que en ella se exponen son responsabilidad del columnista, quien así lo acepta mediante su firma.
2. **Columna de información.** En esta predomina la información por sobre el comentario.
3. **Columna humorística.** Se escribe con el propósito de divertir y entretener a los lectores. Su temática es diversa y los comentarios se caracterizan por su ironía.
4. **Columna de personalidades.** El columnista se ocupa de todas las personalidades de la comunidad que destacan en algún momento o por algún motivo.
5. **Columna de “revoltillo”.** Está formada por una gran variedad de temas e incluye materiales diversos.

La crítica.

La crítica engloba cualquier manifestación cultural o artística susceptible de ser enjuiciada y criticada. Aunque es un texto en el que prima fundamentalmente la opinión, ha de incluir a su vez información al margen del juicio emitido por el crítico. Éste debe basarse, en la medida de lo posible, en datos y argumentos sólidos, fundamentados y probados convenientemente.

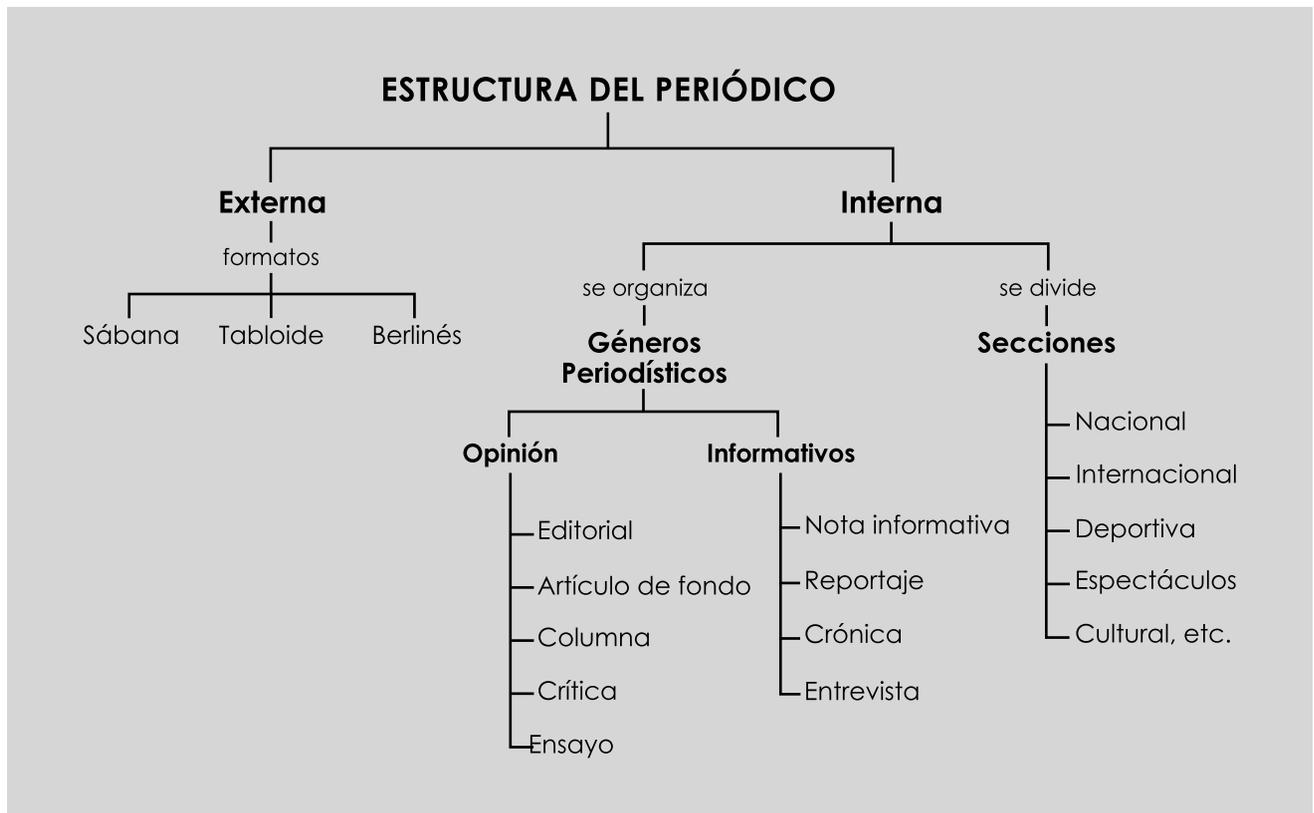
Los tipos de crítica más importantes son los siguientes:

- Crítica cinematográfica
- Crítica literaria
- Crítica teatral
- Crítica artística
- Crítica televisiva
- Crítica musical
- Crítica deportiva

El ensayo.

“El ensayo periodístico se define como el artículo de opinión en el cual se hace una breve reflexión sobre cualquier tema que refleja la manera en que el periodista ve, interpreta y siente aquello de lo que habla”.¹⁰

El ensayo es eminentemente expresivo. El ensayista expone sus ideas, sus pensamientos y, sobre todo, sus emociones. Escribe con el propósito de crear en el público una reacción emocional, de ahí su manera subjetiva.



Este esquema sintetiza la estructura que conforma a un periódico.

¹⁰ Ibid., p. 93

Un periódico debe tener un estilo propio para diferenciarse de entre los demás, por ello, es importante cuidar cada uno de los elementos de diseño, como es el uso de la tipografía, la imagen y la retícula; para que la composición de las páginas sea armoniosa y así dar jerarquía a la información.

La tipografía se relaciona con las letras, con las palabras, con el texto; y éste es el punto de partida que permite considerarla como el concepto clave de la comunicación visual. Es uno de los elementos que permite al lector tener una buena lectura, por tal motivo, es importante saber que es la tipografía y como utilizarla adecuadamente.

Stanley Morison¹¹ en 1929 planteó que la tipografía es el arte de disponer correctamente el material de imprimir, de acuerdo con un propósito específico: el de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto.

Podemos ver que esta definición fue realizada antes de la invención de la fotocomposición y la computadora. Actualmente, Phil Baines y Andrew Haslam definen que “la tipografía es la notación y organización mecánica del lenguaje”.¹² Esta definición se aleja de la imprenta con tipos móviles, reafirmando la función de la tipografía en el núcleo de la comunicación: el lenguaje.

En términos generales podemos decir que la tipografía fija el lenguaje y lo hace visible a través de una disposición correcta de las letras, para de este modo, convertir la lectura en una experiencia eficaz hacia el lector.

Actualmente existe una amplia cantidad y variedad de familias de tipos que, de acuerdo con sus características, cumplen con una función comunicativa en específico, proporcionando al diseñador distintas opciones para su uso.

¹¹ Stanley Morison, *Principios fundamentales de la tipografía* (1929)

¹² BAINES, Phil y HASLAM, Andrew. *Tipografía: función, forma y diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2005. p. 7

La tipografía es intrínsecamente lenguaje visual

Phil Baines y Andrew Haslam

Debido a esto, se han realizado diversos intentos para clasificar los diferentes tipos de letra en categorías, pero ninguno ha proporcionado todavía una visión completa.

No obstante el método de clasificación de Maximilien Vox (1894 -1974) adoptado por la Association Typographique Internationale (ATYpI) en 1962, es una de las clasificaciones más conocidas.

Los sistemas de clasificación de tipos incluyen el British Standards for type Classification (1967) realizado por el British Standard Institution y el creado por Benjamín Bauermeister para PANASOME System (1985).

Clasificación de fuentes conforme a Vox (1954).

Humanas Minion

Geraldas Garamon

Reales Times New Roman

Didonas Bodoni

Mecanas Rockwell

Lineales Futura

Incisas Optima

Manuales Beautiful

Escritas Arabela

Gótica* Cloister

Es importante entender como se clasifican los tipos ya que nos permite apreciar su relevancia histórica como las variaciones que hay en cada una. A partir de esta clasificación se pueden describir algunas de las características estilísticas que presentan.

*Grupo añadido posteriormente por la ATYpI a la clasificación original de Vox

Romanas

- Modulación visible de los trazos.
- Trazos acabados en remates (serifas).

Se trata del grupo más antiguo y numeroso en cuanto a las familias que lo integran, así como del más utilizado en publicaciones que contienen textos extensos, ya que estas facilitan la lectura.

Antiguas / Old style

- Modulación inclinada de trazo quebrado.
- Trazos ligeramente desproporcionados.
- Son las primeras romanas fundidas.

De transición

- Modulación inclinada de trazo redondeado.
- Remates proporcionados.
- Elementos más integrados en el conjunto.

Modernas

- Modulación axial y de acentuado contraste entre los trazos finos y los gruesos.
- Remates finos.

De lectura

- Ligero ensanchamiento del ojo medio con contrapunzones abiertos.

Atípicas

- Son romanas con una interpretación libre en las modulaciones y remates básicos.
- Prima su aspecto visual.

Egipcias

- Modulación tendente a la uniformidad.
- Engrosamiento del trazo.
- Remates cuadrados.

Las egipcias también se conocen como *Slab Serif*, actualmente existe una amplia variedad de estos tipos.

Suaves

mA

- Modulación visible.
- Punto de enlace suave.

Duras

mĀ

- Uniformidad en el trazo.
- Punto de enlace duro.

Incisas

Híbridas

Mn

- Ausencia de modulación.
- Uso de remates.

Incisas

Mn

- Trazo modulado.
- Remates insinuados.

Palo seco

- Ausencia de modulación y remates.
- Existe una variedad de matices e interpretaciones dentro de este grupo.
- También se conocen como tipos *sans serif*.

Grotescas

The image shows the letters 'Aa' in a Grotesca font. The letters are bold and have a uniform stroke width. A double-headed arrow is positioned below the 'A' to indicate its width, and a small circle is placed at the bottom right of the 'a'.

- Trazo homogéneo.
- Caracteres estrechos.

Neogrotescas

The image shows the letters 'Aa' in a Neogrotesca font. The letters are bold and have a humanistic structure. A double-headed arrow is positioned below the 'A' to indicate its width, and a small circle is placed at the bottom right of the 'a'.

- Estructura humanística del carácter.
- Caracteres más anchos.

Humanistas

The image shows the letters 'Aa' in a Humanista font. The letters are bold and have a humanistic structure. A small circle is placed at the bottom right of the 'a'.

- Persistencia de la modulación del trazo.

Geométricas

The image shows the letters 'Aa' in a Geométrica font. The letters are bold and have a geometric structure. A dashed crosshair is positioned over the 'A' to indicate its geometric construction, and a small circle is placed at the bottom right of the 'a'.

- Estructura geométrica del carácter.
- Forma muy redondeada.

Cuadradas

The image shows the letters 'Bb' in a Cuadrada font. The letters are bold and have a square structure. A vertical line is positioned to the right of the 'b' to indicate its height, and a horizontal line is positioned below the 'b' to indicate its width.

- Caracteres cuadrados.
- Trazos seudogeométricos.

Variaciones Redondeadas

The image shows the letters 'Bb' in a Variaciones Redondeadas font. The letters are bold and have a rounded structure. Small circles are placed at the bottom left of the 'B' and the bottom right of the 'b' to indicate their rounded terminals.

- Finales de asta redondos.
- Apariencia abierta y espaciosa.

Escritura

- Imitación del trazo manual.
- Pueden tener los caracteres enlazados o sueltos.

Caligráficas

lla

- Imitan los estilos surgidos de esta técnica de escritura.

Manuales

Ma

- De trazo libre.

Fantasía

- Reinterpretación, fuera de cualquier norma de los elementos.
- Diseñados para un fin en específico.
- No son adecuados para el cuerpo del texto.

De diseño

AMSC

- Realizadas a partir de cualquier pretexto gráfico.

Ornamentales

A M S C H

- Repetición de elementos de tipo decorativo

Es importante tener en cuenta la existencia de familias con fuentes que recogen los distintos estilos, desde las romanas con remates y modulación, hasta las de palo seco. Esto permitirá matizar y diferenciar diversos niveles de comunicación en un texto.

Para transmitir un mensaje de forma comprensible, se necesitan mucho más que letras individuales, se debe considerar la disposición de los elementos. Por esta razón, la composición tipográfica es imprescindible.

Para lograr lo anterior es importante tomar en cuenta algunos aspectos como la jerarquía y alineación del texto, las capitulares o mayúsculas iniciales, la sangría, el interlineado, la legibilidad, etc.

2.2.1. Jerarquía.

“La jerarquía del texto es una guía lógica y visual, que permite organizar toda la variedad de titulares que normalmente acompañan al cuerpo del texto. La jerarquía indica distintos niveles de importancia mediante el uso de los cuerpos de letra y/o los estilos del tipo”.¹³

Para conseguir dicha jerarquía se pueden utilizar dos o más tipos de letra o tan sólo dos pesos de letra de una familia en particular. “Una familia de tipos incorpora todas las variaciones de un particular tipo de letra, incluida la gama de distintos pesos, anchuras y cursivas (fig. 1)”¹⁴

Además de diferenciar un titular de un cuerpo de texto, en la mayoría de los casos también se necesita destacar palabras individuales, grupos de palabras o secciones completas de texto, para ello se puede utilizar algunas de las siguientes variantes:

Itálica

VERSALITAS

fuelle seminegra

fuelle en negrita

MAYÚSCULAS

mayor tamaño

diferente tipografía

prosa

cromático

subrayado

negativo

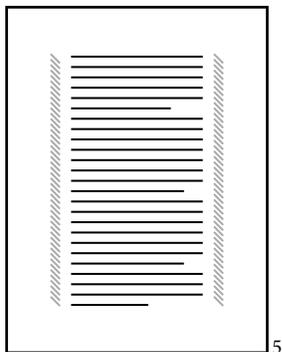
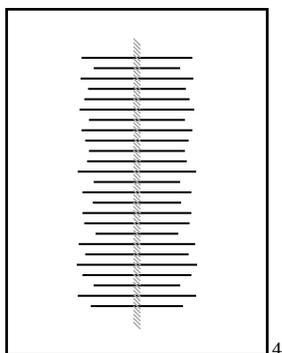
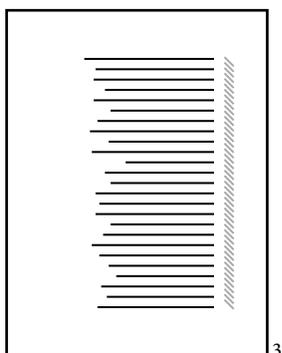
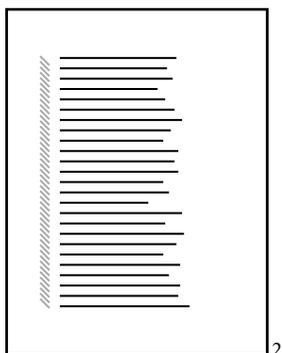
Términos	
Anchura	Condensed Regular Extended
Grosor	Light Semibold Bold Black
Inclinación	<i>Italic</i>

Fig. 1

¹³ AMBROSE, Gavin y HARRIS, Paul. *Tipografía: Calidad o forma de letra con que esta impresa una obra*. Barcelona: Parramón, 2005. p. 68

¹⁴ *Ibid.*, p. 62

2.2.2. Alineación de texto.



La alineación permite armonizar un bloque de texto con otros elementos de diseño, permitiendo al mismo tiempo una buena lectura. Existen cuatro formas de alineación: alineado a la izquierda, alineado a la derecha, centrado y justificado.

El **alineado a la izquierda** (bandera derecha) tiene un margen izquierdo fijo e irregular derecho (fig. 2), en cambio el **alineado a la derecha** (bandera izquierda) tiene un margen derecho fijo y un margen izquierdo irregular (fig. 3).

La composición **centrada** tiene los dos márgenes variables, también se conoce por utilizar un ajuste simétrico o axial (fig. 4). En el texto centrado lo más importante es evitar una forma de apariencia rectangular, porque de esta manera dará la sensación de ser un texto mal justificado.

En el texto **justificado**, todas las líneas tiene la misma anchura, creando un bloque de texto limpio y de lados rectos (fig. 5).

Cuando existe un bloque de texto amplio se recomienda ajustar a la izquierda o justificarlo, ya que de no ser así puede resultar difícil la lectura, debido a que el ojo pierde el punto de referencia.

2.2.3. Capitulares o mayúsculas iniciales.

Las capitulares o mayúsculas iniciales, aparte de señalar donde comienza un escrito, son letras de carácter ornamental que pueden usarse para abrir párrafos, son de mayor tamaño que el texto de base y pueden ocupar cualquier cantidad de líneas de texto considerando la medida del bloque en la que se va a colocar. La fuente de estas letras ha de escogerse cuidadosamente para armonizarlas con el estilo del resto del texto.

Siempre se coloca una sola letra y se puede encajar de distintas formas en el texto. Los tres tipos más usuales de capitulares son: la capitular alta, la capitular baja y la capitular en arracada.

Las capitulares o mayúsculas iniciales son letras de carácter ornamental que se colocan al inicio de un párrafo.

Cuando se utilizan las letras capitulares, la primera letra del texto se elimina para que no se repita.

Al utilizar las capitulares hay que tomar en cuenta la alineación del texto.

Capitular alta

Capitular baja

Capitular en arracada

2.2.4. Sangría.

La sangría consiste en dejar uno o varios espacios al principio de la primera línea de un párrafo. Básicamente se emplea para diferenciar o destacar un párrafo de otro.

El sangrado en un párrafo se puede aplicar, principalmente, de cinco formas: de primera línea, francesa (negativa), sangría izquierda o derecha y sangría por ambos lados (fig. 6).

En el caso de la sangría de primera línea, los caracteres en blanco solo se introducen al inicio de un párrafo. En cambio, la sangría francesa o negativa actúa de manera inversa, en este caso, sólo la primera línea sobrepasa el margen, y el resto de las líneas se encuentran desplazadas a la derecha.

En la sangría izquierda todas las líneas del párrafo se desplazan a la derecha, mientras que la sangría derecha se recorre hacia la izquierda. También se puede sangrar un bloque de texto por ambos lados, para centrarlo, una vez definido.

Existen otras formas de componer un párrafo como el alemán o español, permitiendo otras alternativas de diseño.

Párrafo Alemán: es el que tiene todas las líneas llenas, incluso la última. Este tipo solo se debe usar en párrafos aislados cuyo ancho se puede reajustar para cuadrar el texto. Se utiliza habitualmente en la prensa. p. ej.

Es el que tiene todas las líneas llenas, incluso la última. Este tipo solo se debe usar en párrafos aislados cuyo ancho se puede reajustar para cuadrar el texto. Se utiliza habitualmente en la prensa.

Párrafo español: es el que tiene todas las líneas llenas menos la última, que está centrada. Se suele utilizar en textos breves que están relativamente aislados del cuerpo de texto: epígrafes, dedicatorias efímeras, leyendas, poemas, etc. p. ej.

Es el que tiene todas las líneas llenas menos la última, que está centrada. Se suele utilizar en textos breves que están relativamente aislados del cuerpo de texto: epígrafes, dedicatorias efímeras, leyendas, poemas, etc.

Tanto las capitulares como la sangría son recursos que sirven en la composición de un bloque de texto como de toda la página a diseñar.



6

2.2.5. Los iconos y comillas.

En un periódico hay otros aspectos que considerar al componer los bloques de texto, como son los iconos y las comillas.

Cuando un artículo continúa al dorso o en otra parte del ejemplar, es de utilidad indicárselo a los lectores con una fórmula del tipo “continúa en la página...” o con una flecha direccional que señale el salto de la página. Los artículos que ocupen más de una página deben interrumpirse a la mitad de frase o de párrafo, ya que si el final de página coincide con un punto y aparte podría prestarse a confusión y hacer creer a los lectores que la pieza finaliza ahí. El final del artículo debe señalarse siempre de modo inequívoco con un icono.¹⁵

Las comillas son caracteres de apoyo que permiten concentrar la atención en un punto del texto y pueden emplearse de manera diversa. Pueden ser simples (") o dobles (""), dependiendo el uso para el que se requiera. Para diseñar los entresacados (con o sin comillas), se puede usar texto flotante inserto en cajas, columnas separadas, bandas que se extiendan por toda la doble página o superponerlos a las imágenes. En un periódico son un recurso vital para que una noticia capte la atención de los lectores.

2.2.6. Interlineado.

Es muy importante tomar en cuenta el interlineado en un texto, ya que, permite que la información sea más fácil de leer. El **espacio entre líneas** o **interlineado*** es el espacio entre las líneas de un bloque de texto, se mide de línea a línea y se especifica en puntos.

Es importante mencionar que el interlineado dependerá del tipo de letra a utilizar como del tamaño de la misma. Para determinar el tamaño del tipo se debe considerar el medio o soporte que se utilizará, la finalidad y las características estilísticas de la fuente del tipo.

No hay reglas sencillas para decidir qué de grandes o de pequeños tienen que ser los textos y titulares. Lógicamente, los destacados (la información destinada a captar la atención y ser leída antes, las cabeceras e introducciones) dominarán la página y serán mayores que el cuerpo del texto y los pies. El cuerpo de texto, a su vez, tiene que tener siempre un tamaño que lo haga legible para su público potencial. También hay que tener en cuenta que la mayoría de las familias fueron diseñadas con un propósito particular y por esa razón puede que funcionen mejor en unos tamaños que en otros. Los titulares de los periódicos no deben contener ningún aspaviento estético, su diseño ha de ser pulcro, nítido y sin ambigüedades.

¹⁵ ZAPPATERRA, Yolanda. *Diseño editorial: periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008. p. 84

* Es un término que se remota a la impresión con tipos de metal.

Otro recurso que se puede utilizar para ajustar el espacio entre letras es el Tracking o interletraje o prosa; esto permite que los caracteres se puedan distinguir mejor, siempre y cuando se requiera.

Tracking normal

Tracking abierto

Tracking cerrado

La tipografía es al lenguaje como lo que los mapas son a la geografía

Phil Baines y Andrew Haslam

Así pues, en una composición correcta, los espacios entre líneas y los espacios entre letras han de ser los más apropiados posible, para ayudar a la legibilidad.

2.2.7. Legibilidad.

La legibilidad depende del tamaño y forma del tipo, de la alineación, del interlineado, del espacio entre letras, del material, de la textura, del color, etc. Por todo ello, la producción impresa debe ofrecer al lector un máximo de comodidad y debe asegurar que el mensaje que se quiere comunicar sea recibido correctamente. En la medida en que se facilite al lector este proceso, mejor será la legibilidad y por consiguiente su legibilidad.

La legibilidad y la funcionalidad son las principales cualidades que hay que tener en consideración a la hora de escoger la tipografía de un texto, dada su vital importancia en la transmisión del mensaje editorial. En términos generales, estamos más acostumbrados a leer tipos de letra con remates o serifas, los usados tradicionalmente en las largas columnas de texto, como las de las páginas de artículos, empleando los de palo seco, sin remates, para introducir variedad en textos más cortos (páginas de noticia, críticas, recuadros y similares). El uso de tipos con remate transmite formalidad, mientras que los de palo seco tienen un aspecto menos envarado y contemporáneo. [...].¹⁶

La composición de una página de periódico es dinámica, ya que implica la elección de una tipografía para el título, el subtítulo, los ladillos, el cuerpo del texto, etc.; y de la integración de todos sus elementos. Todo ello requiere de dos aspectos importantes: el lingüístico y el gráfico.

Montesinos¹⁷ menciona que la tipografía es un campo de creatividad infinito que pone a nuestra disposición un vocabulario gráfico que se modula, como se modula la voz, y se matiza como el color en todos sus grados, pero

¹⁶ Ibid., p. 132

¹⁷ MARTÍN MONTESINOS, José Luis. *Manual de tipografía: Del plomo a la era digital*. 5ª ed. Valencia: Gustavo Gili, 2005. p. 72

La prensa en general, y sobretodo la prensa diaria, se ve obligada a incluir numerosas imágenes para competir con los medios audiovisuales, que tienen mayor rapidez y más fuerza informativa gracias a éstas.

Por lo tanto, la **fotografía** es el medio más importante de producción de imágenes y a la vez el medio insustituible de reproducción. Una **imagen** es la réplica o la representación de algo que existe antes que ella misma, esto significa que las imágenes obtenidas por fotografía lo son de “cosas” que ya son visibles en la realidad.

El **fotoperiodismo** o *fotorreportaje*, es sin lugar a dudas el complemento en la elaboración de un periódico reforzando los contenidos informativos, ya que se encarga de registrar el instante de un acontecimiento, convirtiendo a la fotografía en *memoria del mundo*.

En el ámbito del diseño de periódicos, es importante buscar un equilibrio entre lo escrito y lo visual. El tamaño y corte de una fotografía, su ubicación con respecto al texto y a las demás imágenes dentro de una página son aspectos de gran valor expresivo y narrativo para comunicarse con el lector.

Otro elemento que apoya a un texto es la **ilustración**, este es un dibujo o imagen gráfica que realza un escrito. En el campo de la ilustración existe una amplia variedad de estilos y técnicas que brindan un sinfín de posibilidades. La función del ilustrador es captar la imagen o crearla y darle vida llevando a cabo la idea.

Las ilustraciones en blanco y negro suelen utilizarse pero se pueden encontrar algunas con color, debido a las facilidades de producción que actualmente cuenta el periódico.

Suplemento Cultural de Reforma • Domingo 17 de Abril del 2011 • \$0.05

eAngel

> Escalera al cielo

Sergio González Rodríguez reflexiona sobre el libro *Libra* de Rolling Stone, un acercamiento a Bob Dylan, su música y su entorno 2

Ideas Poesía y política de Octavio Paz 3 **Serie** Arguilló y Amat entregan *Islas invisibles* 2

Ana Cristina Herreros

Cartógrafa DE LA imaginación

> En este mes que se celebra el Día del Niño, la autora de *Geografía mágica* explora la función del cuento infantil y el arte de contar historias

Editor Alvarado

Cuando la cartógrafa Ana Cristina Herreros publica *Geografía mágica*, no se trata de un libro de geografía, sino de un libro de imaginación. En él, la autora explora la función del cuento infantil y el arte de contar historias. El libro está dividido en tres partes: la primera es una introducción a la geografía mágica, la segunda es una guía para crear mapas mágicos y la tercera es una colección de mapas mágicos.



Este libro, la imagen por la que se ganó el premio de la Asociación de Escritores de México, es un libro de geografía mágica. En él, la autora explora la función del cuento infantil y el arte de contar historias. El libro está dividido en tres partes: la primera es una introducción a la geografía mágica, la segunda es una guía para crear mapas mágicos y la tercera es una colección de mapas mágicos.

El libro está dividido en tres partes: la primera es una introducción a la geografía mágica, la segunda es una guía para crear mapas mágicos y la tercera es una colección de mapas mágicos.

El libro está dividido en tres partes: la primera es una introducción a la geografía mágica, la segunda es una guía para crear mapas mágicos y la tercera es una colección de mapas mágicos.

de viaje!

LA TORRE DE PIZZA EN ITALIA

BUSCAN NUEVAS BELLEZAS

LA PLAYA DE ACAPULCO

Una experiencia de Vacaciones

Sumergete en las Playas de Acapulco en México



Las Playas de Acapulco, rodeadas por la espectacular bahía de México.

Acapulco, por ser uno de los destinos más populares del mundo, ofrece una experiencia de vacaciones única. Desde el momento que llegas a la ciudad, puedes disfrutar de una experiencia de vacaciones única. Desde el momento que llegas a la ciudad, puedes disfrutar de una experiencia de vacaciones única.

Desde el momento que llegas a la ciudad, puedes disfrutar de una experiencia de vacaciones única. Desde el momento que llegas a la ciudad, puedes disfrutar de una experiencia de vacaciones única.

Desde el momento que llegas a la ciudad, puedes disfrutar de una experiencia de vacaciones única. Desde el momento que llegas a la ciudad, puedes disfrutar de una experiencia de vacaciones única.

Suplemento Cultural del Diario Reforma de México D.F.

Así pues, la ilustración hoy en día es un recurso importante dentro de los periódicos, tanto que no se puede dejar de lado la **caricatura política**, que es un tipo de representación exagerada de personajes o hechos con el fin de poder transmitir un mensaje, una idea, la mayoría de las veces sarcástica sobre una cuestión determinada.

La caricatura, ha intentado concientizar al pueblo sobre la situación y los problemas que embargan al país.

Hoy, la caricatura continúa siendo una manera de expresión política en los diarios nacionales, aunque en la actualidad, a diferencia de la gráfica combativa antiporfirista, que era clandestina y de poca circulación, es un arma recurrente para exhibir y criticar el acontecer político nacional.

La caricatura es un espejo salvaje

Jóse J. García Hernández
Caricaturista

“No siempre es la ridiculización la principal finalidad de la caricatura. Ciertas representaciones caricaturescas no persiguen el escarnio, sino la exaltación de los ideales o de las personas sobresalientes de una sociedad o de todo un pueblo”.¹⁸

“[...] la caricatura desempeña un papel plástico muy semejante al de la crítica burlesca y la sátira en la literatura; interpreta con agilidad el impacto que lanza la opinión popular en sus inconformidades y discrepancias, y comúnmente logra los objetivos que se propone”.¹⁹

La caricatura se ha integrado como un género periodístico más, aunque se sigue conservando su fin ilustrativo, político-social.



Además de la ilustración la **infografía** es otro recurso gráfico que posee dos vertientes: una parte lingüística, y otra visual, que acompaña a la explicación en el texto.

Una infografía, en un periódico, es una forma de representación visual que consta de la combinación de información tanto escrita como *icónica*.

Toda infografía se sustenta en textos escritos, y necesita de ellos para una mayor expresividad narrativa. Sin embargo, el fundamento de la infografía está en el nivel de iconicidad, en los elementos figurativos, que le confieren su propia *identidad informativa*.

Las infografías presentan una gran coincidencia con las clásicas representaciones mecánicas o *esquemáticas*. “Un esquema es una representación simplificada y abstracta de un fenómeno, una estructura o un proceso del mundo exterior”.²⁰

¹⁸ PRUNEDA, Salvador. *La caricatura como arma política*. México: INEHRM, 2003. p. 11

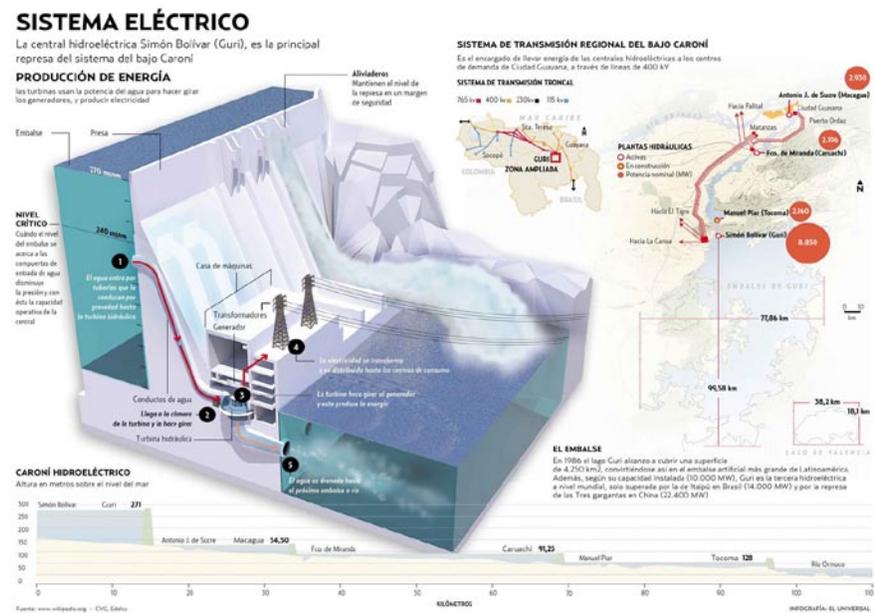
¹⁹ *Ibid.*, p. 12 y 13

²⁰ COSTA, Joan. *La esquemática. Visualizar la información*. Barcelona: Paidós, 1998. p. 113

Los infográficos pueden dividirse en las categorías de gráficos, mapas, tablas y diagramas.

- **Gráficos:** Son los más comúnmente utilizados y presentan información numérica y estadística. Se dividen, a su vez, en gráficos de barra, de torta y de fiebre.
- **Mapas:** Es necesario para mostrar la ubicación de un acontecimiento.
- **Tablas:** Es un cuadro sencillo en el que se presentan datos descriptivos.
- **Diagramas:** Es un tipo de esquema de información que representa datos numéricos tabulados.

La calidad en una infografía no se mide tanto por los gráficos, sino por la ayuda que presta para entender una información.



“Las imágenes son el componente visual más importante de una página y su relación con la historia que ilustran es crucial para el diseño. Tanto en el caso del texto que acompaña a la imagen como en el de la imagen que ilustra al texto, lo fundamental es crear un diálogo interesante entre ambos.”²¹

Por lo tanto podemos decir, que una imagen cumple con una función comunicativa que es el *lenguaje visual*, no importa si es una fotografía o ilustración, ambos son recursos que complementa a un texto en un periódico u otra publicación. Son elementos que se deben de considerar a la hora de la composición de una página.

²¹ ZAPPATERRA, Yolanda. *Diseño Editorial: periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008. p. 84

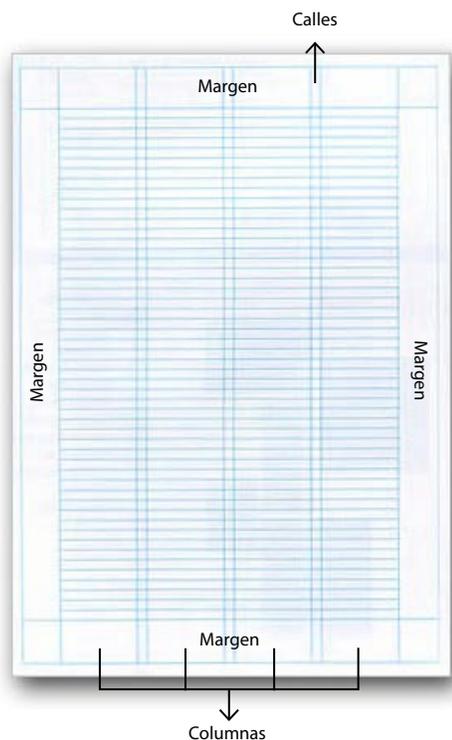
En la edición periodística hay dos planos que el diseñador debe diferenciar con toda claridad: el plano periodístico y el plano gráfico.

Se trata de armonizar la función con la forma, contenido y diseño gráfico. La comunicación entre el periodista y el diseñador gráfico es fluida en la medida en que el primero debe transmitir los objetivos de su mensaje y el segundo tendrá que saber interpretarlos gráficamente.

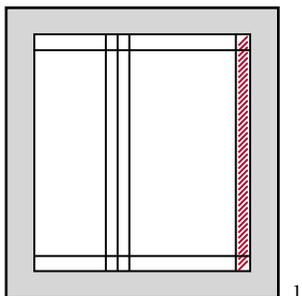
En la estructura del periódico se definen las secciones y las características que tendrá la publicación; además, se precisa el orden y el equilibrio que tendrán cada una de ellas. Ya en la sección propiamente dicha el editor definirá sus componentes, los géneros (reportajes, entrevistas, columnas de opinión, etc.). Todo esto deberá de ser convertido en una estructura gráfica (definición de tipografías, colores, criterios compositivos, tratamiento de imágenes, redacción, etc.). Esta relación convierte al producto final en una síntesis de la función y la forma de un mensaje impreso.

Lo primero que se debe considerar es el **formato** de la publicación, que estará determinado por el soporte a utilizar (tipo de papel). Posteriormente se da paso a la construcción de la retícula de diseño; también denominada retícula de construcción, la cual, es una forma estructural que permite organizar los elementos en un área de diseño.

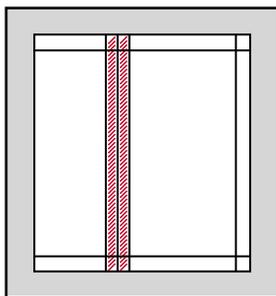
“Las retículas o cuadrículas son conjuntos invisibles de guías o sistemas de coordenadas que ayudan al diseñador a determinar la ubicación y el uso del texto, las imágenes y otros elementos como los blancos de página, los márgenes y los folios. Contribuyen a mantener la continuidad, pero dejan también un margen para la variedad en la maquetación”²²



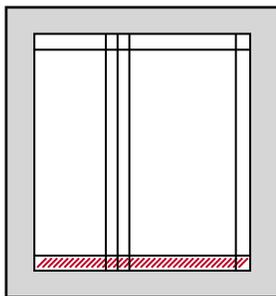
²² Ibid., p. 119



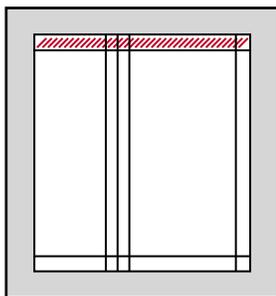
1



2



3



4

Los **márgenes** definen la caja de texto que es el lugar donde va a ir la información. Se determina el margen de corte o exterior (fig. 1), margen de lomo o central (fig. 2), margen de pie o inferior (fig. 3) y margen de cabeza o superior (fig. 4).

Las **columnas** podrán establecerse en número único (una, dos, tres, cuatro, etc.) o combinar (de una y dos, de una y tres, de dos y cuatro; etc.), esto depende de la estructura periodística. Los espacios entre columnas denominadas **calles** (antes se llamaba *corondel ciego*) se pueden dimensionar de acuerdo a un tipo de diseño; la separación estándar es de 5 mm.

“En los periódicos, cinco columnas se consideran el número óptimo para los formatos tabloide y berlinés, y si el bloque del texto de un artículo con un titular en varias columnas excede los 7,5 centímetros, lo habitual es fragmentarlo mediante la inclusión de subtítulos, ladillos o imágenes”.²³

Después de determinar los márgenes y el número de columnas, el siguiente paso es la **diagramación** de los elementos, los cuales se pueden dividir de la siguiente manera:

- **Los textos:** Títulos, antetítulos, subtítulos, cuerpos de textos, cintillos, folios, pies de fotos, etc.
- **Imágenes:** Fotografías, ilustraciones, infografías, diagramas, etc.
- **Recursos gráficos:** Líneas, tramas, marcadores de leyendas, recuadros para texto, etc.

Estos tres elementos deben estar muy bien equilibrados en la hoja.

La **maquetación**, también llamada *diagramación*, se encarga de organizar los elementos en un espacio determinado de la página. Por tal motivo, se debe buscar la máxima eficacia comunicativa e impactar visualmente al público receptor. Realmente no existe una norma específica que asegure el éxito de una maquetación; pero sí unas pautas, que pueden hacer más eficaz el mensaje.

Los títulos proporcionan una breve información sobre el contenido y estructuran la información. Deben ser llamativos y estar separados del resto del texto.

El elemento de diseño que lógicamente sigue a un título es el texto. El texto empleará la retícula para crear una uniformidad de composición mediante la forma en que se disponga. La sangría es aquí un importante recurso para identificar nuevos párrafos y estructurar el texto.

²³ Ibid., p. 122

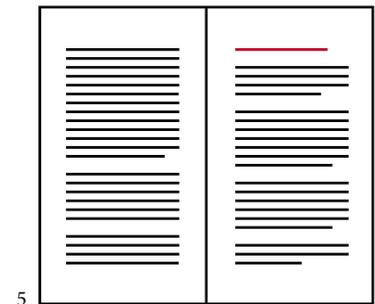
Al momento de insertar el texto es importante tomar en cuenta el tipo de letra, el tamaño, la alineación, el tracking (interletrado) y el interlineado, para evitar cortes inapropiados de palabras, denominadas *viudas* o *huérfanas*.

Una **viuda** (fig. 5) es la última línea de un párrafo que se ha fugado hasta la siguiente página o columna. La **huérfana** (fig. 6), en cambio, es la primera línea de un párrafo que se ha quedado rezagada en la página o columna anterior.

Cualquiera de las dos, viudas o huérfanas, quedan aisladas y desequilibran la composición provocando una “mancha” en la lectura. Una página que comienza con una viuda es una página que pierde toda su belleza; comienza con una idea inconclusa, salta a la vista y obliga a desviar la mirada. En los periódicos actuales esas viudas se suprimen casi siempre o se ajusta el texto al espacio determinado para evitarlas.

En lo que concierne a las imágenes, la dinámica que tienen permite que puedan usarse de una forma más flexible, pueden atravesar las columnas y saltarse los márgenes, pueden representarse como siluetas, y el texto puede disponerse contorneándolas, para formar una figura a su alrededor; entre muchas opciones más.

En conclusión, se puede decir que la retícula nos permite experimentar una infinidad de composiciones, logrando un equilibrio de los elementos, obteniendo así una diagramación óptima de diseño; lo importante es tener claro el mensaje que se quiere enviar al receptor.



Para realizar un proyecto de diseño es de suma importancia llevar un proceso, para así estructurar y dar forma al trabajo. Para ello, existe una variedad de metodologías de diseño que sirven de apoyo al diseñador, para investigar, analizar, sintetizar y evaluar el problema de diseño a resolver.

La **metodología**, como tal, constituye un capítulo de la epistemología relativo a las diferentes maneras de investigar. Está compuesta por la palabra **método**, que deriva de los vocablos *meta*, “a lo largo de o a través de”, y *ódos*, “camino”; por lo que literalmente significa “ir a lo largo del buen camino, del camino del conocimiento”.

Por lo tanto, “la metodología de diseño integra conjuntos de indicaciones y prescripciones para la solución de los problemas derivados del diseño, ella determina la secuencia más adecuada de acciones, su contenido y los procedimientos específicos”.²⁴

Los métodos de diseño implican conocimientos técnicos que han de adaptarse según las circunstancias y los fines. El diseñador debe disponer de un método que le permita realizar su proyecto de una manera adecuada.

Como se ha mencionado, existen varias metodologías de diseño; lo importante es conocer los pasos que propone cada una de éstas y basarse en una para resolver el problema de diseño.

El presente proyecto, se estructura a partir del **Método Proyectual** de Bruno Munari, el cual se basa en una serie de pasos dispuestos en un orden lógico para conseguir un máximo resultado.

El método de Munari, se describe en comparación con una receta de arroz verde, como se muestra a continuación:

²⁴ VILCHIS, Luz del Carmen. *Metodología de diseño: Fundamentos teóricos*. México: Claves latinoamericanas, 1998. p. 41



***Cuando un problema
no puede resolverse,
no es un problema***

Bruno Munari (1907 - 1998)

Es importante mencionar que el *método proyectual* es un instrumento aplicable; pero, de ninguna manera, debe considerarse absoluto y definitivo es, por lo tanto, modificable si en el desarrollo se requiere de omitir o incrementar algún paso; esto dependerá del proyecto que se esté realizando.

El diseño gráfico del periódico “El Insurgente”, parte de dos líneas; por un lado se encuentra el diseño del logotipo o cabezal, y por otro el diseño del periódico. Por este motivo, la metodología se estructura a partir de estas dos vertientes.

A continuación se desglosa de manera general el proceso de diseño, que se basa en el método proyectual.

Problema: Diseño del periódico,

Definición del problema: Resolver el diseño gráfico del periódico “El Insurgente”, realizando la publicación No. 0 en un formato tabloide de 8 páginas. La publicación será quincenal y su distribución se realizará en todas las localidades de San Miguel de Allende, Gto.

Elementos del problema: Logotipo/Cabezal, retícula, tipografía, imágenes, diagramación.

Recopilación de datos: Información de los periódicos que se distribuyen en el estado.

Análisis de los datos: Formato que manejan, nombre y diseño de cabezal, secciones, color, etc.

Creatividad: Resaltar el nombre del periódico. La maquetación se determinará a partir de la información a publicar.

Materiales y Tecnologías: Se utilizarán fuentes **Type 1** ó **Open type**; imágenes en escala de grises a tamaño real en *archivo de formato* TIFF a 300 DPI. El *archivo nativo* será Adobe Indesign (.INDD).

Soluciones posibles: Realización de bocetos del cabezal, a partir de la elección de una familia tipográfica.

Modelo: Aplicación del cabezal dentro de la maquetación del periódico. Definir estilo de la publicación.

Verificación: Verificar que haya un equilibrio del cabezal como de las secciones dentro del formato.

Dibujos constructivos: Diagramación (maquetación) de los elementos de diseño dentro de la retícula.

Solución: Diseño final de la publicación No. 0

En el siguiente capítulo se desarrolla cada uno de los pasos anteriores, mostrando que una metodología es de gran apoyo para el diseñador, puesto que hay organización y aplicación de conocimientos que permiten la solución del proyecto.

Capítulo III

Diseño gráfico del periódico
“El Insurgente”

El diseño gráfico del periódico “**El Insurgente**” se realizará en un formato tabloide, de 8 páginas, a una sola tinta (negro). Su publicación será quincenal y su distribución se realizará en el municipio de San Miguel de Allende, Gto. Con el objetivo de darse a conocer como nuevo medio de comunicación, para posteriormente publicarse de manera semanal e inclusive diaria.

Se diseñará el cabezal del periódico con el nombre de **El Insurgente**, acompañado del lema *la palabra es más poderosa que la espada*. Posteriormente se realizará la diagramación del periódico.

Antes de la realización del diseño, se tomo en cuenta la información recopilada de los periódicos que se distribuyen en el municipio de San Miguel de Allende. Se analizó el diseño del cabezal, desde la tipografía, el color y lema que utilizan. Esto nos permitirá plantear una idea general de lo que se quiere lograr con el diseño del periódico *El Insurgente*.

Recopilación de información.

Prácticamente, en el municipio de San Miguel de Allende se distribuyen tres periódicos: *Correo, a.m.* y *El Sol de Bajío*, que se realizan en otros municipios.

Los periódicos **Correo** y **a.m.** son del estado de Guanajuato mientras que el periódico **El Sol del Bajío** se realiza en el municipio de Celaya, además de que es parte de una cadena periodística nacional que incluye el periódico *El Sol de México* del Distrito Federal.

A continuación se analizan las características de diseño del cabezal (logotipo), distribución, formato y secciones que maneja cada uno de los periódicos.



- **Diseño de cabezal.**
El cabezal del periódico Correo, se basa en una tipografía de estilo romana y se presenta en letras bajas con un énfasis negativo de color rojo. No cuenta con un emblema o lema que lo caracterice.
- **Distribución.**
Su distribución se realiza en los municipios de: Guanajuato, León, Salamanca, Celaya y otras comunidades.
- **Formato:** Tabloide.
- **Secciones:** Vida pública, Seguridad, Nacional, Internacional, Deportes, Negocios, Educación, Editoriales, Ocio, Ciencia.



- **Diseño de cabezal.**
Este cabezal esta realizado con una tipografía de estilo romana, en minúsculas y en color verde. Su lema es *El periódico de mayor circulación en Guanajuato*. No presenta emblema.
- **Distribución.**
Su distribución se realiza en los municipios de: Guanajuato, León, Celaya, Irapuato, San Miguel de Allende, San Francisco, La piedad y Lagos de Moreno.
- **Formato:** Sábana/Estándar.
- **Secciones:** Local, Sucesos, Deportes, Gente, Articulistas, Publicidad, Vidas, Actualidad, Avisos.

El Sol del Bajío

EL PERIÓDICO DE CELAYA Y LA REGIÓN

- **Diseño de cabezal.**

A diferencia de los anteriores cabezales, aquí se maneja una tipografía de estilo gótica, también conocida como Block, se presenta en letras altas y bajas, en color rojo. Su lema es *El periódico de celaya y la región*, y al igual que los demás, no cuenta con un emblema.

- **Distribución.**

Su distribución se realiza en Celaya, Bajío y otras comunidades.

- **Formato:** Sábana/Estándar.

- **Secciones:** Policiaca, Bajío, Deporte Local, Sociedad, Espectáculos, Ciudad Juárez, Ciencia y Tecnología, Finanzas, Comunidad y Cultura, Turismo.

En conclusión, los tres periódicos tienen un estilo definido, se publican diariamente y manejan una variedad de información, tanto local como de otros estados. Son periódicos ya consolidados y con varias publicaciones detrás.

A pesar de esto, es importante mencionar que en de San Miguel de Allende la distribución de estos periódicos es limitada y solo en algunos locales se pueden conseguir, motivo por el cual, se quiere realizar el periódico *El Insurgente*.

Como se mencionó, el periódico sólo se distribuirá en San Miguel de Allende de manera quincenal y se publicará información referente al estado, lo que permite visualizar que será un periódico completamente local y sin amplias secciones debido al número de páginas: 8, de inicio.

Por lo tanto, el diseño y estilo del periódico *El insurgente* debe representar su ideología, la cual se refleja en el nombre y lema del mismo. Sus editores la definen como “progresista”.



El objetivo principal de diseño es mostrar la misión y visión del periódico, tomando en cuenta al público al que va dirigido.

El cabezal tiene que capturar y transmitir el carácter de un periódico, su contenido, su postura y su actitud hacia los lectores. Si un periódico tiene éxito, entonces su logo también perdurará, por lo que su tratamiento, manipulación y ubicación serán altamente significativos.

Otro elemento importante que complementa a un cabezal es su lema, este puede aportar gran valor a una publicación. Si las palabras que lo conforman están bien escogidas, no sólo explica al lector de qué trata la publicación, sino que también indica su tono y la audiencia a la que va dirigida.

3.2.1. Diseño del cabezal.

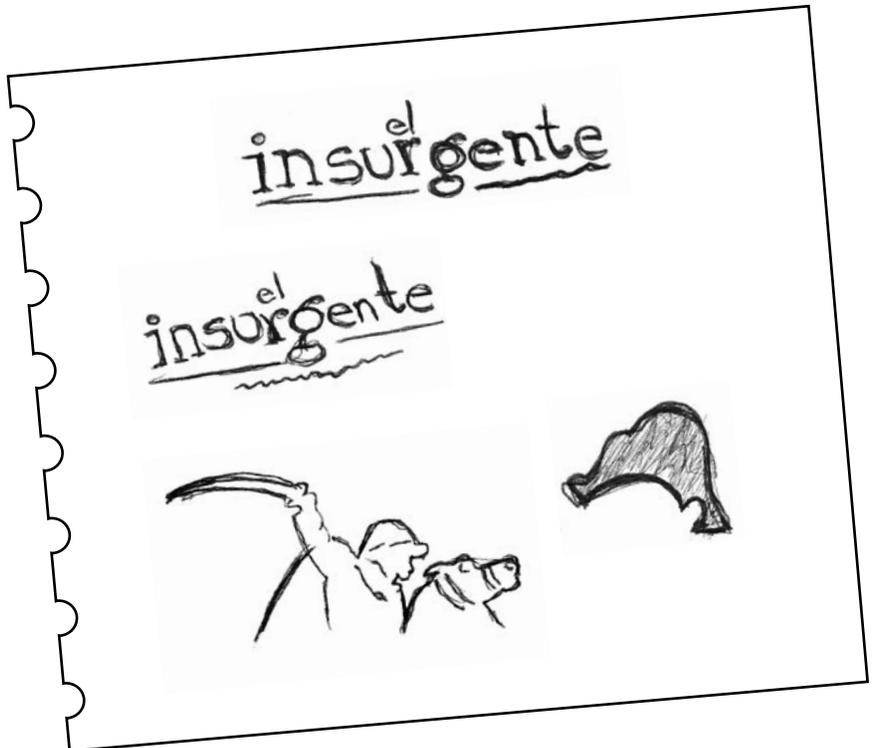
Retomando un poco las características que presenta la zona, se puede observar que cuenta con un amplio bagaje cultural e historia, y que a pesar de la estancia de extranjeros, la población natal de San Miguel tiene muy arraigadas las tradiciones del lugar; quienes son el principal sector de la población al que va dirigido el periódico.

A partir de la información recopilada y con el mismo nombre del periódico, se inició con el proceso de diseño del cabezal. Como primer paso se bocetaron algunas ideas en cuanto a estilo y composición, ya que es importante tomar en cuenta el número de caracteres que contiene el nombre y lema, para así poder generar un equilibrio.



Referentes para las propuestas de emblemas:

- Estatua ecuestre de Ignacio Allende en Plaza Cívica, San Miguel de Allende, Gto.
- Rostro de Ignacio Allende.



Después de plantear estas primeras ideas, se decidió utilizar una tipografía romana, por ello se eligieron dos tipografías con las cuales se desarrollaron los bocetos anteriores, estas son: Tipografía Bienetresocial y Justus.

***Si no hay idea,
no hay diseño***

Paul Rand

Bienetresocial

creada por Diagone en 2003

(Esta tipografía presenta remates proporcionados y trazos redondeados)

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789
.,:;'"!@#\$%&*{(/|\)}

Justus

creada por Manfred Klein en 2001

(Esta tipografía presenta remates finos con un contraste entre los trazos finos y gruesos)

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789
.,:;'"!@#\$%&*{(/|\)}

Estos tres cabezales están realizados con la tipografía **Bienetresocial**.

En el primero se puede observar que el nombre se “comprime” debido a que se utilizan mayúsculas.

En el segundo se resalta más el nombre dando fuerza en la palabra gente, sólo se utilizan letras minúsculas.

En el tercero se manejan altas y bajas, manteniendo el énfasis en la palabra *gente*.

En cuanto al lema en los dos primeros se utiliza la tipografía **Futura** en mayúsculas y en el último la tipografía **Verdana** en altas y bajas.

EL INSURGENTE

LA PALABRA ES MÁS PODEROSA QUE LA ESPADA

el
insurgente

LA PALABRA ES MÁS PODEROSA QUE LA ESPADA

El
Insurgente

La palabra es más poderosa que la espada

Los tres cabezales están realizados con la tipografía **Justus** con sus respectivas variantes.

En los tres casos se utiliza la tipografía **Futura** en el lema.

EL INSURGENTE

LA PALABRA ES MÁS PODEROSA QUE LA ESPADA

el
insurgente

LA PALABRA ES MÁS PODEROSA QUE LA ESPADA

el
insurgente

LA PALABRA ES MÁS PODEROSA QUE LA ESPADA

 el
insurgente
LA PALABRA ES MÁS PODEROSA QUE LA ESPADA

Aquí se muestran los logotipos con el emblema; como se puede observar, éste le da más fuerza al logotipo.

Un aspecto importante que se debe considerar es la altura del cabezal, ya que se debe tener en cuenta su tamaño dentro del formato del periódico.

el 
insurgente
LA PALABRA ES MÁS PODEROSA QUE LA ESPADA



El 
Insurgente
LA PALABRA ES MÁS PODEROSA QUE LA ESPADA



EMBLEMAS

el 
insurgente
LA PALABRA ES MÁS PODEROSA QUE LA ESPADA



El Insurgente

LA PALABRA ES MÁS PODEROSA QUE LA ESPADA

Diseño final.

Se eligió este diseño porque cumple con las necesidades del proyecto. El propósito es representar el lugar, al lector y sobre todo la ideología del periódico.

Se utilizó la tipografía Bienetresocial por la proporción de sus trazos; se recurrió al uso de letras altas y bajas para generar equilibrio; se dio énfasis a la palabra *gente* reforzándose con el lema debajo de éste, ya que se le da importancia a la “voz” del pueblo. En el lema se utiliza la tipografía Futura en mayúsculas, de igual manera se agrega una línea para guardar el equilibrio y la armonía de todos los elementos.

Por último, en la composición final se coloca el emblema con la silueta del insurgente Ignacio Allende que representa tanto la historia como la cultura del lugar.

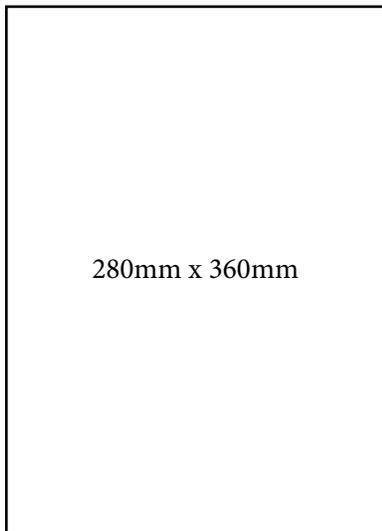
3.2.2. Realización de la retícula.

Como se mencionó en el capítulo anterior la retícula puede usarse para resolver un problema de diseño. Son el punto de partida para la posterior diagramación de los elementos.

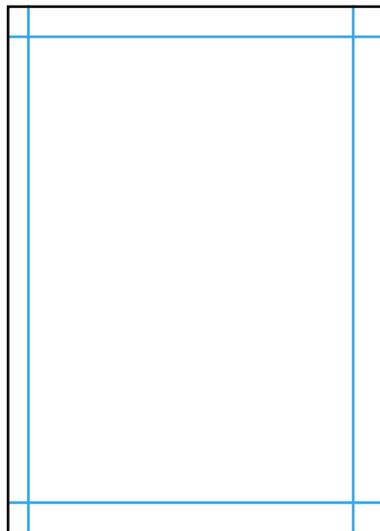
La retícula hace también que, la lectura se efectúe con mayor rapidez, se visualicen los contenidos a distancias más lejanas y se retenga con más facilidad la información que se está recibiendo.

A continuación se muestra la construcción de la retícula que se utilizará para la maquetación del periódico.

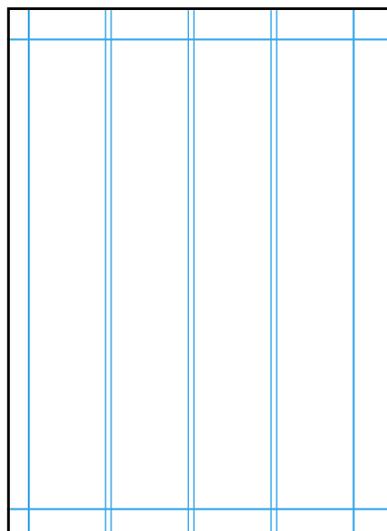
Formato.



Márgenes.

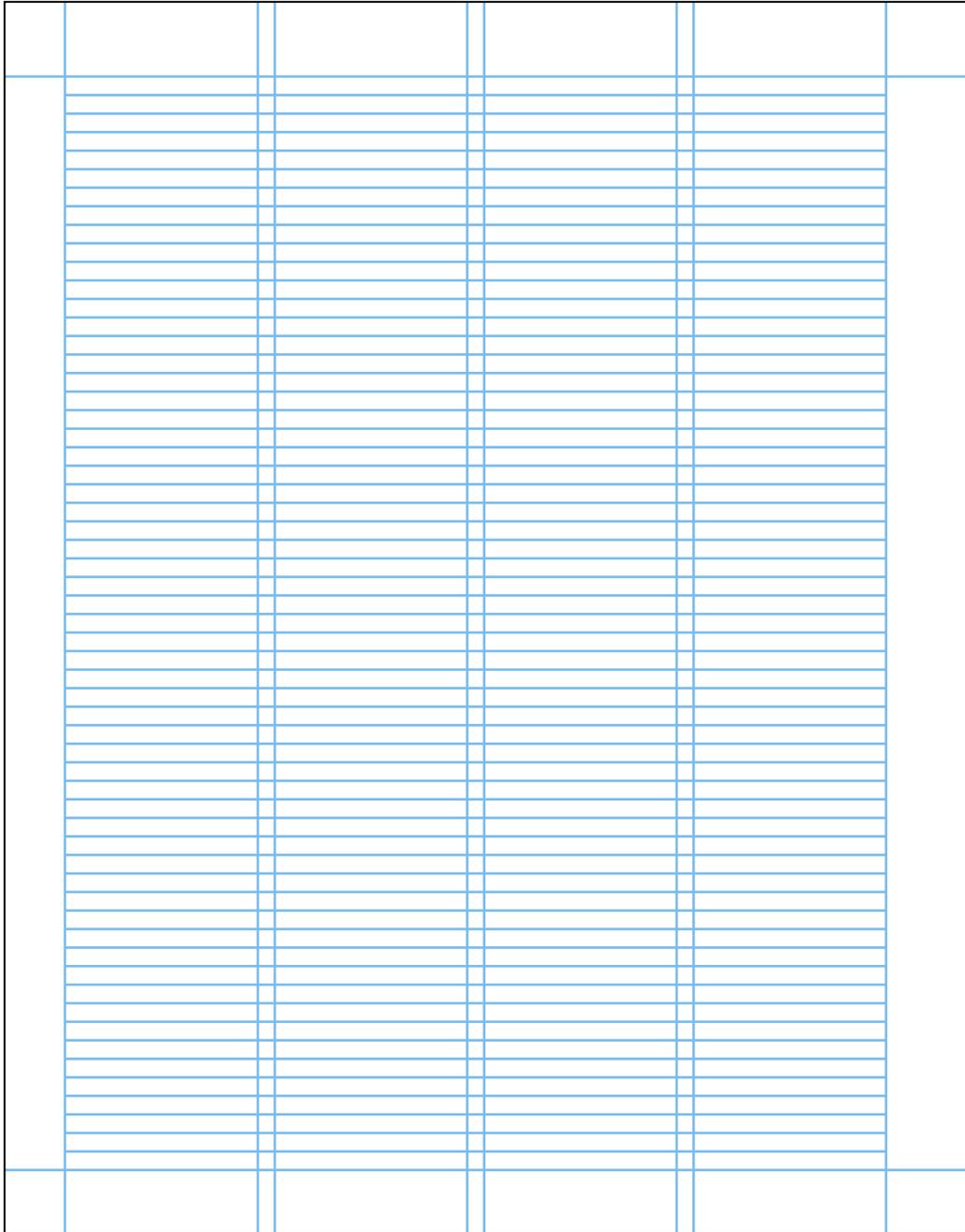


Superior: 22mm
Inferior: 19 mm
Derecho: 25mm
Izquierdo: 18mm



Columnas.

Retícula de diseño



Número: 4 columnas

Calles: 5mm

Guías: 4mm

3.2.3. El estilo de la publicación.

El estilo de una publicación consiste en cómo se presentan todos los elementos visuales, en un equilibrio creativo que se establece entre tipografía e imagen, el cual está indisolublemente unido al diseño del logotipo y puede subdividirse en las áreas siguientes: formato, papel, estructura y elementos de diseño.

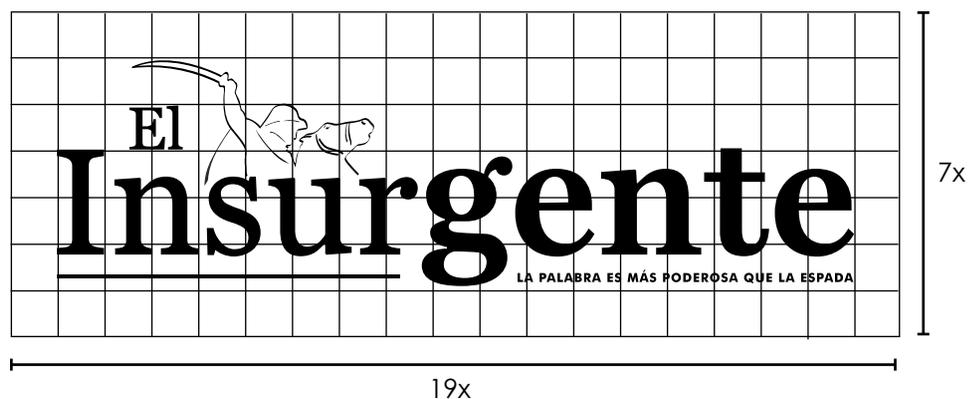
Crear el estilo adecuado para cada publicación, ya sea formal o informal, tradicional o moderna, simétrica o asimétrica; dependerá siempre de la información a publicar como del lector al que va dirigido.

Para Yolanda Zappaterra²⁵ el estilo crea la sensación que se transmite al lector. Por ende, un lector puede hacer suposiciones acerca del tono y el contenido de la publicación y, una vez que se ha familiarizado con ella y sus señas distintivas, el periódico se convierte en algo parecido a un amigo, sabe que esperar de él, aguarda con impaciencia el siguiente encuentro y disfruta pasando tiempo en su compañía.

Antes de comenzar a definir el estilo de la publicación es de suma importancia establecer las proporciones del cabezal para que haya un equilibrio entre los elementos.

- **Retícula de construcción.**

La retícula de construcción tiene como propósito establecer las proporciones del cabezal.



²⁵ ZAPPATERRA, Yolanda. *Diseño editorial: periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008. p. 109

- Proporciones del cabezal.



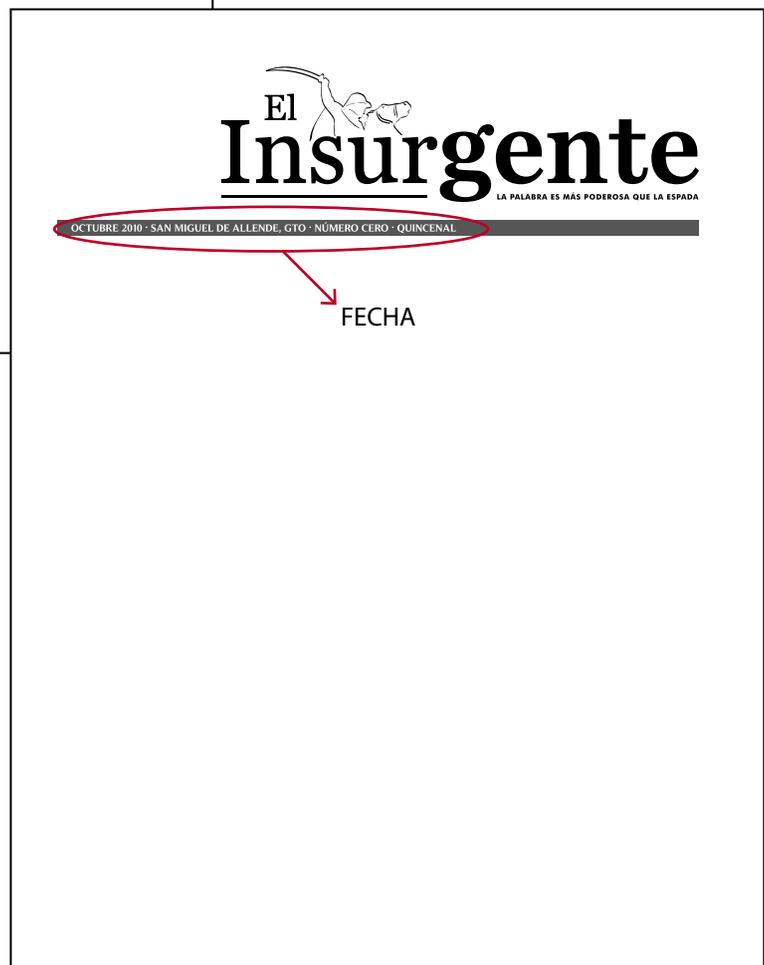
- Área de protección.

El área de protección permite que el cabezal tenga un espacio libre cuando se presente con otros elementos a su alrededor y así no afectar la visibilidad del mismo.



Después de establecer las proporciones del cabezal se puede comenzar a desarrollar la maquetación del periódico.

A continuación se muestran algunas propuestas en cuanto a la colocación del cabezal y el fechario, basándose en la retícula de diseño.





El
Insurgente
LA PALABRA ES MÁS PODEROSA QUE LA ESPADA

OCTUBRE 2010 - SAN MIGUEL DE ALLENDE, GTO - NÚMERO CERO - QUINCENAL



El
Insurgente
LA PALABRA ES MÁS PODEROSA QUE LA ESPADA

OCTUBRE 2010 - SAN MIGUEL DE ALLENDE, GTO - NÚMERO CERO - QUINCENAL



Se eligió colocar el cabezal en la parte superior izquierdo y la fecha de lado derecho, por la lectura y el orden de la información.

El periódico cuenta con algunas secciones como:

- Editorial
- Localidad
- Política
- Deportes
- Sociales
- Cultura
- Entretenimiento

Por tal motivo, también se estableció un estilo de diseño para las secciones, las cuales se muestran a continuación.

Diseño de secciones.

Cada sección del periódico se identificará por medio de una pleca de color gris. La tipografía que se utilizó es la Bienetresocial Regular.

Editorial

Localidad

Política

Deportes

Sociales

Cultura

Entretenimiento

Otro aspecto a considerar en el estilo de una publicación es la tipografía, ya que se manejan distintos niveles de información, para ello se crea una jerarquía de texto (ver pág. 41) mediante la elección de dos o más tipos de letra.

Para el periódico se decidió utilizar las siguientes fuentes tipográficas.

Tipografía Primaria

- Para titulares.

Century Old Style Std Regular
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789
.,:;'!"?@#\$%&*{(/|\)}

Century Old Style Std Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789
.,:;'!"?@#\$%&*{(/|\)}

- Para antetítulos y subtítulos.

Tahoma Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789
.,:;'!"?@#\$%&*{(/|\)}

Tipografía Secundaria

- Para texto largo

La siguiente familia tipográfica se utilizará para textos largos (información), se podrá utilizar alguna(s) de las variantes para resaltar palabras o frases. En el caso de implementar una letra capitular se puede escoger otra tipografía que armonice con el resto del texto.

Times New Roman Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

.,:;'"!@#\$%&*{(\/)}

Times New Roman Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

.,:;'"!@#\$%&*{(\/)}

Times New Roman Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

.,:;'"!@#\$%&{(\/)}*

Times New Roman Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

.,:;'"!@#\$%&*{(\/)}

- Para texto corto.

La siguiente familia tipográfica se utilizará para textos cortos, como pies de foto e ilustraciones, sumario y directorio.

Myriad Pro Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789
.,:;"'!?@#\$%&*{(|\)}

Myriad Pro Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789
.,:;"'!?@#\$%&*{(|\)}

Myriad Pro Bold Condensed

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789
.,:;"'!?@#\$%&*{(|\)}

Antes de realizar la diagramación de los elementos, es importante retomar las características generales del periódico, ya que son referentes que nos permitirán diseñar todo el contenido de la publicación.

Características generales del periódico “El Insurgente”

Director General: Francisco Zúñiga Canales

Formato: Tabloide

Publicación: Quincenal

No. de páginas: Ocho

Distribución: San Miguel de Allende, Gto.

Ideología: Izquierda

Tipo de diario: Local

Público al que va dirigido: Pobladores natales del lugar

Precio estandar: \$3.00

Tiraje aproximado: 15 mil ejemplares

Impresión: Offset a una tinta

Papel: Bond de 90 g

Cabe destacar que el tipo de papel que se utiliza para la impresión de periódicos es el **papel prensa** o **papel de diario**, el cual está fabricado principalmente sobre la base de papel recuperado o de pasta mecánica. Puede ser blanco o ligeramente coloreado y su gramaje habitual oscila entre los 40 y los 52 g/m², aunque puede llegar a 65 g/m².

La portada del periódico tiene que llamar la atención del lector. Por eso se seleccionan las noticias más importantes para publicarlas en la primera plana, siempre se destaca una información principal que es la apertura del periódico.

De un solo vistazo al ver la portada, el lector puede hacerse una idea de lo más importante que ha ocurrido y de lo que va a encontrar en su interior.

Esta página es la más importante de todas; por eso se pone especial cuidado en su diseño, composición e información.

La primera página está compuesta por los siguientes elementos:

- **Cabezal.** Se localiza en la parte más alta de la portada, identifica el nombre del periódico, aparece en ella la fecha, el precio y el número de la edición.
- **Noticia Principal.** Tiene el tamaño de letra más grande de la página, el mayor número de columnas y va acompañada de una fotografía.
- **Noticia Secundaria.** Va a menor número de columnas que la principal, una, dos o tres. El tamaño del titular es más pequeño.
- **Imágenes.** Las fotografías, dibujos o gráficos se utilizan para destacar las noticias principales y para aportar más información.

En el ámbito periodístico la publicación número cero nos permite observar que cambios posteriores se deben realizar, tanto en producción, contenido y diseño, es el punto de partida para la siguiente publicación (No.1).

Es importante mencionar que el periódico continúa en proceso de realización. A continuación se muestra la diagramación para cada una de las páginas, tomando en cuenta el uso de la tipografía primaria como secundaria que se planteó anteriormente. A si mismo se define el estilo de la publicación, la cual se caracteriza por ser tradicional conservando aspectos simétricos, de contraste, simplicidad y continuidad.

Siguen los atracos en Santa Julia

La inseguridad sigue en aumento y la población exige a las autoridades solución al problema. **pág. 4**

Coronan nueva reina del Campesino Bicentenario

Como parte de los eventos sociales que enmarcan majestuosamente año con año el principio de las fiestas patrias, Luz María Núñez Flores, Presidente Municipal coronó a Cristina I de la comunidad de El Águila como reina del Campesino Bicentenario 2010, en la explanada del Jardín Principal. **pág. 7**

Baja la venta de casas en San Miguel de Allende

Compradores nacionales superan a los foráneos en las compras de viviendas residenciales turísticas. **pág. 4**

La Sanmiguelada del Bicentenario... ¡Va!



- El voto ciudadano decidió que continúe la fiesta brava
- Participaron más de 2 000 ciudadanos **pág. 3**

Que se cuide la Administración Pasada, advierte Lucy Núñez

"Que se cuide la Administración pasada, pues, ya no se tolerarán más fraudes e irregularidades", afirmó en conferencia de prensa la Presidenta Municipal María Lucía Núñez Flores. **pág. 5**

02

Editorial

Titulo de la Editorial

Por un autor

La entradilla es un breve resumen del artículo que precede redactada con el fin de proporcionar al lector un acceso fácil y rápido.

Esto es falso texto. Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro.

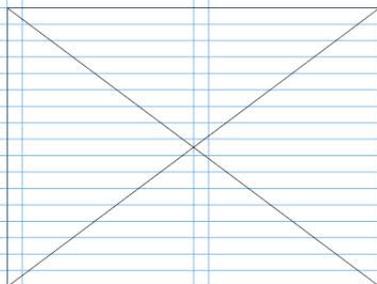
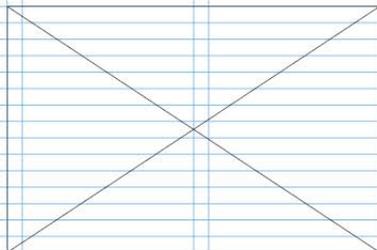
Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas. El texto simulado es eficaz en cualquier tipografía, sean los que sean el formato y el tamaño requeridos. Los párrafos pueden ser cortos o largos. El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes.

Esto es falso texto. Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro. Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

El texto simulado es eficaz en cualquier tipografía, sean los que sean el formato y el tamaño requeridos.

Los párrafos pueden ser cortos o largos. El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes.

Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido.



El Insurgente
LA REVISTA DE LAS COMUNICACIONES

DIRECTORIO

Francisco Zúñiga Canales
 Director General

Arte y Diseño
 Rosa María Aguilar Vega

Reporteros

Lucía Ceballos Torres
 Brenda Isabel Cruz Mesa
 Norma Xochitl Saavedra Landeros

Reyna María Sánchez Bolaños
 José Antonio Tovar Murillo
 Mario Valdes Luna

03

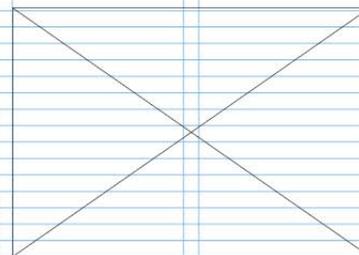
Localidad

Sí, a la Sanmiguelada

La entradilla es un breve resumen del artículo que precede redactada con el fin de proporcionar al lector un acceso fácil y rápido

Por José Antonio Tovar Murillo

El pasado siete de febrero se llevó a cabo la primera consulta pública sobre la Sanmiguelada, con la participación activa de 2 690 ciudadanos. Desde las 9:00 horas del domingo, el gobierno municipal, por medio de la Dirección de Vinculación Política, instaló, en varias partes de la zona urbana y en nueve comunidades, veintuna mesas receptoras de votos. Con eso, las nuevas autoridades trataron de cumplir con el compromiso de fomentar la participación ciudadana en la toma de decisiones del gobierno municipal.



Pie de Foto: Como muestra de un texto real en entorno probable.



80%



20%

Este año, en San Miguel de Allende, si se efectuaron encierros similares al estilo Pampalena, consentirán algunos Sanmiguelenses que asistieron a votar. El voto de 1 839 personas fue a favor de la sanmiguelada.

Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro.

Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

El texto simulado es eficaz en cualquier tipografía, sean los que sean el formato y el tamaño requeridos. Los párrafos pueden ser cortos o largos.

Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

Como muestra de un texto real

Por un autor

Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

El texto simulado es eficaz en cualquier tipografía, sean los que sean el formato y el tamaño requeridos. Los párrafos pueden ser cortos o largos.

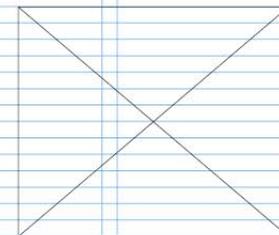
El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando

con puntos diferentes. Esto es falso texto. Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido.

En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro.

Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

El texto simulado es eficaz en cualquier tipografía, sean los que sean el formato y el tamaño requeridos.



Pie de Foto

Siguen los atracos en Santa Julia

La entradilla es un breve resumen del artículo que precede redactada con el fin de proporcionar al lector un acceso fácil y rápido

Por un autor

Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro.

Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas. El texto simulado es eficaz en cualquier tipografía, sean los que sean el formato y el tamaño requeridos. El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área

ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes. El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes.

Entresacado redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido

Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras

Pie de Foto: Como muestra de un texto real en entorno probable.

habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro.

Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes.

En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras

habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro. Los párrafos pueden ser cortos o largos.

Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro. Los párrafos pueden ser cortos o largos.

COMPRADORES NACIONALES SUPERAN A LOS FORÁNEOS

Baja la venta de casas en San Miguel de Allende

Por un autor

Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas. El texto simulado es eficaz en cualquier tipografía, sean los que sean el formato y el tamaño requeridos. Los párrafos pueden ser cortos o largos. El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con pun-

tos diferentes. Esto es falso texto. Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro.

Esto es falso texto. Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro. Las composiciones

* Como muestra de un texto real en entorno probable.

de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

El texto simulado es eficaz en cualquier tipografía, sean los que sean el formato y el tamaño requeridos. Los párrafos pueden ser cortos o largos.

El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una

y otra vez comenzando con puntos diferentes. El texto simulado es eficaz en cualquier tipografía, sean los que sean el formato y el tamaño requeridos.

El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes. Los párrafos pueden ser cortos o largos.

Política

Que se cuide la Administración Pasada, advierte Lucy Núñez

La entradilla es un breve resumen del artículo que precede redactada con el fin de proporcionar al lector un acceso fácil y rápido

Por un autor

Esto es falso texto. Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro. Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

El texto simulado es eficaz en cualquier tipografía, sean los que sean el formato y el tamaño requeridos.

El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes.

Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro. Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

El texto simulado es eficaz en cualquier tipografía, sean los que sean el formato y el tamaño

Pie de Foto

requeridos. Los párrafos pueden ser cortos o largos.

El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes.

Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro.

Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

Título del Artículo

Por un autor

La entradilla es un breve resumen del artículo que precede redactada con el fin de proporcionar al lector un acceso fácil y rápido.



El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes.

Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro.

Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes.

Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro.

Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

Redactado para ser leído pero sin contenido

Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas. Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido.

En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro.

Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido

ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro.

Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas. Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido.

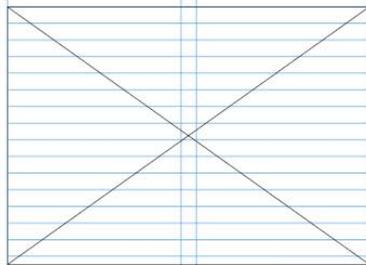
El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes.

Pie de foto

Deportes

COMO MUESTRA DE UN TEXTO REAL EN ENTORNO PROBABLE

Redactado para ser leído sin contenido



Pie de Foto: Como muestra de un texto real en entorno probable.

Por un autor apellido

Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro.

Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas. El texto simulado es eficaz en cualquier tipografía, sean los que sean el formato y el tamaño requeridos.

Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro.

Esto es falso texto. Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro. El texto simulado es eficaz en cualquier tipografía, sean los que sean el formato y el tamaño requeridos.

Por un autor apellido

REDACTADO PARA SER LEÍDO

En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro. Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

Los párrafos pueden ser cortos o largos. El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes.

Esto es falso texto. Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro. Las composiciones de prueba que mutan texto con

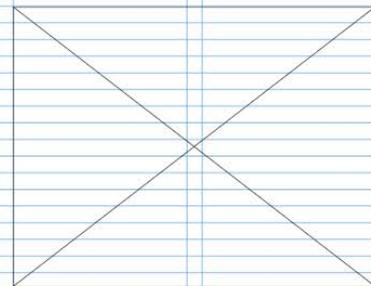
Como muestra de un texto real en entorno probable

La entradilla es un breve resumen del artículo que precede redactada con el fin de proporcionar al lector un acceso fácil y rápido

contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

El texto simulado es eficaz en cualquier tipografía, sean los que sean el formato y el tamaño requeridos.

Los párrafos pueden ser cortos o largos. El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes.



Pie de Foto: Como muestra de un texto real en entorno probable.

Sociales

Nueva reina del Campesino Bicentenario

La entradilla es un breve resumen del artículo que precede redactada con el fin de proporcionar al lector un acceso fácil y rápido

Por un autor

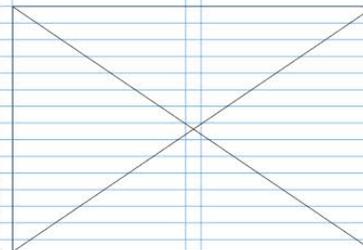
Esto es falso texto. Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro. Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

El texto simulado es eficaz en cualquier tipografía, sean los que sean el formato y el tamaño requeridos.

El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes.

Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro. Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

Los párrafos pueden ser cortos o largos. El texto producido puede emplearse para llenar cualquier



Pie de Foto: Como muestra de un texto real en entorno probable.

área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes.

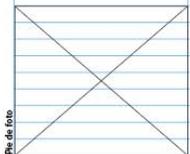
El texto simulado es eficaz en cualquier tipografía, sean los que sean el formato y el tamaño requeridos.

El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes.

Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro.

Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

Pie de foto



Como muestra de un texto real probable

La entradilla es un breve resumen del artículo que precede redactada con el fin de proporcionar al lector un acceso fácil y rápido

Por un autor apellido

Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro. Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la

desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas. El texto simulado es eficaz en cualquier tipografía, sean los que sean el formato y el tamaño requeridos.

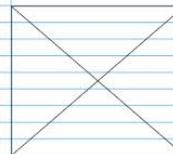
Los párrafos pueden ser cortos o largos. El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite

una y otra vez comenzando con puntos diferentes. Esto es falso texto. Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro. Las composiciones de prueba que mutan texto

con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

Los párrafos pueden ser cortos o largos. El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes. Esto es falso texto.

Pie de foto



REDACTADO PARA SER LEÍDO

Redactado para ser leído pero sin contenido efectivo

Por un autor apellido

En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro. Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

Los párrafos pueden ser cortos o largos. El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes.

Esto es falso texto. Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro.

Esto es falso texto. Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro.

Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

El texto simulado es eficaz en cualquier tipografía, sean los que sean el formato y el tamaño requeridos.

Los párrafos pueden ser cortos o largos. El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes.

Esto es falso texto. Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido.

Pie de Foto: Como muestra de un texto.

En tanto que una simulación de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro.

Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas. Los párrafos pueden ser cortos o largos.

Redactado para ser leído pero sin contenido

Las composiciones de prueba que mutan texto con contenido ininteligible tienen la desventaja inherente de llamar la atención sobre ellas mismas.

Los párrafos pueden ser cortos o largos. El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes. Esto es falso texto.

Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. En tanto que una simulación

de texto real que emplea palabras habituales con una frecuencia normal de letras, no puede engañar al ojo ni al cerebro.

Los párrafos pueden ser cortos o largos. El texto producido puede emplearse para llenar cualquier área ya que el texto base se repite una y otra vez comenzando con puntos diferentes. Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido. Redactado con la intención de ser leído pero carente de contenido.

Pie de Foto: Como muestra de un texto.

El Insurgente

LA PALABRA ES MÁS PODEROSA QUE LA ESPADA

OCTUBRE 2010
San Miguel de
Allende, Gto.
Número cero
QUINCENAL

Siguen los atracos en Santa Julia

La inseguridad sigue en aumento y la población exige a las autoridades solución al problema. **pág. 4**

Coronan nueva reina del Campesino Bicentenario

Como parte de los eventos sociales que enmarcan majestuosamente año con año el principio de las fiestas patrias, Luz María Núñez Flores, Presidente Municipal coronó a Cristina I de la comunidad de El Águila como reina del Campesino Bicentenario 2010, en la explanada del Jardín Principal. **pág. 7**

Baja la venta de casas en San Miguel de Allende

Compradores nacionales superan a los foráneos en las compras de viviendas residenciales turísticas. **pág. 4**

La Sanmiguelada del Bicentenario... ¡Va!



Foto: Jorge Ruiz

- El voto ciudadano decidió que continúe la fiesta brava
- Participaron más de 2 000 ciudadanos **pág. 3**

Que se cuide la Administración Pasada, advierte Lucy Núñez

"Que se cuide la Administración pasada, pues, ya no se tolerarán más fraudes e irregularidades", afirmó en conferencia de prensa la Presidenta Municipal María Lucía Núñez Flores. **pág. 5**

Conclusión

***El esfuerzo y la constancia
proviene de las ganas de
querer ser mejor***

El desarrollo de este proyecto nos permite visualizar el vínculo interdisciplinario que existe entre el diseño y el periodismo, ya que elaborar un periódico requiere de la colaboración y coordinación de todo un equipo.

Realizar el diseño gráfico del periódico El Insurgente, muestra esta interrelación entre ambas disciplinas y la importancia de conocer el medio como el trabajo del periodista, para que el diseñador pueda así plasmar gráficamente el mensaje. En este caso las elecciones tomadas en cada una de las propuestas de diseño fueron realizadas por el director, considerando la opinión del diseñador.

Lo que caracteriza al presente proyecto es el diseño de un periódico dirigido a un contexto específico que es el municipio de *San Miguel de Allende*, donde el ámbito político, económico, social y cultural es diferente respecto al Distrito Federal, lo cual da pauta a pensar en el público al que va dirigido, conservando elementos *tradicionales* y fundamentalmente *culturales* del lugar.

A nivel personal lo enriquecedor de este trabajo es la experiencia adquirida y la oportunidad de conocer más a fondo este medio, considero que la labor de un diseñador va más allá de resolver un problema de comunicación visual, sino de aprovechar cada proyecto que se presente como una oportunidad de continuar aprendiendo.

Archivo de formato: Son archivos que no se pueden editar o modificar (TIFF, EPS, JPG, BIT).

Archivo nativo: Es donde se genera el archivo, se puede intercambiar con otros programas.

Composición: Se define como una distribución o disposición de todos los elementos que se incluirán en un diseño, de una forma perfecta y equilibrada.

Comunicación: Es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos.

Corondel ciego o calle: Espacio en blanco que divide las columnas.

Destacados: Son datos entresacados de la noticia que se colocan en medio del texto.

Diagramación: Es la organización de un conjunto de elementos en un espacio determinado.

Epistemología: Rama de la filosofía que trata de los problemas filosóficos que rodean la teoría del conocimiento. La epistemología se ocupa de la definición del saber y de los conceptos relacionados, de las fuentes, los criterios, los tipos de conocimiento posible y el grado con el que cada uno resulta cierto; así como la relación exacta entre el que conoce y el objeto conocido.

Familia tipográfica: Es un conjunto de tipos basado en una misma fuente, con algunas variaciones, tales, como por ejemplo, en el grosor y anchura, pero manteniendo características comunes. Los miembros que integran una familia se parecen entre sí pero tienen rasgos propios.

Folio: Es el conjunto formado por el número de página, el título de la publicación y, en algunos casos, el de la sección o capítulo.

Fotocomposición: Procedimiento que permite componer los textos en películas fotográficas sin tener que utilizar tipos metálicos.

Fotoperiodismo: Es una imagen periodística que notifica un hecho real mediante imágenes fotográficas, mantiene por encima de todo una vinculación y un compromiso con la realidad. Por lo tanto, está vinculado a los valores sobre realidades informativas significativas para los colectivos.

Fuente tipográfica: Se llama fuente al conjunto completo de caracteres que componen un estilo de tipo determinado.

Iconicidad: Grado de mayor similitud entre una imagen y lo que ésta representa. El concepto de iconicidad recubre el hecho de que una imagen es la imagen de un objeto visual.

Imagen: Es la representación visual de un objeto, una persona, un animal o cualquier otra cosa plausible de ser captada por el ojo humano a través de diferentes técnicas como puede ser el dibujo, la pintura, la fotografía, el video, entre otras.

Infografía: Es una representación visual en la que intervienen descripciones, narraciones o interpretaciones, presentadas de manera gráfica.

Información: Es un fenómeno de carácter universal que consiste fundamentalmente en la transmisión de datos y noticias sobre cualquier asunto.

Interlineado: Es un término de la impresión tipográfica que se refiere a las regletas de plomo que se insertaban entre las líneas de texto para espaciarlas de forma precisa.

Itálica: Significa una cursiva verdadera, cuyas letras se aproximan a la escritura en cursiva.

Ladillo: Pequeño titular que se intercala entre dos párrafos cuando la noticia es muy grande. Aparecen al margen del texto.

Logotipo: Es la forma de escritura característica con que se representan las nomenclaturas: razón social o nombre legal, nombre comercial, nombre del grupo, etc.

Maquetación: También llamada diagramación, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales, en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.

Open Type: Son fuentes que utilizan un único archivo para los ordenadores Windows® y Macintosh®, lo que le permite trasladar archivos de una plataforma a otra sin tener que preocuparse por la sustitución de fuentes y otros problemas que provocan el reflujo de texto.

Pre-prensa: Es el proceso mediante el cual se prepara y transfiere el diseño a las placas de impresión. Puede ser de modo tradicional o digital.

Serifa: Se entiende por serifas, o remates, las pequeñas líneas que se encuentran en las terminaciones de las letras, principalmente en los trazos verticales o diagonales.

Tipo: Se refiere al modelo o diseño de una letra determinada.

Type 1: Son fuentes que sólo se pueden ver en Windows si se ha instalado previamente el Adobe Type Manager (ATM), ya que son fuentes de Adobe; es decir su manejo

Bibliografía

AMBROSE, Gavin y HARRIS, Paul. *Tipografía: Calidad o forma de letra con que esta impresa una obra*. Barcelona: Parramón, 2005.

BAEZA, Pepe. *Por una función crítica de la fotografía de prensa*. 2ª ed. Barcelona: Gustavo Gili, 2003.

BAINES, Phil y HASLAM, Andrew. *Tipografía: función, forma y diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2005.

BARAJAS, Rafael. *La historia de un país en caricatura: Caricatura mexicana de combate, 1826-1872*. México: CONACULTA, 2000.

CAMPS, Sibila y PAZOS, Luis. *Así se hace periodismo*. Buenos Aires: Paidós, 1996.

CORRAL C., Manuel de Jesús. *Comunicación y vida: Taller de comunicación 2*. México: Edere, 2004.

COSTA, Joan. *Identidad Corporativa*. México: Trillas: SIGMA, 1993.

COSTA, Joan. *La esquemática. Visualizar la información*. Barcelona: Paidós, 1998.

FREUD, Gisele. *La fotografía como documento social*. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.

GADE, Reinhard E. *Diseño de periódicos: sistema y método*. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.

- GONZÁLES REYNA, Susana. *Géneros periodísticos 1: Periodismo de opinión y discurso*. México: Trillas, 1999.
- KANE, John. *Manual de tipografía*. Barcelona: Gustavo Gili, 2005.
- KIMBERLY, Elam. *Sistemas Reticulares: Principios para organizar la tipografía*. España: Gustavo Gili, 2006.
- LEÑERO, Vicente y MARÍN, Carlos. *Manual de Periodismo*. México: Grijalbo, 1986.
- MARTÍN MONTESINOS, José Luis y MAS HURTUNA Montse. *Manual de Tipografía: del plomo a la era digital*. 5ª ed. Valencia: Compgráfico, 2005.
- PRUNEDA, Salvador. *La caricatura como arma política*. México: INEHRM, 2003.
- RIVADENEIRA PRADA, Raúl. *Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*. 4ª ed. México: Trillas, 2002.
- SWANN, Alan. *Como diseñar retículas*. 2ª ed. Barcelona: Gustavo Gili, 1993.
- TIMOTHY, Samara. *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.
- TONDREAU, Beth. *Principios fundamentales de composición: 100 proyectos de diseño con retícula*. España: Blume, 2009.
- TORRE DE LA ZERMEÑO, Francisco Javier y DE LA TORRE HERNÁNDEZ Francisco. *Taller de análisis de mensajes de la comunicación*. México: Mc Graw Hill, 1994.
- VILCHIS, Luz del Carmen. *Metodología de diseño: Fundamentos teóricos*. México: Claves latinoamericanas, 1998.
- WAGNER ECHEAGARAY, Carlos. *Déjame que te cuente: Los géneros periodísticos y su ética profesional*. México: Trillas, 2000.
- WILLBERG HANS, Peter y FORSSMAN, Friedrich. *Primeros auxilios en tipografía*. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.
- ZAPPATERRA, Yolanda. *Diseño Editorial: periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.
- _____. *El pequeño sabelotodo: Sentido común para diseñadores*. Berlín: Gestalten, 2008.

Gobierno de San Miguel de Allende. [en línea].
<<http://www.sanmiguelallende.gob.mx/municipio/municipio.html>>
[Consultado: 01 de Mayo de 2010]

Consejo Turístico de San Miguel de Allende. [en línea].
<<http://www.turismosanmiguel.com.mx/index.php?id=9>>
[Consultado: 01 de Mayo de 2010]

La historia de San Miguel de Allende, México. [en línea].
<<http://www.sanmiguelguide.com/historia.htm>>
[Consultado: 01 de Mayo de 2010]

CUMPA MIRANDA, Luis Alberto. Capítulo V. Elementos de diagramación. [en línea].
<http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/Libros/comunicacion/Fundamentos_de_diagramacion/cap5.htm>
[Consultado: 24 de Octubre 2010]

Periódicos de México. [en línea].
<<http://www.kiosco.net.mx>>
[Consultado: 03 de Octubre de 2010]