

9
2e1



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

REDISEÑO DE UN PERIÓDICO

**TESIS QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN GRÁFICA**

PRESENTA: JOSÉ CABALLERO ROSAS

MEXICO D.F. 1998

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



DE

ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLÁSTICAS
XOCHIMILCO D.F.

262153



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

INDICE

INTRODUCCION	4
CAPITULO I	
ANTECEDENTES HISTORICOS DEL PERIODICO	7
1.1 PRIMEROS MÉTODOS DE IMPRESIÓN.	9
1.2 ASPECTOS GENERALES DE LOS PERIÓDICOS EN NUESTROS DIAS	14
1.3 TIPOS DE IMPRESIÓN	17
1.4 SURGIMIENTO DEL FORMATO TABLOIDE EN LOS PERIÓDICOS.	19
1.5 TIPOS Y TAMAÑOS DE PERIÓDICOS	23
CAPITULO II.	
ANALISIS EDITORIAL DE TRES PERIÓDICOS PUBLICADOS EN LA CIUDAD DE MÉXICO.	25
1 ANALISIS DE FORMAS	45
2.2 ANALISIS DEL DISEÑO EDITORIAL EN SECCIONES CULTURALES DE LOS PERIODICOS UNO MAS UNO, REFORMA Y LA JORNADA.	47
CAPITULO III	
METODOLOGÍA DEL PROCESO CREATIVO	51
3.1 DISEÑO DE UN PERIODICO	54
3.2 ELABORACION DE LOS ORIGINALES MECANICOS	69
CONCLUSIONES	72
BIBLIOGRAFIA	75

FALTAN PAGINAS

De la: /

A la: 3

INTRODUCCION

Ganar la confianza de la labor e importancia que tiene la comunicación gráfica dentro de la sociedad, no es tarea fácil. De estudiantes y egresados depende en gran medida el hecho de poder incursionar en las diferentes áreas que nos compete. Al crearse en México en los años 70's las carreras de diseño y comunicación gráfica se deja atrás la vieja estructura académica en la que el dibujante publicitario venia a desarrollar y solucionar los problemas gráficos que la sociedad demandaba dando paso a generaciones de profesionistas que debían de interactuar con nuevas formas de percibir la realidad.

La comunicación gráfica ha ido adquiriendo mayor importancia en el campo editorial, siendo esta una de las ramas en donde puede desarrollarse el egresado de la carrera y en general en los diversos medios de comunicación, debido a que los tiempos que estamos viviendo requieren de nuevas formas de expresión visual, y en donde él sabe que es parte de ese cambio.

Son ya una buena cantidad de compañías editoriales dedicadas al periodismo que están cuidando y mejorando su imagen gráfica, favoreciendo al lector. Asi como el buen aprovechamiento de las nuevas tecnologías que facilitan en gran medida la elaboración de los diarios.

En el mes de Noviembre del 97 tuve la oportunidad de conocer las instalaciones del periódico Reforma, en donde se nota a simple vista que es una empresa bien estructurada desde sus cimientos arquitectónicos, hasta los espacios creados para el montaje de las maquinas rotativas perfectamente diseñados con una sola finalidad, que cada área responda ante las necesidades

requeridas en beneficio del periódico. Y no se diga del cerebro central en donde se acopia toda la información que se selecciona posteriormente por medio de los jefes de redacción para publicarse al día siguiente. En esta área sólo se puede observar a través de los ventanales pues el acceso es restringido por seguridad. Otra de las cosas que observé es que no existe el área de formación, pues ahora el diseño de todas las páginas se forman en computadora y sólo se hacen pruebas de cromaline que ellos llaman pruebas Ki y de ahí se sacan los negativos que van directamente a las rotativas ahorrando gran cantidad de tiempo y de personal.

La finalidad que se persigue al realizar esta tesis es el dar un enfoque general de los elementos que conforman un periódico, desde su formato, tamaño elementos tipográficos, fotográficos, especialidad del contenido que va en función de su diseño, costos de publicidad, que son el sustento de los periódicos.

Al egresar de cualquier carrera en ocasiones resulta complejo no decidir que tema abordar para desarrollar una tesis. Si de alguna manera ésta se considerara de guía para quien no haya decidido que investigar, se puede retomar y dar nuevas alternativas que posiblemente no haya considerado, pues ésta área es vasta e interesante.

La manera en que se estructura la tesis es la siguiente: En el primer capítulo se ven algunos antecedentes históricos, primeros métodos de impresión, métodos de impresión actuales, ¿Cuáles son los aspectos generales que rigen en los periódicos de la actualidad? ¿Como surge el formato tabloide? y ¿Cuáles son los tipos y tamaños de periódicos que se emplean?.

En el segundo capítulo se analizan aspectos generales de estructura y elementos gráficos de los periódicos **unomásuno**, **La Jornada**, y el **Reforma**, seleccionados de una gran cantidad de diarios que circulan en la ciudad de México en parte por la influencia política que han tenido en la sociedad mexicana principalmente joven, y en segundo lugar debido a sus secciones culturales que cada diario publica.

En el tercer y último capítulo se describe la forma en que está estructurada la propuesta gráfica, con todos sus elementos, en seguida se da una explicación del origen del nombre del periódico "El Pensador" (propuesta gráfica) concluyendo con los originales mecánicos.

La intención de abordar el campo cognositivo de los gráficos en los periódicos plantea como necesidad inmediata saber la tarea que nos concierne como comunicadores gráficos en primer lugar. Por otro lado el saber cuanto se ha avanzado hasta el presente nos ubica mejor aún para dar un juicio de lo que puede suceder a futuro en este ámbito.

CAPITULO I

ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL PERIÓDICO

El hacer un estudio histórico del periódico nos remite necesariamente al análisis del contexto social y cultural en el que se desarrolla

Antes de la invención de la prensa de Johannes Gutenberg ya existían periódicos de forma manuscrita en la antigua Europa. Una de las grandes ventajas de éstos es que no tenían gran censura, ya que estaban dirigidos a personas específicas sin mayor intervención del Estado

La necesidad de conocer los acontecimientos que estaban manifestándose en el siglo XV, trajo consigo la aparición de una gran cantidad de comerciantes de noticias que poseían habilidades extraordinarias para recoger informaciones por las que algunas personalidades no vacilaban en pagar fuertes cantidades de dinero. En Venecia, debido a su situación geográfica, se genera un punto estratégico para éstos mercaderes que tenían clientes desde Italia hasta Alemania.

“Podría pensarse que a la llegada de la imprenta de Gutenberg, el periódico manuscrito desaparecería de inmediato, sin embargo ambos coexistieron hasta después del siglo XVI, ya que éste había adquirido fama durante algunos siglos y aunado a que la nueva prensa se miraba con recelo y desprecio pues el costo de los

impresos era muy inferior a su competente, a lo cual el pueblo podía tener acceso a este medio". (1)

La imprenta ofrecía una enorme ventaja en la reducción de tiempo al imprimir, y al transcurrir los años fue un factor determinante en las sociedades de Europa al grado que en cada región se crearon y perfeccionaron tanto tipografías como modos de impresión.

"A finales del siglo XV y gran parte del XVI los formatos de las hojas que detallaban una noticia eran de un cuarto y conforme pasaba el tiempo el tamaño se redujo a un octavo". (2)

Francia durante el siglo XVI crea lo que sería una prensa de Estado donde los órganos informativos son casi dirigidos por él. " De esta manera se forma la prensa política con la Gazette, prensa científica con el Journal des Savants y prensa literaria común con el Mercure". (3)

Hoy en día tenemos una enorme cantidad de periódicos que se distribuyen en las ciudades de todo el mundo. Los hay desde generales, hasta especializados, a color o monocromáticos, de tamaño estándar o tabloide.

Quedaron atrás aquellos tiempos en que las noticias tardaban hasta varias semanas para publicarse (como en el caso de las noticias que venían de Europa en la época colonial hacia la Nueva España). Ahora con los modernos sistemas de comunicación la información se recibe en el momento de los acontecimientos que se suscitan en el mundo.

(1) WEILL, George Jaques, *El periodismo: orígenes, evolución y función de la prensa periódica*, editorial UTERA C 1979, 325 páginas, p.5

(2) *Ibidem* p.10

(3) *Ibidem* p.18

En el siguiente inciso se describirá cuales fueron los primeros métodos que se utilizaron para la impresión y de esta forma ir hilvanando la compleja historia del periódico.

1.1 PRIMEROS MÉTODOS DE IMPRESIÓN.

Lo cotidiano que resulta el leer el periódico actualmente tiene tras de sí un proceso histórico en el que va implícita sin lugar a dudas, la tecnología.

Para poder estudiar cuáles fueron los primeros métodos de impresión que se utilizaron, hablaremos de impresión y composición tipográfica, mismos que han tenido avances significativos hasta nuestros días.

Johann Gutenberg de Mainz (Maguncia) Alemania cuyos documentos personales fueron destruidos durante la segunda guerra mundial, inventó el tipo móvil para la impresión en los años de 1450 según algunos historiadores. Un paso significativo para la evolución de la humanidad.

La transmisión de ideas a través de los libros, folletos, periódicos, etc., ha sido de una relevancia tal que incluso a ésta máquina se le puede comparar con la trascendencia de la utilización de la rueda o la palanca.

Existe otro nombre que tal vez nos suene desconocido; "Jan Coster de Harlem Holanda, quien a su vez también inventó el tipo movable en forma independiente y casi al mismo tiempo que el alemán Gutenberg, sin embargo no fue tan afortunado ya que su invento tuvo efecto limitado y su utilidad prácticamente fue local. (4)

(4) Arnold, Edmundo C., *Diseño Total de un periódico: México* Edamex 1985, 285 páginas, p.9

Todos los antiguos periódicos fueron hechos mediante la prensa en impresión tipográfica. "Para poder ser un pequeño empresario en aquel tiempo sólo se requería una prensa manual y algunos kilos de tipos. La prensa imprimía sólo una página a la vez. Al término del trabajo los tipos eran colocados nuevamente en su caja, para armar las siguientes páginas".(5)

Cabe mencionar la novedosa aparición después de la imprenta, la invención de la planografía o impresión química (que hoy en día se conoce como litografía). El rey de Baviera concede la patente a Aloys Senefelder en el año de 1799. Litografía quiere decir escribir sobre piedra, y es el segundo método de impresión de mayor relevancia. Aunque éste método no era práctico en la elaboración de periódicos, tenía un valor potencial periodístico ya que se litografiaban y vendían en la calle los dibujos a mano de grandes sucesos noticiosos.

Las herramientas pronto iban teniendo sus cambios y en el año de 1839 Louis Jaques Daguerre en Francia, Joseph Nicephore Niepce en Bohemia y otros sitios descubren la fotografía, con lo que se eliminaba el laborioso trabajo de dibujar una escena a mano, pues con la novedosa Cámara se sustituía el trabajo, aunando la gran similitud con la realidad. "En estados Unidos el reportaje fotográfico alcanza una verdadera importancia durante la guerra civil".(6)

La litografía se puede situar como el antecedente de la fotografía, sin embargo ambas técnicas se combinaron para dar origen a la fotolitografía. La imagen se colocaba sobre la piedra caliza por medio de fotografía en lugar de la impresión tipográfica. En este caso la imagen se colocaba en una placa metálica por medio de la fotografía y el fondo se eliminaba con un ácido, dando

(5) Ibidem p.10

(6) Ibidem p.10

como resultado el relieve de la fotografía. A Firmin Gillot se le atribuye el primer fotograbado o placa fotográfica en relieve.

A su vez los grises modulados de las fotografías en tono continuo representaban cierto problema, ya que el impresor trabajaba con una sola tinta. En Inglaterra Henry Fox Talbot, descubre que al reproducir una fotografía a través de una pantalla rugosa se logra obtener el efecto de tono continuo, compuesto de diminutos puntos la trama de medio tono. Mas tarde este material fue sustituido por el cristal que resultaba más barato aún.

Las primeras prensas permanecieron inalteradas durante 350 años. El tipo se sostenía sobre una prensa plana y un enorme tornillo presionaba la lámina plana de madera para imprimir el papel sobre el tipo entintado.

La prensa de rodillo se inventa en 1810 por el alemán Friederich Koenig. Se dice que el Times de Londres utilizó la primera versión de la prensa de rodillos en la que se imprimían 1,100 copias por hora, a diferencia de la prensa de platino que imprimía sólo la cuarta parte del total.

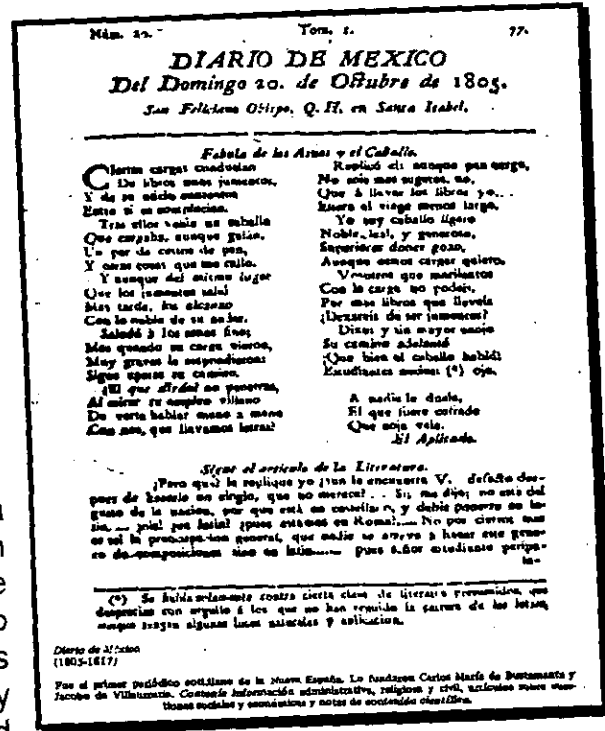
Las nuevas necesidades que iban surgiendo en las diferentes sociedades trajo consigo la invención de máquinas que trabajaban a mayor velocidad y con aditamentos que condujeron a imprimir más periódicos en mucho menos tiempo.

En la prensa de rodillos se introducía una hoja de papel continuo sustituyendo la forma independiente como lo hacía la prensa de platino en la que se utilizaban hojas separadas. El papel continuo consiste

en bobinas de muchos metros que al imprimir a gran velocidad, separa las hojas con una cortadora-dobladora, que inventó Richard March Hoe en 1846.

El sistema de composición tipográfica permaneció durante mucho tiempo con su formación original de textos a base del tipo que resultaba muy tardado cuando se trataba de galeras. Las necesidades se fueron modificando y se requirió de una mayor velocidad para publicar el periódico. El alemán emigrante a Estados Unidos Ottmar Mergenthaler inventó en 1886 el linotipo, al que se le considera tan importante como el invento original de Gutenberg; "Un operador de linotipo podía parar tipografía tan rápido como lo harían tres o cuatro cajistas a mano y finalmente la capacidad de la composición de tipo alcanzó a utilizarse para la prensa."⁽⁷⁾

En América llega la imprenta en el año de 1539 después de consumada la conquista por los españoles y es precisamente en la Gran Tenochtitlan (hoy Ciudad de México) donde se establece. Se dice que el primer periódico que se conoce en México fue "El Diario de México" que se publicó por primera vez el 10. de Octubre de 1805 y permaneció hasta el 4 de Enero de 1817.



(7) Ibidem p.16

"La gaceta de México de la Nueva España," se publicó en 1722, con una periodicidad mensual. Hoy en día existen en la Hemeroteca Nacional estas publicaciones a partir de 1728.

Los grandes avances en Europa en cuestión editorial también tuvieron sus efectos, aunque un tanto posteriores, en México. De esta manera en el año de 1822 Lucas Alamán importa de Europa una imprenta, fundando el diario "El sol." En 1826 Claudio Linati llega a México y de esta manera implanta la litografía para la ilustración.

En el periodo de la insurgencia (1810-1821) las imprentas sufrieron graves problemas ante la escasez de materiales como la tinta, el papel, indispensables para el trabajo.

"Los métodos de impresión que se trabajaban en México eran iguales a los que se hacían en Europa antes descritos, sin embargo las industrias editoriales importan la tecnología del linotipo hasta el año de 1896 (10 años después de su invención), junto con las primeras máquinas rotativas y la fotografía impresa."(8)

La producción del papel, factor tan importante en el desarrollo editorial, propició que en el año de 1824 se estableciera la primera industrial en la Ciudad de México y más tarde en Puebla y Guanajuato.



Su autor fue Don Juan Francisco Sahagún de Arévalo; continuo con el criterio informativo implantado en la primera Gaceta. En 1742 adoptó el nombre de Mercurio de México

(8) LEIJA, Alva Daniel y HERRERA, Lang Oscar Mario. *Diseño editorial (tesis)*: Escuela Nacional de Artes Plásticas UNAM México 1992 118 páginas, p.4.

La tecnología y los recursos económicos han sido de primordial importancia para lograr los adelantos con los que actualmente cuenta el hombre. En el siguiente inciso veremos de manera general los avances en los sistemas de impresión durante el siglo XX.

1.2 ASPECTOS GENERALES DE LOS PERIÓDICOS EN NUESTROS DIAS

La llegada del siglo XX trae consigo enormes cambios evolutivos en beneficio del periódico, así por ejemplo "la composición del texto ha pasado por cinco fases desde sus inicios: manual, mecánica, fotomecánica, electrónica y con láser. Cada una de ellas ha tenido una etapa de vigencia cada vez más corta conforme avanza la tecnología. Mientras que durante casi 400 años la composición no conocía otro sistema que el manual, la linotipia duró solo 70 años como método único de producir texto para imprenta, y la fotocomposición no llevaba 30 años, cuando el láser se abría paso." (9) Lógicamente estas últimas tres fases pertenecen a nuestro siglo.

La invención del offset en 1905 por Rubel Yva abre nuevas ventajas de trabajo más rápido. El sistema hasta entonces tradicional era el huecograbado, de producción más lenta que el offset, desplazándolo poco a poco.

Así es como se construyen las primeras rotativas con varias parejas de cilindros dobles, separadas entre sí. Además la impresión a color es otra de las grandes ventajas que se han desarrollado en donde los mandos

(9) RIVADENEIRA, Prada Raúl, *Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*, México editorial Trillas 1977, 284 páginas, p.159

son casi automatizados, desplazando al obrero en gran parte ya que no se necesita mucho personal para operarlas.

Los sistemas electrónicos han repercutido favorablemente en la producción de periódicos en cuanto a la velocidad y calidad.

Dentro de lo novedoso en la actualidad está el sistema descentralizado vía satélite, que consiste en procesar la información desde la redacción central para enviar facsímiles de las páginas totalmente compaginadas como modelos para la preparación de las planchas de imprenta. "La transferencia se hace a través de conductos de banda ancha o bien vía satélite, con destino a las imprentas descentralizadas." (10)

Los periódicos publicados en la Ciudad de México cuentan con sofisticada tecnología, incluso comparada con países avanzados. La labor ha sido intensa por parte de las empresas editoriales pues para trabajar con la maquinaria más moderna se ha tenido que hacer un enorme esfuerzo tanto económico como humano. En el libro publicado "Prensa y Nueva Tecnología" por Ana María Marín Menéndez, hace una encuesta a diferentes periódicos en el D.F., sus entrevistados son básicamente reporteros y redactores que al adaptarse a los nuevos sistemas de cómputo denominados videoterminal (computadoras interconectadas a un cerebro central donde acceden las personas de los distintos departamentos que requieren de su uso) y poder escribir sus notas o artículos, tuvieron que dejar atrás la tradicional máquina de escribir.

Las respuestas variaban dependiendo de cada periódico, de acuerdo con la edad de las personas,

(10) MENENDEZ, Marín Ana María, *Prensa y Nueva Tecnología* editorial Trillas, México 1989, 120 páginas, p.20

experiencia y la forma en que se vieron precisados a utilizar la terminal. La mayoría se mostró positivo ante el nuevo sistema, aunque algunos reconocieron su dificultad para el cambio. Otros pocos no le dieron mayor importancia y otros menos estuvieron en desacuerdo con la modernidad. En lo que si mostraron disgusto algunos fue en la memoria efímera de las máquinas, a tal grado que en algunos periódicos ni siquiera llegan a 24 horas, cuando se ha borrado la información. Los bancos de datos serían la solución adecuada aunque ninguno de los seis periódicos entrevistados cuenta con ello (El Sol de México, La Jornada, El Universal, Novedades, El Herald de México y La Afición).

Cabe hasta este momento hacer una reflexión de todos los procedimientos que ha tenido el periódico desde sus inicios hasta la actualidad y preguntarnos ¿Cuál es su futuro?

Varios periódicos en el mundo y algunos en México parecen estar dando una respuesta vanguardista: información por satélite a través de computadoras personales de internet. Tal vez dentro de algunos años disminuyan los periódicos como ahora los vemos, sin embargo, por muy compleja que pudiera ser la maquinaria tecnológica no podrá sustituir la creatividad y el trabajo intelectual de los periodistas y diseñadores gráficos que se esfuerzan por garantizar la calidad de los impresos creando nuevas formas de comunicación.

1.3 TIPOS DE IMPRESIÓN

Se dice que hay tres tipos de sistemas de impresión: de presión plana, presión plano-cilíndrica y presión cilíndrica.

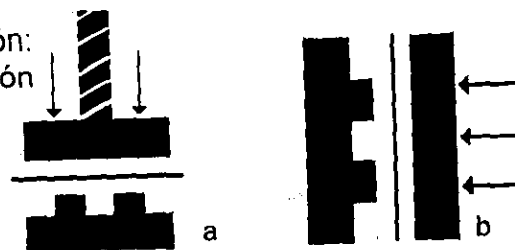
En los dos primeros casos la impresión puede hacerse de forma directa desde el molde en forma semicilíndrica o cilíndrica.

La máquina de presión plana tiene en esta forma el soporte llamado platina y el soporte porta-papel. Se les llama comúnmente minervas.

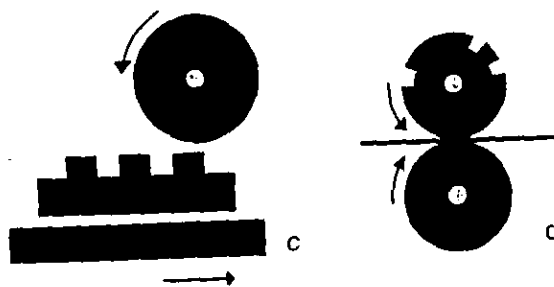
Las máquinas de impresión plano-cilíndricas son aquellas en las que una matriz está colocada en forma horizontal y es entintada con sistemas de rodillos, enseguida jala el papel hasta la matriz y un cilindro rueda sobre éste para presionar e imprimir.

El tercer sistema de impresión cilíndrica es el offset, donde la matriz va sujeta a un primer cilindro que después de ser entintado transfiere la imagen hacia otro cilindro de caucho y de ahí se imprime la imagen definitiva hacia el papel que corre en un tercer cilindro, también en éste índice se clasifican las máquinas llamadas rotativas, las cuales imprimen el papel en ambos lados a la vez.

William Bollock, en Filadelfia, construyó por primera vez una rotativa que podía imprimir las dos caras del



a) presión plana (prensa de Gutenberg)
b) presión plana (minervas)



c) presión planocilíndrica
d) presión cilíndrica (rotativas)

papel. A este tipo de máquinas se les llama de impresión cilíndrica.

Aunque las rotativas sean muy sofisticadas en relación a los primeros modelos, que fueron fabricados a mediados del siglo pasado, en general el principio por el cual funcionan es el mismo. Se les ha agregado por ejemplo, posibilidades de imprimir a color y los mandos han pasado de ser manuales a mecánicos o electrónicos, donde todo el proceso está casi automatizado. (11)

El offset es una manera de imprimir que se ha generalizado. Funciona con el mismo principio de la litografía y su particularidad radica en que su impresión sea de forma indirecta.

En 1926 se empleó por primera vez el color para anuncios y en periódicos se usó en 1936.

El uso de sistemas electrónicos ha aumentado la velocidad en la elaboración y en la calidad de impresión. También ha abierto las posibilidades de producir y distribuir los impresos, por medio de la forma descentralizada, lo cual indica que estos adelantos en los medios de impresión ahorra considerablemente el tiempo y gastos de transporte. Esto tiene como consecuencia que los diarios aumenten su circulación y cobertura.

(11) *Ibidem* p.19

1.4 SURGIMIENTO DEL FORMATO TABLOIDE EN LOS PERIÓDICOS.

El tabloide es un formato que abarca la mitad de una página de un periódico estándar. En el siguiente capítulo se estudiarán a fondo ambos formatos, detallando sus características.



En Estados Unidos el formato tabloide hace su incursión en los años 20's, creando una ola de rechazo entre el público y periodistas profesionales ya que sus primeras apariciones eran de tipo amarillistas y sensacionalistas.

El tamaño normal de los periódicos en los años 30's tuvo graves problemas para mantenerse debido a la famosa depresión económica que atravesaba el país norteamericano y la publicidad no eran fácil de pagarse por quienes las contrataban, así la única solución inmediata era el reducir el formato a tamaño tabloide.

A diferencia del formato estándar, el tabloide por lo general recurre a encabezados grandes y fotografías que ocupen gran parte de la portada. Las páginas 2 y 3 son las más importantes debido a que constituyen un punto de atracción inmediata que cautiva al lector.

En las sociedades actuales contamos con menos espacio físico y el tiempo libre, se ha visto reducido en gran medida.

Los anuncios editoriales en televisión de los años 70's denotaban como el repartidor de periódicos iba dejando el diario a los domicilios de los suscriptores y escenas siguientes el lector se sentaba a la mesa de desayuno a leer su periódico con toda calma en la comodidad de su hogar. La dinámica que implica la vida cotidiana en muchas ocasiones impide que seamos lectores en casa. Ahora la gente lee en el metro, en los autobuses o en un descanso en la oficina o trabajo. Sin embargo el hecho de cargar con un periódico de tamaño estándar a veces genera incomodidades. El formato tabloide si bien no ha resuelto este problema en la actualidad debido a su tamaño, al menos ha disminuido cierta incomodidad, pues no se requiere de mucho espacio para su lectura. Desde el punto de vista de los editorialistas, éstos han reducido sus costos de producción al utilizar menor cantidad de materiales, principalmente el papel, que siempre ha sido un factor problemático en épocas de escasez.

La publicidad es otro factor que ha mantenido con vida al periódico y en general a los medios de comunicación. Sin ella los diarios que aún se conservan a un precio relativamente económico, nos obligaría a pagar cantidades muy elevadas que repercutirían en contra de los lectores, forzando a muchos de ellos a leer tan sólo los encabezados de las primeras planas en los lugares que se expenden.

Una de las estrategias que maneja el publicista o diseñador editorial, es que cuando se trabajan noticias de gran interés, comúnmente se dan pases a páginas muy posteriores, de tal manera que el anuncio se coloca en lugares estratégicos donde el lector hojeará su periódico hasta llegar a la página deseada mirando el anuncio aunque sea de reojo

Cuando se habla de pases resulta conveniente no exagerar más de dos si proviene de la primera plana o contraportada, y si estos se originan en páginas interiores, lo conveniente como máximo es manejar sólo uno para no cansar al lector.

TIPOGRAFÍA

Dentro de la extensa gama de familias tipográficas que existen en la actualidad, sólo unas cuantas son las más utilizadas en la producción de los periódicos.

Aquellas que tienen serifas son las tradicionales para los cuerpos de texto, a diferencia de las llamadas de palo seco que se emplean básicamente para algunos encabezados o pies de foto, sin excluirlas claro está de los mismos textos en otros casos.

De la buena selección y aplicación de la tipografía dependerá entonces que la imagen visual y lectura sean aceptados por los lectores.



TIMES NEW ROMAN



UNIVERS

La tipografía no ofrece gran dificultad al ser vaciada dentro de las columnas preestablecidas por el formato. En el tabloide varia entre 3 y 6 columnas, siendo las más usuales entre 4 y 5 aunque algunos editorialistas prefieren combinarlas, generando así las llamadas columnas falsas.

Dentro de los periódicos, existen secciones separables (suplementos), en donde la función del comunicador gráfico, será el identificar plenamente esta parte, de tal manera que no interfiera con la secuencia u orden progresivo del periódico ordinario, utilizando para esto una dinámica visual distinta que lo enfatice. Como ejemplo se puede citar a la compaginación que al ir separada del resto se crean una nueva. Otro sería el diagramar en columnas mayores o menores del diseño que rige en general. Como estos casos pudieran darse otras variantes también en la tipografía, en las fotos, en selección de color, etc.

Generalmente este tipo de suplementos o separables, son eventualmente que van más allá de una simple noticia, donde se analiza mucho más a fondo el tema a tratar, dejando a un lado los sensacionalismos, característicos de los diarios. Las desventajas que

pueden verse en los suplementos más bien son desde la perspectiva de las editoriales, ya que generalmente no existe publicidad, por lo que se prefiere publicar una o dos veces a la semana.

1.5 TIPOS Y TAMAÑOS DE PERIÓDICOS

Para poder clasificar los periódicos sujetos a estudio se abrirán dos grupos: De información general y especializados. Los primeros son aquellos que tienen una línea de información en donde se pueden encontrar las noticias más importantes, tanto nacionales como extranjeras con información de orden político, social, financiero, cultural, de entretenimiento, deportivo, etc., inserta en un sólo ejemplar. En la Ciudad de México encontramos periódicos en esta clasificación como El Excelsior, Novedades, La jornada, unomásuno, El Nacional, El Heraldó de México, Reforma, El País, Ovaciones (segunda edición) El Sol de México, La Prensa, etc.

Dentro de los periódicos especializados, están aquellos en los que su información esta dirigida en un 75% u 80% a un tema determinado. Entre ellos podemos citar a El Esto, Ovaciones (primera edición), La Afición, El Financiero, Bolsa de Trabajo (que dejó de circular en Septiembre de 1995, después de siete años de vigencia), El Economista, etc.

Habitualmente se manejan dos tamaños en los periódicos; el estándar y el tabloide. Del primero se pueden mencionar como características físicas generales, el ser de 58 centímetros de alto por 38 de ancho, con columnas que pueden ir de 4 a 8 en su estructura.

El formato tabloide tiene 38 centímetros de alto por 29 centímetros de ancho, lo que equivale exactamente a la mitad del estándar y varía desde 3 a 6 columnas.

La diferencia de formatos lleva tras de sí propiedades particulares inherentes a cada tamaño, por ejemplo se dice que el tabloide resulta más apropiado para el uso de varios colores y su información gráfica y titulares pueden ser más llamativos. Por lo que respecta al tamaño estándar se le atribuyen más características de tipo informativo dentro del periodismo, y el tabloide resulta más interpretativo.

La primera plana del formato estándar permite varios encabezados, como textos íntegros de diversas notas. Los formatos tabloide en su primera página se manejaban una o dos noticias breves con pases al interior y en otros casos un sumario, y varios títulos con fotografía, cuyo texto se encuentra en el interior.

CAPITULO II.

ANÁLISIS EDITORIAL DE TRES PERIÓDICOS PUBLICADOS EN LA CIUDAD DE MÉXICO.

El diseño gráfico dentro de su campo de conocimiento teórico-práctico nos aporta elementos suficientes para el análisis de tres periódicos publicados en la Ciudad de México. La importancia radica en que a través del análisis encontraremos en cada periódico componentes desde su estructura hasta su contenido para tener un panorama de diseño editorial que predomina en la actualidad.

Dentro del gran número de periódicos que circulan en la Ciudad de México, se seleccionaron tres diarios que en lo personal considero pueden aportar elementos necesarios para fundamentar con hechos reales lo que hasta el momento se ha venido estudiando.

Cada publicación tiene sus generalidades y particularidades que lo distinguen entre los demás y de esta manera el análisis de estructura y contenido nos llevarán a conocer más a fondo las características de cada uno de ellos.

La selección del material no ha sido de una forma arbitraria ya que de antemano se tuvieron que ver cuáles periódicos contenían secciones culturales. Aunque en este subíndice no se pretende analizar a fondo la sección cultural, pues ésta se verá más adelante, sólo se mencionará la forma en que está estructurada cada parte de los periódicos.

En el inciso anterior se indica la clasificación de los periódicos en cuanto a su política informativa, que parten de lo general a lo especializado. No conozco periódico alguno que tenga información específica de contenido cultural y que se venda en la ciudad, sin embargo se deben de mencionar los suplementos que son publicados por unos cuantos diarios, dignos de ser reconocidos dentro de este rango. Partiendo entonces de estos elementos la selección de los periódicos por analizar son los siguientes: Periódico REFORMA, La jornada y el unomásuno.

PERIODICO unomásuno

El periódico unomásuno es fundado en el año de 1977 y actualmente es dirigido por Luis Gutiérrez Rodríguez, su periodicidad es diaria y el costo del ejemplar es de tres pesos y sábados tres cincuenta pesos. Los ejemplares se imprimen en tinta negra.

Las medidas del periódico uno más uno son de 31.5 de largo por 45 cm. de alto, ligeramente superior al formato tabloide (28 x 38 cm), aunque se le sigue considerando dentro de este rango.

El número de páginas es de 32 y tiene una sección de economía que consta de ocho páginas colocada en el centro del periódico para hacer un total de 40 páginas la publicación.

El diagramado tiene una serie de variantes que van desde las tres a las seis columnas con diversas columnas falsas a lo largo de todo el periódico. "Una columna es falsa cuando el texto se extiende horizontalmente invadiendo la totalidad o parte de una o varias columnas vecinas. El empleo de columnas falsas hace posible un juego armónico con los elementos sintácticos del diagrama" (12)

En portada se maneja como criterio el empleo de cinco columnas, en contraportada e interiores fluctua entre las cinco y seis columnas como estructura base. En seguida se da una lista de las columnas con sus variantes y medidas:

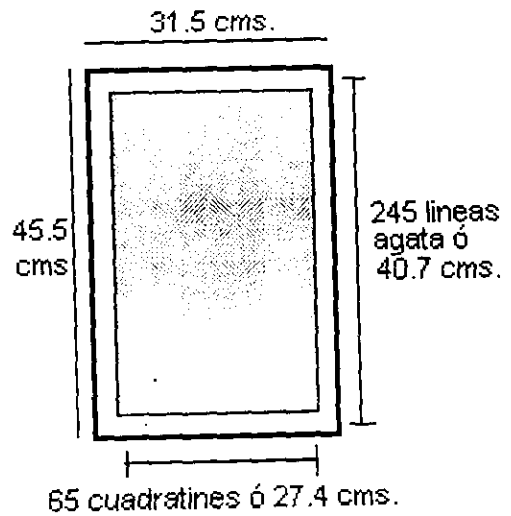
No. COLUMNAS	ANCHO (CUADRATINES)	ALTO (* LINEAS AGATA)	MEDIANIL (CUADRATINES)
3	21	220	1
4	15.5	220	1
5	12	220	1
6	10	220	1

NOTA: La diferencia de 25 líneas ágata en lo alto para completar las 245 l.a. que tiene en su margen interior, corresponden a la colocación de cabeceras (logotipos y cornisa). En portada y contraportada se manejan 35 y 25 l.a.* para los mismos conceptos respectivamente.

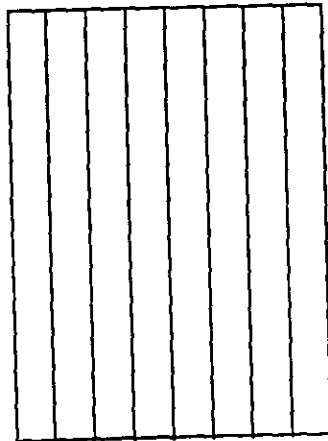


(12) Ibidem p.20

El periódico unomásuno tiene su estructura informativa basada en diferentes secciones las cuales se describen a continuación: Política Nacional, Partidos y Cámaras, Valle de México, Justicia, La Provincia, Política Internacional, Economía, Cultura, Deportes y Provincia.

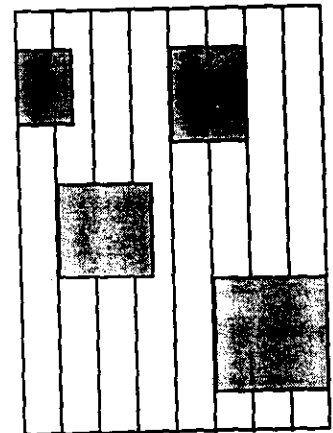


Se imprime en tinta negra y cuenta con una uniformidad en el empleo de la familia tipográfica a lo largo de todas sus páginas,



Columnas Naturales

utilizando la Helvética en diferentes tamaños y formas. Por ejemplo, el título o encabezado principal de la primera plana oscila en los 84 puntos, de esta forma el lector queda cautivado en primera instancia por la importancia de la noticia, que a la vez tiene que ser sumamente sintética empleando un



Columnas Falsas

promedio de 4 ó 5 palabras cuando se utiliza una línea.

El resto de los títulos y subtítulos están entre los 18 y 28 puntos. Otra de las características es que los títulos emplean las negritas en la tipografía para resaltar y separarlos aún más del texto.

Los subtítulos se manejan en los 14 puntos, en negritas e Itálica.

“Los subtítulos son aquellos que refuerzan un título cuando una o más noticias son de carácter prioritario, entonces se dan varios subtítulos que hacen las veces de sumario del contenido global de la nota, respondiendo sucesivamente a las preguntas básicas. Un solo subtítulo, en cambio fungirá como elemento reforzador y además éstos no deben competir con los caracteres tipográficos del título.” (13)

Los textos a lo largo de todo el periódico va entre los ocho y diez puntos con un interlineado de 0 ó 1. Cuando se requiere de enfatizar algunas palabras se toma el recurso de utilizar la tipografía en itálicas.

Todas las notas editoriales se caracterizan por estar encerradas en recuadros de líneas delgadas, desde la portada hasta los interiores, logrando hacer fácil su identificación. Además los títulos son siempre de forma itálica y los créditos están entre 12 y 14 puntos.

Para hacer más evidente la separación entre noticias se emplean líneas o plecas por abajo de cada texto.

Los pases conservan casi siempre el tamaño del texto de su información y lo que los resalta del resto es que están en negritas, en relación a la tipografía en blancas que prevalece en la mayoría de las noticias, y se emplean plecas por abajo de cada texto.

Las cabezas de las secciones conservan una constante en la medida de su tipografía de 30 puntos itálica en negritas al centro y con una línea por debajo que la separa con el resto del texto. Hacia la parte interna se coloca el logotipo del periódico (página par-

(13) RIVADENEIRA, Prada Raul : *Periodismo ; La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*, México editorial trillas 1977, 284 páginas, p.166.



derecha, (impair-
izquierda) y hacia las
orillas las fechas y el
folio.

En las cabezas de las secciones de Economía y Cultura tienen algunas variantes debido a que son de la familia tipográfica del logotipo del periódico clarendon de forma light y en altas y bajas con el logotipo y fechas en la parte la derecha en lo que correspondería a la primera página de la sección. En las siguientes páginas el logotipo del periódico se coloca al centro con las fechas hacia la parte interna y el nombre de la sección junto con el folio se coloca a las orillas (página par lado izquierdo, página impar lado derecho) y la cornisa en la parte baja que separa el resto del cuerpo de la página.

El periódico unomásuno utiliza la fotografía en forma directa, esto indica que no existe composición en el laboratorio en los que se tengan que hacer montajes, sino únicamente los recuadros necesarios de las zonas de interés.

La fotografía se utiliza como un medio expresivo de comunicación que sirve de entrada para la publicación de una noticia que puede ocupar la importancia de un mismo orden cuando en portada se quiere resaltar dos noticias, o por lo contrario el título principal de la portada se ve apoyado por una buena fotografía, el interés se centra en una sola noticia.

La tipografía de los pies de foto son de forma Itálica que pueden ir desde una hasta siete líneas de texto, dependiendo de la cantidad de información y el ancho de la columna.

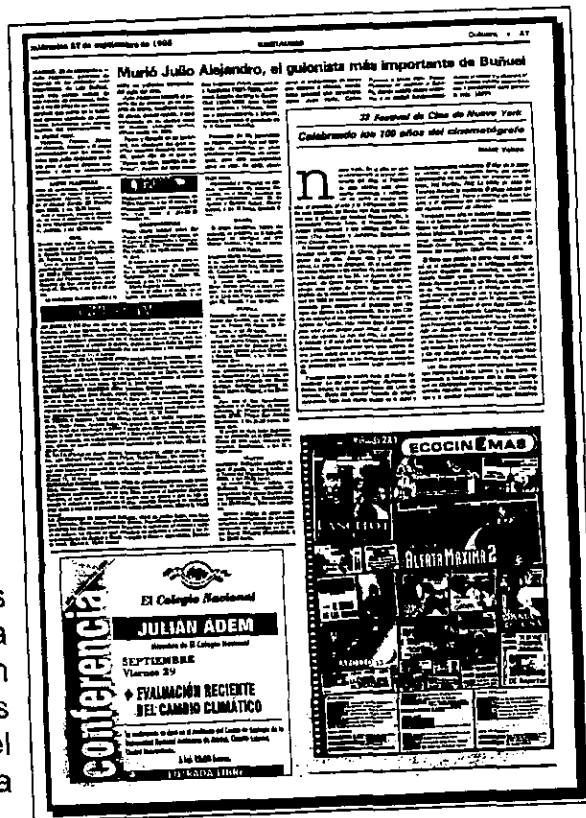
El uso de los cartones o caricaturas es muy común en los diarios; estos apoyan las noticias o comentarios, dandoles el carácter de lo chusco o irónico y siempre con un sentido crítico.

En ocasiones el texto se satura demasiado en algunas de sus páginas por el uso de una tipografía

relativamente pequeña y sobretodo cuando no existe un descanso visual como puede ser la fotografía, anuncios, cartones o gráficas que apoyen a la mancha tipográfica.

Para la publicación de anuncios no existen condiciones en el empleo de las familias tipográficas o fotografía ya que el diseño dependerá de quien contrate el espacio y solo será sujeto a las medidas del periódico.

Los precios de la publicidad esta dividida en dos partes básicamente: publicidad comercial y publicidad de contenido político.



PUBLICIDAD COMERCIAL:

1 plana en página par	\$ 19,800.00
1 plana en página impar	23,760.00
1 línea ágata en página par	15.00
1 línea ágata en página impar	18.00

PUBLICIDAD DE CONTENIDO POLÍTICO:

1 plana (par ó impar)	30,360.00
1 línea ágata (par ó impar)	23.00

PUBLICIDAD EN SUPLEMENTOS

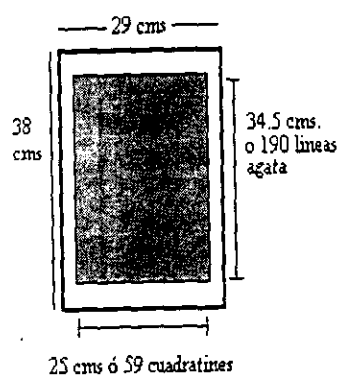
1 Plana (par o impar)	23,760.00
1 línea ágata (par o impar)	18.00

El diagrama básico del periódico esta en funcion de seis columnas y cada una cuenta con 220 líneas ágata. Quien solicite en su publicidad una posición determinada se cobra un 25% adicional al precio. Todos los precios anotados se les suma el 15% de IVA. El costo de un 1/2, 1/4, etc., de plana se saca a partir del valor de una plana completa dividiendola entre el tamaño solicitado.

PERIÓDICO
LA JORNADA

El periódico La jornada se funda en el año de 1983 dirigido por Carlos Payán Vélver. Su periodicidad es diaria y el costo del ejemplar es de cuatro pesos. Las medidas son de 29 cm. de largo por 38 cm. de alto mismas que corresponden al formato tabloide, el número de páginas fluctua entre las 60 y 68.

La sección de carteleras cinematográficas y programaciones culturales están diagramadas en seis columnas de nueve cuadratines de ancho por uno de medianil.



Formato de La Jornada

Medidas de las columnas

No. COLUMNAS (CUADRATINES)	ANCHO (LINEAS AGATA)	ALTO (CUADRATINES)	MEDIANIL (CUADRATINES)
4	14	190	1
6	9	190	1

La portada y contraportada tienen el mismo concepto de cuatro columnas aunque dejan solo una columna real que habitualmente corresponde a la parte exterior y lo demás lo solucionan con dos columnas falsas ubicando entre éstas una fotografía.

Las cabeceras (logotipos y plecas) de portada y contraportada son de 32 líneas ágata por todo lo largo del periódico (59 cuadratines).

Las secciones que conforman el periódico La jornada son las siguientes: Portada, El correo ilustrado, El país, Cultura, Cartelera, La capital, Economía, El Mundo, Deportes y Contraportada.

En el periódico se emplea la familia tipográfica Times de diferentes tamaños y formas y se imprime en tinta negra.

El título principal de la primera plana se emplea en Times en negritas y el tamaño fluctúa en los 70 puntos con dos líneas de texto y un sobretítulo de 22 y subtítulo de 18 puntos. "La principal función del sobretítulo es reforzar la expresión comunicativa del título que en ocasiones responde a alguna pregunta básica que atañe al título o puede ser la interpretación que hace el periodista sobre el acontecimiento que presente." (14)

(14) *Ibidem* p.166



Los demás títulos de menor orden de importancia en primera plana y contraportada, se colocan en una columna que equivale a un 1/4 de página, textos que oscilan entre los 22 puntos y

sus comentarios breves en los 12 puntos que remiten al lector a buscar en las páginas interiores la noticia. El texto del resto del periódico entre los 8 y 10 puntos con un interlineado de 0 ó 1 haciendo bastante fluida su lectura.

Al igual que el periódico unomásuno, se colocan plecas muy delgadas para separar las noticias o por debajo de los sobretítulos dándole mayor énfasis a estos. Sin embargo en las secciones de opinión lo que se hace es utilizar una tipografía en negritas pues ésta sobresale del resto de la página que usa tipografía en blancas y el empleo de las capitulares. En la mayor parte de sus páginas interiores respeta el diagrama de 4 columnas que hacen ver el periódico uniforme y muy bien equilibrado de tal forma que no resulta monótono para el lector.

La variante que existe en cuanto a tipografía sólo esta dada en las cabezas de las secciones, fechas y folios o numeros utilizando la familia Univers, en 48 puntos en cada entrada y 24 en las restantes, los títulos de las secciones. Además en cada entrada emplea tres ó cuatro subíndices que remiten hacia el interior de las mismas. Las fechas son en forma vertical en extremo derecho de página par o impar y el folio siempre va en la parte superior derecha entre el nombre de la sección y logotipo del periódico.

La fotografía se usa de forma directa y abarca de una a tres columnas de ancho con un título de 14 puntos en la parte superior en la mayoría de éstas y con pie de foto de 10 puntos de la familia Univers, de tal forma que resalta del texto del entorno manejado en Times.

Los cartones o caricaturas que se publican tienen una constante de dos columnas con un título y el crédito del autor en 14 puntos Times.

La publicidad al igual que en cualquier otro periódico dependerá de las necesidades y creatividad por parte de quien compra el espacio y sólo se ajusta a las medidas del periódico.

El periódico La jornada esta diagramado en cuatro columnas que respeta a lo largo de sus páginas. En portada y contraportada maneja las llamadas columnas falsas. Su tipografía de la familia Times en sus diversas características y tamaños que hacen ver la



mancha tipográfica agradable al lector, sin crear demasiados espacios blancos.

En la sección de cartelera se emplean seis columnas que a la vez son tomadas como punto de partida en la venta de espacios publicitarios. Por ejemplo el costo de la línea ágata es de \$ 26.93 cuando el diagramado es a seis columnas, pero si el anuncio va en plana de cuatro columnas, al precio anterior se la multiplica por 1.5 y ese será el precio por línea ágata más el 15% de IVA.

PUBLICIDAD COMERCIAL:

PAGINA IMPAR

1 Plana	\$	29,887.00	+ IVA
1/2 Plana	"	14,943.50	"
1/4 Plana	"	7,741.75	"
1/8 Plana	"	3,735.88	"
1/16 Plana	"	1,867.94	"

PUBLICIDAD COMERCIAL:

PAGINA PAR

1 Plana	\$	23,909.60	+ IVA
1/2 Plana	"	11,954.80	"
1/4 Plana	"	5,977.40	Etc..

La publicidad no comercial es aquella donde entran los desplegados de partidos políticos, mensajes presidenciales, cartas de funcionarios, etc., y sus costos son:

PAGINA PAR	\$	37,950.00	+ IVA
PAGINA IMPAR	"	47,437.50	"

Para sacar los costos de 1/2, 1/4, 1/8, 1/16avo de página se divide el precio de unidad (plana) entre la fracción deseada.

LINEA AGATA PAGINA PAR COMERCIAL	\$	21.54	+ IVA
LINEA AGATA PAGINA PAR NO COMERCIAL		34.19	"
LINEA AGATA PAGINA IMPAR COMERCIAL		26.93	"
LINEA AGATA PAGINA IMPAR NO COMERCIAL		42.74	"
1 PLANA EN SUPLEMENTOS (COM. Y NO COM.)		23,909.60	"

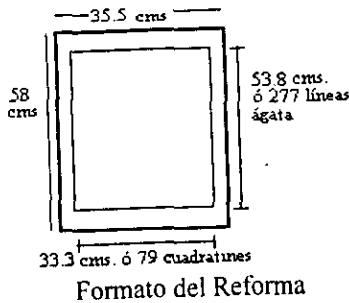
Nota: La fuente de información fue tomada del Departamento de Publicidad; periódico La jornada en el mes de Noviembre de 1997.

PERIODICO REFORMA

El periódico Reforma es uno de los más jóvenes que se publican actualmente en la Ciudad de México. Debido a problemas de carácter político que ha tenido con el gobierno, no se expende en los puestos de periódicos establecidos, ya que no cuenta con ésta concesión. El Reforma se puede comprar en las esquinas de los semáforos, de calles o avenidas importantes, por vendedores que el mismo diario contrata. El público lector localiza entonces puntos estratégicos de venta.

El periódico Reforma se fundó en el año de 1993 y su presidente y director general es el señor Alejandro Junco. La periodicidad es diaria y en su impresión incluye la selección de color en portada y contraportada de las siete secciones en que se divide, a manera de despleables las 52 páginas en que fluctua cada publicación.

En las siete cabeceras de sus distintas secciones utiliza 25, 35 y 45 líneas ágatas de alto por todo lo ancho del periódico.



Su formato abarca desde 4, 5, 6, y 8 columnas, aunque predominan las 6 a lo largo de todas sus páginas.

MEDIDAS DE COLUMNAS

No. DE COLUMNAS	ANCHO (cuadratines)	ALTO (líneas ágata)	MEDIANIL (cuadratines)
4	19	290	1
5	14	290	* 1.5
6	12.3	290	1
8	9	290	1

* Con márgenes a ambos costados de igual tamaño.

El Reforma al igual que las demás publicaciones ofrece algunas variantes en cuanto a la distribución de cada elemento que compone el diario, debido a las características del material informativo, fotográfico, tipográfico y gráfico que se publica e incluso al número de páginas que comúnmente son múltiplos de 4 u 8 condicionado por la cantidad de información que exista.



Las demás publicaciones podrán tener algunas modificaciones en cuanto a su diseño, ya que existen variantes muchas veces en el tamaño de titulares principales o elementos gráficos. Sin embargo el departamento de diseño de cada periódico respeta ciertas reglas preestablecidas que darán el carácter o imagen que los distinguirá entre los demás.

La publicidad tiene un criterio distinto a los otros periódicos ya que de Martes a Sábado manejan un precio distinto al de los Domingos y Lunes:

		IMPRESIÓN B/N		COLOR
SECCION "A"	1 plana	\$ 54,864.00	Martes a Sábado	\$ 92,448.00
IMPAR	1 plana	62,208.00	Domingo y Lunes	101,088.00
SECCION "A"	"	43,632.00	Martes a Sábado	76,032.00
PAR	"	49,680.00	Domingo y Lunes	83,376.00
SECCION "E"	"	33,696.00	Martes a Sábado	59,616.00
IMPAR		38,448.00	Domingo y Lunes	64,368.00
SECCION "E"	"	28,944.00	Martes a Sábado	52,272.00
PAR		33,696.00	Domingo y Lunes	58,320.00
DEMÁS SECC.		29,376.00	Martes a Sábado	51,408.00
IMPAR		33,696.00	Domingo y Lunes	57,024.00
DEMÁS SECC.		26,352.00	Martes a Sábado	47,088.00
PAR		30,672.00	Domingo y Lunes	52,704.00

La publicidad manejada en $\frac{1}{2}$, $\frac{1}{4}$, $\frac{1}{8}$ etc., de página se desglosa a partir del precio unitario de la página y sección que desee el cliente. A todos los precios se les debe agregar el 15% del IVA.

Cuando no se desea sino comprar el espacio en otras medidas entonces se cobra en centímetro por columna y en este caso la plana se divide en ocho columnas.

SECCION "A"	B/N	COLOR
1 centímetro página par	\$ 101.00 Martes a Sábado	\$ 176.00
1 centímetro página par	115.00 Domingo y Lunes	193.00
1 centímetro página impar	127.00 Martes a Sábado	214.00
1 centímetro página impar	144.00 Domingo y Lunes	234.00
 SECCION "E"		
1 centímetro página par	\$ 67.00 Martes a Sábado	\$ 121.00
1 centímetro página par	78.00 Domingo y Lunes	135.00
1 centímetro página impar	78.00 Martes a Sábado	138.00
1 centímetro página impar	89.00 Domingo y Lunes	149.00
 DEMÁS SECCIONES:		
1 centímetro página par	\$ 61.00 Martes a Sábado	\$ 109.00
1 centímetro página par	71.00 Domingo y Lunes	122.00
1 centímetro página impar	68.00 Martes a Sábado	119.00
1 centímetro página impar	78.00 Domingo y Lunes	132.00

A continuación especifican las partes que componen al periódico:

SECCION "A": Sección nacional, Especial, México en el mundo, Editorial, Internacional.

SECCION "A" NEGOCIOS: Nacional, Opinión financiera e Internacional.

SECCION "C" DEPORTES

SECCION "D" GENTE

SECCION "D" CULTURA

SECCION "E" EXPANSION Y REFORMA

El periódico Reforma tiene una estructura que lo hace completamente distinto comparado con los dos periódicos antes vistos: su formato es estándar y emplea la selección de color en sus portadas y contraportadas.

El empleo de los tamaños en la tipografía de la familia Clarendon en negritas, de los titulares en portada de secciones es muy variado ya que van desde los 52, 68, 80, 96, 106 a 170 puntos y en cabezas de secciones se utiliza la tipografía Bodoni.

Para todo el texto del periódico se emplea la Clarendon entre 8 y 10 puntos y enmarcando algunas zonas con itálicas o incluso con la tipografía Grotisque 9 que hace bastante visible algunas palabras entre el resto de los párrafos.

Para los créditos de las notas o noticias también se aplica la Grotisque 9.

La característica en los pies de foto es la combinación, utilizando 2 ó 3 palabras iniciales en Grotisque 9 y el resto en Clarendon Itálica.

Como característica importante en cuanto a los pases diré que son muy escasos debido a que la mayoría de las noticias empiezan y terminan en la misma página.

Los recursos tipográficos tan variados hacen ver a lo largo de sus planas zonas de gran interés, dando como resultado una agradable lectura.

Los diseñadores del Reforma interactúan constantemente con el área editorial con el propósito de



que la noticia siempre se vea apoyada y enriquecida por los diferentes recursos con que cuenta el diseño (fotografías, fotoartes, gráficas, ilustraciones, infografías, mapas etc.) (15).

A estas alturas se puede dar un mejor juicio del diseño editorial que prevalece en tres periódicos de la actualidad. Los primeros periódicos impresos y hasta el siglo XVIII ofrecen muy pocas alternativas de cambio en los diseños ya que estaban supeditados a los escasos avances tecnológicos del momento. Durante el siglo XIX y sobre todo el siglo XX se ha visto reflejado un impresionante mundo de opciones comparados con los anteriores.

De igual manera estos avances van a la par con las nuevas alternativas que ofrece el diseño.

¿Por qué el diseño adquiere ahora un interés básico en el área editorial? Digamos que el antecedente de los diseñadores, pudieron haber sido los tipógrafos que armaban galeras para los textos y en lo que se requería de una gran dedicación que se heredaba por generaciones en algunas familias.

Las sociedades modernas requieren de especialistas para afrontar los diferentes problemas a los que se ven sometida a diario. El diseñador es un especialista y pieza clave dentro del mundo editorial. Su campo intelectual y creativo, originan nuevas formas de comunicación.

Ahora bien retomando lo primero entraré de lleno al análisis.

El periódico más semejante al unomásuno sería La jornada en cuanto a su formato e impresión (tinta

(15) Revista Dediseño, Año 1
No. 4 p. 22

negra). El primero tiene una variedad en cuanto a su diagrama ya que alterna columnas naturales y falsas, que bien puede verse como un rompimiento de estructuras, respecto a La jornada que conserva en sus páginas interiores siempre las cuatro columnas.

Ambos son distintos en estructura, sin embargo el uno más uno parece tener cierta desventaja ya que utiliza la tipografía sin serifas (patines) haciendo ver la lectura como la de un libro y no la de un periódico.

La familia Times New Roman diseñada en 1923 para el diario The Times, creada para la impresión de periódicos, cuenta con características de buena legibilidad y puede ser impresa sobre mal papel ya que las letras tienen serifas cortas, fuertes y puntiagudas.
(16)

La jornada emplea la tipografía Times dándole así un carácter de periódico tradicional pero con diseño moderno.

De este último punto es su estructura, fotográfica que busca ir más allá del ilustrar sólo una noticia, pues aparte de ser gráfica es crítica.

El periódico Reforma es uno de los diarios que desde su estructura, color, gran juego tipográfico e imagen ofrece alternativas distintas a La jornada y uno más uno. Los textos están muy bien sustentados por imágenes fotográficas o gráficas que denotan claramente la tecnología bien empleada dentro de una gran organización.

Cada año se realiza un concurso internacional donde compiten publicaciones como el Mundo (Madrid), New

(16) MULER, Brockman Josef. *Sistemas de retículas ; un manual para diseñadores gráficos*, editorial Gustavo Gili Barcelona España 1980, versión castellana de Angel Reparaz, Andres, 179 páginas, p.27.

York Times, Washington Post, Detroit Free Press y Diario 16 (Barcelona), Le Devoir (Montreal) entre otros, organizado por la Sociedad de Diseño de Periódicos conformada por más de 2 mil 500 periódicos en 40 países. En el año de 1995 el periódico Reforma recibió 16 premios a la calidad gráfica (3 premios de plata y 13 menciones de Excelencia) ubicándolo como el único periódico latinoamericano que recibió dicho reconocimiento. (17)

2.1 ANALISIS DE FORMAS

Nuestra vida cotidiana está sustentada y enriquecida por una serie de formas que se perciben a través del tiempo, cada una tiene un significado y valor que le damos de manera individual o colectiva. Cuando se menciona una forma determinada nuestro cerebro recibe el mensaje y lo transforma en pensamiento, pues inicialmente hubo un método de aprendizaje que más tarde se recordará a lo largo de toda la vida si fue debidamente grabado en la memoria.

El cuadrado, rectángulo, triángulo, también son formas tan familiarizadas con nosotros, con un significado especial cada uno de ellos.

Si de pronto nos encontráramos con un libro de forma circular, o triangular es muy probable que nuestra mente tendría un desajuste de información transformado en sorpresa ya que ha aprendido a que los libros siempre son de forma rectangular o cuadrada.

Este mismo planteamiento se puede aplicar para analizar la forma de un periódico. Nuestra cultura

(17) Revista Dediseño, Año 1 No. 4 p.22

occidental nos ha enseñado que los impresos comúnmente son rectangulares y se leen en forma vertical de arriba a abajo.

Se puede especular en el por qué la adopción de la forma rectangular del periódico; Desde el punto de vista funcional, se puede decir que, esta forma sea antropométrica permitiendo una mejor lectura y entendimiento en el mensaje. También que la tecnología está diseñada para trabajar en esta manera y otra sería una adopción cultural antropológica.

A todo esto cabe una pregunta ¿Cuál sería el tiempo de vida de la forma rectangular del periódico? Tal vez no exista una respuesta precisa pero desde el punto de vista "objeto" el periódico ha sufrido una transformación con los adelantos tecnológicos, debido a los nuevos sistemas de información internet que manejan algunos diarios del país, el periódico no es exactamente el objeto rectangular que se cambia de página manualmente, sino que ahora estas inovaciones lo han transformado de tal manera que el lector ya no tiene que salir a la calle a buscar el periódico de su preferencia sino que a través de un complejo sistema de redes de comunicación vía satélite consulta las noticias del día del o los diarios a los que esté suscrito que tenga acceso a través, de su computadora.

Sin embargo considero que el periódico como tal tiene muchos años de vida por delante, ya que así como existen grandes adelantos tecnológicos al servicio del hombre, también existen enormes rezagos económicos los cuales no hacen tan fácil la adopción de los nuevos sistemas de forma inmediata para el común de la gente. Esto me hace recordar un tanto en la competencia que se generó entre los periódicos manuscritos y los nuevos

impresos con la llegada de la imprenta de Gutenberg en el siglo XIV.

2.2 ANALISIS DEL DISEÑO EDITORIAL EN SECCIONES CULTURALES DE LOS PERIODICOS UNO MAS UNO, REFORMA Y LA JORNADA.

Antes que nada, sería interesante mencionar cual es la finalidad que se persigue al analizar de cada periódico su sección cultural. En el inciso 2.0 se ha visto de manera general cuál es la estructura formal que guarda cada una de las partes en los tres periódicos.

Mi propuesta gráfica es el diseñar un periódico cultural desde la perspectiva de un comunicador gráfico y no desde el punto de vista de un comunicólogo.

El interés del análisis en las secciones culturales, está enfocado básicamente hacia los componentes gráficos y tipográficos que determinan su imagen visual. A partir de esto tendré entonces una base mejor fundamentada, para abordar mi trabajo.



La palabra "cultura", tiene varias definiciones según los diccionarios y estudios que se han llegado a realizar, sin embargo en este caso la describiré como el conjunto de saberes y conocimientos eruditos a cerca de ciertas "cosas superiores" como la filosofía, la literatura, la música clásica, el arte, la pintura, el teatro, la historia, la geografía, la mitología o el dominio particular de una ciencia o de un arte.

Aplicando este concepto en el campo editorial periodístico se considera entonces a todo lo que se relaciona con las artes ,las ciencias, la tecnología. En ocasiones algunos diarios publican los espectáculos como sinónimo de cultura.

Las secciones culturales de los tres periódicos ofrecen algunas diferencias entre si, cada una contiene información breve en su página de apertura que dá origen a los pases de páginas posteriores.

Para el unomásuno los títulos, sobretítulos y subtítulos están escritos en forma Extra bold (muy negritas) lo que lo hace diferente del resto de sus secciones.

Sus artículos (opiniones) además de estar en recuadros tienen grandes capitulares. El número de fotografías es mayor en esta sección, al igual que en La

27 LA JORNADA

CULTURA

El Analfabetismo afecta al escritor Jorge Luis Borges y a su obra de Manuel Alvar, 20
 El Cine tiene ahora gran futuro de acuerdo a los críticos y la industria, 28
 El Dilema de la Educación, cuando el profesor Pardo de Alzamora, 30

" Soy un hombre blanco de regreso al golpe para denegar la masacre"

Hoy, la lucha dialéctica se da entre materialismo y espiritualismo: Arau

El escritor argentino Jorge Luis Borges, quien hoy cumple 70 años, es un hombre blanco de regreso al golpe para denegar la masacre. El autor de "El Aleph" y "El jardín de senderos que se bifurcan" es un hombre blanco de regreso al golpe para denegar la masacre. El autor de "El Aleph" y "El jardín de senderos que se bifurcan" es un hombre blanco de regreso al golpe para denegar la masacre.



Un paseo por las nubes

El cine tiene ahora gran futuro de acuerdo a los críticos y la industria. El cine tiene ahora gran futuro de acuerdo a los críticos y la industria. El cine tiene ahora gran futuro de acuerdo a los críticos y la industria.

jornada. En este último por lo general en su primera plana la foto es de mayor tamaño.

En cuanto a su estructura, el unomásuno varía sus columnas de tres a cinco mientras que en la jornada hay una constante de cuatro.

El periódico Reforma utiliza la fotografía y fotoarte como un elemento muy importante dentro de su sección cultural. También recurre al empleo de las capitulares en las notas de la portada y contraportada en ésta y otras secciones.

Un mayor juego de elementos de fotografía y tipografía se notan claramente en Cultura y Gente, del resto de las secciones, lo cual tal vez se deba a que el tema lo requiera. En las páginas interiores no ofrece grandes alternativas de diseño y se concreta al seguimiento del orden del resto del periódico.



El periódico Reforma y el uno másuno tienen un mayor juego en cuanto a sus columnas, debido a que combinan las naturales con falsas, generan un dinamismo de orden estructural en sus espacios. La jornada por su parte conserva más la

constante al respetar cuatro columnas en la mayor parte de sus páginas y salvo en algunos casos recurre al empleo de columnas falsas como en portada contraportada y sección cultural. A simple vista parecería que estoy describiendo un periódico poco atractivo, pero por lo contrario La jornada recurre a un buen manejo tipográfico (con textos compactos en un puntaje muy legible de 10 en la mayor parte y títulos de distintos tamaños), además que la fotografía y los cartones adquieren un valor de equilibrio y descanso visual.

Se puede concluir entonces que el diseño editorial que prevalece hoy en día está supeditado por una parte al desarrollo tecnológico y por el otro a la planeación de los elementos formales que se conjugan con los de contenido.

CAPITULO III

METODOLOGÍA DEL PROCESO CREATIVO

Cualquier proyecto que pretenda lograr resultados optimos estará en función de una metodología adecuada a cada caso, en donde el ordenamiento de los datos y argumentos se conviertan en algo indispensable.

"Gillo Dorfles, Collins y Bonta entre otros plantean el problema metodológico donde se parte a través de la teoría del conocimiento, de la psicología, de la lingüística, etc., y no unicamente de la inspiración. Otros pensadores incluso van más allá de la cuestión científica pues además toman en cuenta la economía política para formular teorías del valor que tiene esta actividad en la sociedad".(18)

Se pueden mencionar tres procesos de trabajo

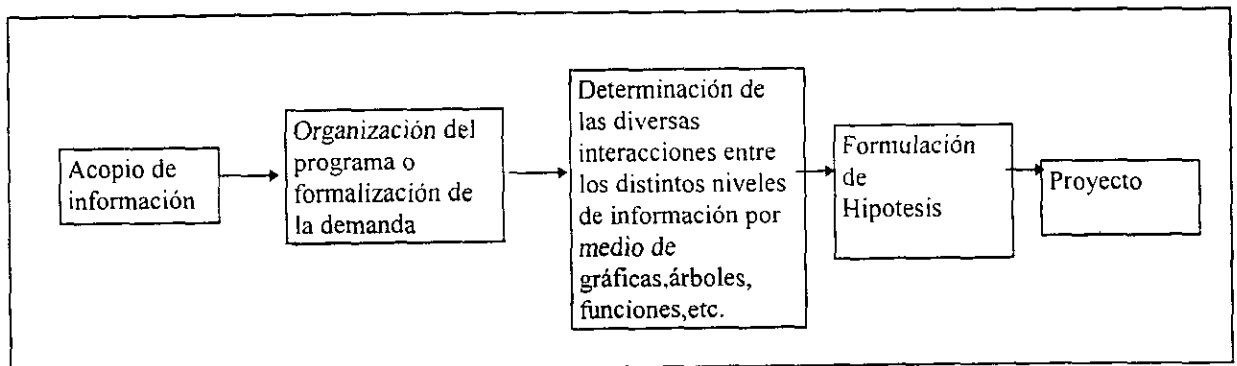
Proceso empírico: Este proceso se puede simplificar si se relaciona con los objetos, que de tanto usarlos, se ha debido reconocer de forma irrevocable, que están bien hechos, pues hasta el momento nadie ha podido descalificarlos. Como en el caso de la aguja que tiene una antigüedad de 20,000 años y sólo ha sufrido modificaciones.

Proceso intuitivo: Se dice que este proceso no esta tan fundamentado de manera tan racional y tiene mermas con la parte creativa. Este proceso se basa tanto en hipótesis como en conjeturas y suposiciones.

(18) OLEA, Oscar y Gonzáles, LOBO, Carlos, *Metodología para el diseño: Urbano, Arquitectónico, Industrial y Gráfico*. México D.F.; Editorial Trillas 1988, 160 p.

Proceso deductivo: Este proceso es completamente opuesto al intuitivo. Se proyecta hacia el futuro con todo un estructuramiento de la idea. Parte además de una gran cantidad de datos heterogéneos extraídos por parte del diseñador de los diversos campos respecto de las funciones que debe cubrir el objeto. Datos que provienen desde los ámbitos económicos, políticos, de la física, antropológicos, etc. y que se traducen en modalidades semánticolingüísticas.

Esgema general del método deductivo



"La imagen creativa es el centro de toda acción del diseño y no el proyecto en sí, es la respuesta de esa imagen creativa a lo que vamos y desde ella somos capaces de desarrollar nuestros proyectos. Este camino generador de imágenes hacia el objeto es un proceso de proyección, el cual se resuelve en el proyecto."(19)

A partir de esto se deduce que no existe un diseño sino un conjunto de diseños posibles en donde el hombre tiene la capacidad de elegir estéticamente de entre

(19) Íbidem p.13

varias opciones algún diseño que resulte óptimo, tomando en cuenta que en los planes lleven implícitos, todos los contenidos estéticos, estructurales y compositivos del objeto diseñado que sea posible realizar con los medios con que se cuente para su proceso de materialización.

3.1 DISEÑO DE UN PERIÓDICO

Los medios impresos entre muchas otras cualidades han venido a propiciar cambios ideológicos en el ser humano en los últimos siglos. Debido a esto se les consideran productos de primordial importancia.

Cada sociedad se enfrenta constantemente ante el requerimiento de satisfacer necesidades de comunicación que de ellas se demande y los impresos cubren parte de dichas demandas.

Dentro de los impresos el periódico tiene la función primordial de informar, analizar, opinar y crear conciencia de los acontecimientos que se suscitan dentro del ámbito que les compete de acuerdo a sus características de alguna materia en particular.

"La cultura es parte fundamental para el desarrollo de la humanidad".

Esto lo toman en cuenta solo algunos periódicos que circulan en la ciudad de México. No conozco alguno que aborde el tema en un 70% u 80% de sus páginas, pues tal vez se deba a que el público está más ávido de leer otro tipo de noticias que se descuida la parte concerniente al intelecto.

Vivimos en una sociedad en la que gran parte de nuestros medios de comunicación son controlados por el Estado y supeditados a los intereses económicos apoyados por la publicidad. Entonces resulta difícil que las empresas editoras patrocinen la cultura temiendo no encontrar los beneficios económicos que esperan.

También es muy cierto que en nuestra misma sociedad haya sectores que no únicamente se conformen con el contenido de la mayoría de los diarios que circulan por las calles.

Los estudiantes, jóvenes y adultos de cualquier tipo de escuela y universidad, así como egresados y profesionistas serían el principal consumidor potencial del proyecto-periódico de carácter cultural. El establecer entonces que los lectores más interesados son aquellos que tienen un grado de escolaridad media y superior al que se debe estudiar la forma en que el periódico cumpla la función de transmitir el mensaje de una manera correcta, es un primer paso que debemos dar.

Existen en el mercado algunas revistas que cubren parte de estas necesidades culturales, editadas por ejemplo por el INAH, Bellas Artes, empresas privadas, etc. Sin embargo los costos del común de las revistas son superiores en comparación con los de cualquier periódico, lo que pudiera representar cierta desventaja en una sociedad con un escaso poder adquisitivo como la nuestra. De ninguna manera se intenta competir con éstas, pues cada medio tiene su propio lenguaje y ninguno puede desplazar al otro.

Bajo las condiciones anteriores a partir de este momento el que surge una nueva pregunta ¿Cuál es la finalidad al diseñar un periódico cultural?. En primer lugar es el hecho de cubrir una necesidad de comunicación, en seguida aporta algo a favor de la cultura y por último proponer un diseño que sea capaz de cumplir la función de comunicar correctamente lo que se quiere, de lo contrario no se puede llamar diseño.

Al diseñar cualquier objeto o concepto se debe tener presente una serie de características que nos ayuden y guíen en la elaboración de nuestro trabajo, sin lo cual solo se caería en el error de tratar de justificar lo establecido careciendo de un planteamiento teórico-práctico. A menudo vemos que algunos diseños no tienen razón de ser, sin embargo la única justificación que se le puede dar está en función de una tradición o costumbre en el mejor de los casos.

Diseñar puede ser tan sencillo o complejo dependiendo de como se aborde el problema.

Luis Rodríguez Morales en su libro *Para una teoría del diseño* (20) plantea cuatro aspectos muy importantes que deben tenerse en cuenta al abordar cualquier tipo de trabajo en donde a partir de un análisis bien definido se puedan garantizar resultados aceptables.

El diseñador:

- 1.-Configura la forma de los productos.
- 2.-Estos productos satisfacen necesidades
- 3.-Satisfacen (estos productos) esas necesidades por medio de cierta función.
- 4.-Para configurar las formas funcionales que satisfacen necesidades existen métodos que guían al diseñador.

Al elaborar un producto se deben de tener en cuenta todos los aspectos que lo conforman desde los generales hasta los particulares y los medios por los cuales se pueden obtener. A su vez estos productos están destinados a ser consumidos y aceptados por ciertos sectores de la sociedad que en algunos casos son artículos innecesarios e incluso nocivos, sin

(20) RODRIGUEZ, Morales Luis,
Para una teoría del diseño, México
D.F. ; Tilde UAM Unidad
Azcapotzalco 1989, 125 páginas
p.15.

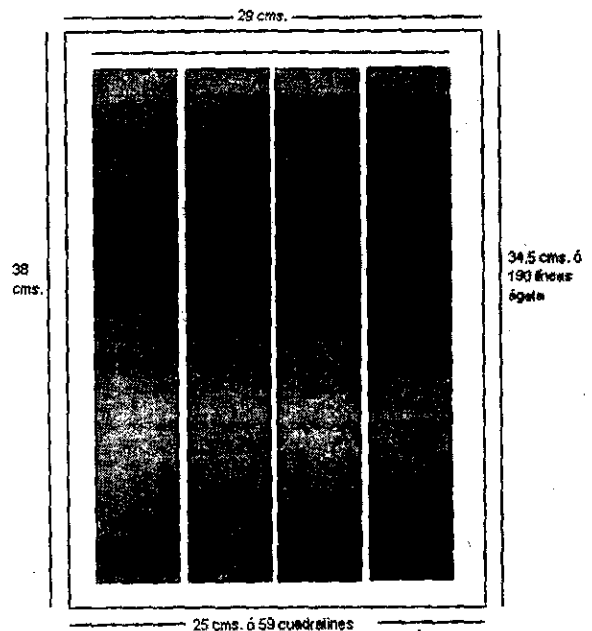
embargo las grandes estrategias comerciales y publicitarias crean deseos en un público cautivo.

El diseño editorial es la parte medular dentro de los medios impresos que dan forma al producto y a la vez propone y crea nuevas alternativas dentro de la comunicación visual, supeditado en gran parte a los avances tecnológicos de cada época.

La tesis como propuesta gráfica establece los lineamientos de orden estructural y de contenido (sin abordar el campo semántico) que nos lleve a entender todas las partes componentes de un periódico.

FORMA Y FORMATO

El periódico tiene forma rectangular que deberá leerse de manera vertical y con características del formato tabloide (29 cms. de ancho por 38 cms. de alto). De esta manera se toma en cuenta la forma del producto que, desde el punto de vista funcional, permite un gran ahorro en los costos de producción, mejor manejo manual por parte del lector, y es probable que se lea un mayor número de páginas respecto a la carga de información que suelen contener los periódicos de formato estándar. En la propuesta gráfica se plantea el diseño de 10 páginas como principio.



ESTRUCTURA

La estructura tiene una base de cuatro columnas en sus páginas, de 14 cuadratines de ancho por 185 líneas ágata de alto, con medianiles de un cuadratín de ancho. Se utilizan también columnas falsas de 29 cuadratines de ancho en portada y contraportada de la nota más importante y en algunas páginas interiores. En las zonas de editoriales, son columnas de 10 cuadratines de ancho, y se remarca el perímetro sombreando la parte baja y derecha.

La estructura, desde el punto de vista funcional nos remite a un movimiento que se genera a partir de la combinación de campos (columnas), debido a su alternación sin exagerar, ya que puede llegar a crear cierta confusión en el lector.

Hasta hace algunas décadas se pensaba que el tabloide debería tener cinco columnas en su estructura, ya que cuatro creaban líneas de texto demasiado largas, y por el contrario cuando se utilizaban seis eran demasiado cortas. Actualmente estos conceptos están teniendo algunos cambios en la mayoría de los diarios que se publican.

EL PENSADOR

El diario de la vida cultural

Director General: José Caballero Rosas

México D.F.

Año 1

No. 1

LOGOTIPO

El logotipo se crea a partir de un juego de tamaños de la familia tipográfica dando un énfasis a la palabra Pensador y anteponiendo el artículo- El-, de manera más pequeña. La letra -d- rebasa el perímetro en la parte superior, como señalando el texto, fotografías y cintillo que se encuentra por encima del logotipo. El sombreado de las letras -ensador- equilibra con el peso de la P.

El slogan " El diario de la vida cultural" de la familia Futura sólo refuerza al logotipo.

El hecho de utilizar una familia tipográfica de dimensiones delgadas nos remiten a la idea de pensamientos fluidos en el medio intelectual y cultural.

El tamaño podría notarse ligeramente más grande a los convencionales, sin embargo esto obedece a que como prácticamente está rodeado de tipografías y fotos debe crecer más de lo ordinario para no perder su lectura y funcionalidad.

La ubicación es poco común en los diarios que conocemos debido a que la mayoría pretende ganar los espacios superiores para colocar, de forma discreta o aberrante, sus titulares en portada y contraportada. El periódico EL Pensador pretende cambiar de alguna manera ese concepto buscando nuevos espacios y, tal vez, sacrificando un poco lo que otros defienden.

CINTILLOS

Los cintillos son aquellos que están en la parte superior del periódico en portada y contraportada, que tienen como principal característica el dar una breve información que se considera de importancia y se remite hacia el interior del periódico con un pase indicando la página. El cintillo tiene 1.5 cuadratines de alto y corre a todo lo largo del periódico de 59 cuadratines. La familia tipográfica también es Futura.

TÍTULOS

Los títulos a lo largo de todo el periódico tienen una variedad en cuanto a su tamaño. En ocasiones resulta laborioso el tratar de sintetizar una idea, al grado de que en tan sólo en 5 ó 6 palabras se encierre lo más importante de una noticia.

Todos los títulos, subtítulos y sobretítulos (en negras) están en la familia NewBrunswick del programa Corel Draw versión 3.0.

SOBRETÍTULOS

El sobretítulo es un complemento del título y físicamente está por encima de éste. Ayuda a comprender mejor el sentido de una noticia. Dentro del medio periodístico se les conoce como balazos. En ocasiones el sobretítulo es una manera de interpretar una noticia por parte de quien escribe y no debe ser más



de uno por nota. Al sobretítulo se le identifica con un bullet y es más pequeño que el título.

SUBTITULOS

Los subtítulos tienen características semejantes a los sobretítulos, aunque con carácter descriptivo de una noticia. Es permitido poner más de un subtítulo y cuando estos rebasan más de tres entonces reciben el nombre de sumario.

TEXTO

El texto es el cuerpo de toda la información. Se encuentran en columnas de 10, 14 y 29 cuadratines con tamaño de 10/10 puntos tipográficos. El empleo de las editoriales (10 cuadratines) cambio la tipografía a Dutch tomadas del Programa Ventura Publisher 3.0. con capitulares de 48 puntos en gris y un sombreado en negro para dar un carácter de tipo ornamental, además de remarcar el perímetro con un sombreado gris

FOTOGRAFIA

La fotografía es una parte vital en EL Pensador, debido a que refuerza de manera visual parte del contenido. La propuesta de integrarla con la tipografía nos hace romper con la rigidez de las columnas. Al colocar fotoarte en



Sobretítulo



portada por arriba del logotipo se refuerza la primera noticia aunque no necesariamente sea la más importante. Puede incluso tener importancia por si misma.

PIE DE FOTO

Los pies de foto, como su nombre lo indica, van por debajo de las fotografías, aunque no en todos los casos. Para diferenciarlos del resto del texto se utiliza tipografía Futura de 8 puntos.

PASES

Los pases que se ven en portada y contraportada se colocan en la parte inferior con una flecha y en seguida el número de página donde continúa la información. Las páginas en el interior se inician con la noticia en título menos grande al original y se indica en la parte superior izquierda con una flecha y número de página de donde viene. El número es familia Futura de 10 puntos al igual que la flecha.



Texto





PLECAS

La gran mayoría de los periódicos utilizan este recurso para separar o delimitar la tipografía y los elementos gráficos que entrarán en una página, de tal forma que no llegue a confundirse los textos de distintas noticias. En El Pensador las empleo de manera horizontal y bajo el mismo concepto funcional.

CORNISAS

Las cornisas son aquellas líneas que van en la parte superior de la página, para delimitarla. La manera en que se emplean no es únicamente con ésta finalidad, ya que al se colocadas dentro de ella (en su lado izquierdo) el

nombre de la sección con letras blancas de la familia Futura, y el logotipo(reducido) pegado al número de página(en el lado derecho). El alto de la cornisa es de 1.5 cuadratines por 59 cuadratines de ancho, con un pantalla gris. Las cornisas aparte de ser funcionales también son decorativas.

FOLIO

La colocación del folio está en blanco, con fondo negro, del lado derecho de la cornisa, identificando fácilmente la pagina deseada.

Cornisas

Folio

FECHARIO

La fecha en portada está colocada en la parte inferior derecha del logotipo (fuera de su zona) en 16 puntos de la familia Futura, en negras justificada en 14 cuadratines. En las páginas interiores es de 10 cuadratines en medium y su ubicación vertical en las esquinas obedece a un rompimiento con la horizontalidad de los elementos.



Fechario



EDICION

La ubicación de los datos del nombre del director y número de edición se ubica sobre una pleca muy semejante a la cornisa y se coloca inmediatamente abajo del logotipo en portada, que

sirve como descanso visual por lo fuerte que podrían resultar las grandes zonas blancas que tiene el logotipo y además separa a éste del título principal. La tipografía en este caso también es de la familia Futura.

MANCHA TIPOGRAFICA

El texto (o mancha tipográfica) es un conjunto de caracteres tipográficos que forman parte de la imagen en un periódico. Dentro de éste existen elementos que se deben resaltar debido a que poseen aspectos importantes. La forma de hacerlos notar es utilizando tipografías negras(bold),o inclinadas (itálicas), de la misma familia, de tal manera que al leerse el ojo capte de inmediato las palabras que le ayuden a comprender aún más la lectura. Cuando el texto se vacía en las columnas, crea una serie de manchas a lo largo de las páginas en forma armónica.



Foto



Pie de Foto





FAMILIAS TIPOGRAFICAS
 Pueden definirse como el conjunto de características de tipo formal y estructural que poseen los alfabetos para dar origen a un texto. Las familias tipográficas se pueden clasificar en dos grandes grupos ; En el

primero entrarían todas aquellas que tienen serifas o patines y que corresponden a las letras Romanas (existe actualmente un gran número de familias que entran en este apartado) con diversas formas, y fueron muy utilizadas hasta principios de este siglo. En el siguiente grupo están las de Palo seco, carentes de serifas dando la sensación de espacios mas blancos en la mancha.

Brockman nos dice que "Cualquier dificultad en la lectura significa de retener lo leído. Al igual que las líneas demasiado largas, las demasiado cortas también lastiman" (21). Y agrega: "Una regla establece que se ha logrado una anchura de columna favorable para la lectura cuando se colocan por término medio de 10 palabras por línea. Para la lectura fácil y agradable de textos es fundamental un interlineado suficientemente amplio. Cuando las líneas del texto se encuentran muy próximas entre sí se obliga al ojo a la lectura simultánea de los párrafos vecinos." (22)

(21) MULER, Brockman Josef, *Sistemas de retículas ; un manual para diseñadores gráficos*, editorial Gustavo Gili Barcelona España 1980, versión castellana de Angel Reparaz, Andres, 179 páginas, p. 30.

(22) *Ibidem* p. 31, 32

ORIGEN DE EL PENSADOR

El nombre proviene de la famosa obra del Francés Auguste Rodin, que me causó gran impresión (al igual que muchas otras de sus obras) en la exposición en el Palacio de Bellas Artes, en 1995.

El nombre habla por sí solo, nos remite a la gente que está acostumbrada a la lectura y reflexión dentro del mundo del arte y la cultura, y sólo se refuerza con el slogan *El diario de la vida cultural*.

Si hurgamos en la totalidad de periódicos de la Ciudad nos daremos cuenta que no todos dedican espacios a la cultura, algunos publican sobre espectáculos o breves notas de ella y son menos los que tienen secciones culturales.

El Pensador

Medalla filmoteca de la UNAM a Miguel Zacarias director de cine

Contenido

- Cine
- Artes
- Cultura
- Deportes
- Humor
- Opinión
- Reportajes
- Resumen de la semana

Cantaruise

Artes y Oficios

← Publicidad

Mancha
Tipográfica

La fotografía la utilizo como parte esencial dentro de un lenguaje de comunicación visual. La mayoría de la información que se publica está apoyada en imágenes que dan como resultado un descanso visual, el no saturar demasiado las páginas con textos, creando así puntos de interés en la lectura.

SECCIONES

Los nombres de las secciones son las siguientes

- | | |
|---------------|---------------------|
| PORTADA | INFORMACION |
| GENERAL | |
| PAGINA 2 | BUZON CULTURAL |
| PAGINA 3 | ARTES PLASTICAS |
| PAGINA 4 | ARTES PLASTICAS |
| PAGINA 5 | DANZA |
| PAGINA 6 | TEATRO |
| PAGINA 7 | MUSICA |
| PAGINA 8 | CINE |
| PAGINA 9 | CIENCIA |
| CONTRAPORTADA | INFORMACION GENERAL |

CIENCIA

La interacción de la ciencia aplicada al arte

Multimedia y realidad virtual; un nuevo lenguaje de fines de siglo, en la exposición del UNCA



En la muestra, se puede apreciar la interacción de la ciencia aplicada al arte, un nuevo lenguaje de fines de siglo, en la exposición del UNCA.

El artista, quien se dedica a la creación de obras multimediales, utiliza la tecnología para crear mundos virtuales que desafían la percepción de la realidad.

En la muestra, se puede apreciar la interacción de la ciencia aplicada al arte, un nuevo lenguaje de fines de siglo, en la exposición del UNCA.

El artista, quien se dedica a la creación de obras multimediales, utiliza la tecnología para crear mundos virtuales que desafían la percepción de la realidad.

En la muestra, se puede apreciar la interacción de la ciencia aplicada al arte, un nuevo lenguaje de fines de siglo, en la exposición del UNCA.

El artista, quien se dedica a la creación de obras multimediales, utiliza la tecnología para crear mundos virtuales que desafían la percepción de la realidad.

ESTO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

3.2 ELABORACION DE LOS ORIGINALES MECANICOS

Edición
Subtítulos

El original mecánico, en el campo editorial, es una parte clave que el comunicador gráfico debe conocer.

Hasta este momento no se había mencionado, debido al interés en ahondar a este respecto. El original mecánico podría decirse que hace a partir de la transición entre el sistema de impresión en forma directa y el de manera indirecta. En la primera el tipo es entintado a través de rodillos que corren a lo largo de toda la plancha tipográfica y entra en contacto directo con el papel para imprimir la imagen y texto. La tecnología del siglo XX eliminó el paso anterior y creó uno nuevo de forma indirecta, el sistema del offset. Este se da por medio de placas de zinc, insoladas previamente con los negativos pegados a ésta (placa). La imagen que contiene el negativo es transportada a ésta última y posteriormente colocada en los cilindros de las máquinas impresoras entintadas por rodillos para ser plasmado finalmente el contenido sobre papel.

Se puede decir que el original mecánico es la pieza que contendrá todas las partes a publicarse, y en el se indicarán los pormenores que su diseño requiere. El fotomecánico y posteriormente el impresor son los encargados de seguir las indicaciones dadas.



El original crea su propio lenguaje de comunicación, indica por ejemplo:

- Estructura
- Líneas de corte
- Doblecés
- Guía de color (en este caso se utiliza tinta negra)
- Fotografía

Algunas indicaciones se dan sobre una camisa de papel albanene, misma que va montada sobre el original mecánico, ya que éste debe ir lo más limpio posible.

El soporte de papel blanco (siendo muy práctico el papel couché) imprime sus líneas guías de estructura en color azul claro, ya que éste no lo registra la máquina de fotomecánica, por lo cual es un medio auxiliar en el que se apoya el diseñador.

Las partes a unir en este soporte serán galeras de información procesadas en la computadora, dejando recuadros negros como indicativos de las fotografías que vayan a utilizarse. Todo lo que se ponga deberá estar entintado en negro para ser debidamente registrado por éstas máquinas.

El avance tecnológico ha modificado este método. Actualmente algunos periódicos han eliminado el original mecánico formando todas las páginas a través de las pantallas en las computadoras con sus características e indicaciones, saltando hasta el siguiente proceso que son los negativos y finalmente llegan a las rotativas para su impresión.

En mi caso los originales mecánicos se ubican en el sistema tradicional, de recortar y pegar la información

procesada en computadora PC sobre un soporte de papel couché con trazos en azul , líneas en negro (registros) que indican los cortes del periódico y líneas punteadas que nos marcan la zona del dobléz. El número total de páginas son 10 y la manera en que se van formando los originales es de forma ascendente y descendente por pares.

Contraportada (par)	Portada (impar)
Página 2	Página 9
Página 8	Página 3
Página 4	Página 7
Página 6	Página 5

CONCLUSIONES

Los medios de comunicación de nuestros días distan mucho de lo que fueron en siglos pasados. La tecnología a tenido avances significativos en el proceso histórico y evolutivo del hombre sobre todo en los últimos cien años. En las últimas décadas se ha iniciado la conquista del espacio y el desarrollo de las comunicaciones por vía satélite, entre muchos otros logros.

El periódico no se ha quedado fuera de este proceso evolutivo, por lo contrario, desde la invención del tipo móvil hasta la fecha, se han dado saltos gigantescos en favor de éste. La modernidad ha generado nuevas ideas y opciones dentro del ramo editorial, citando como ejemplo la escuela del Bauhaus creadora de conceptos que aún se siguen utilizando. La velocidad con la que se trabaja actualmente es otro factor inherente del presente; el slogan de un periódico que dice "Lo que hoy es noticia, mañana será historia", nos hace conscientes del mundo tan cambiante al que nos enfrentamos a diario.

En un entrevista que se le hace al director del periódico el Nacional en el libro de Prensa y Nueva Tecnología, menciona: *no hay mercancía más perecedera que el periódico. Entonces tiene que llegar muy temprano sino se hace viejo. A lo cual para poder llegar al interior de la República se recurre a la descentralización por medio de la codificación y envío de la información vía satélite o por microondas en donde se recibe esta misma en plantas establecidas en los estados, se decodifica se*

forma y se imprime el periódico. Anteriormente lo hacían por vía terrestre o aérea e incluso se comenzaba la venta a mediodía.

Por otra parte el comunicador gráfico sabe que se encuentra ante esta condicionante constituida como una desventaja, y debe trabajar siempre contra el reloj. No obstante, actualmente los medios y las herramientas que tiene a su alcance hacen del trabajo una tarea menos pesada.

La comunicación gráfica es una materia relativamente joven, y al igual que el diseño gráfico se imparten en la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM entre otras. Podríamos decir que no son una ciencia, ya que carecen de teorías propias y no se pueden dar "juicios de verdad". Sin embargo esto no quiere decir que estén carentes de bases, ya que gran parte de sus fundamentos están en las teorías de la pintura y sobre todo en las del diseño industrial, como nos lo hace ver Luis Rodríguez Morales en su libro "Para una teoría del diseño" en donde aborda la importancia del empleo de un buen método de trabajo para poder mirar un problema desde su globalidad hasta su forma más simple.

Durante el desarrollo de esta tesis me pude percatar de la importancia del estar al día de las novedades en el diseño y por consiguiente de la tecnología con la que pueda ser reproducido el trabajo. Hasta el momento no he encontrado problemas como para decir que los medios actuales son obsoletos, sino por lo contrario, me he sorprendido con los avances que algunos periódicos están teniendo.

La propuesta gráfica de mi periódico obedece a una funcionalidad en cuanto a su forma e imagen que permita una lectura en la que se conjugue imagen y texto, por ello manejo tipografías no tan pequeñas e imágenes que se integran dentro de éstas cuidando su legibilidad y limpieza. La aplicación del logotipo en portada parece estar invadiendo el lugar que muchos periódicos no se atreven a hacer, pero de ninguna manera de forma arbitraria sino en base a una búsqueda de espacios a través de la sección áurea.

Para concluir haré hincapié en que las nuevas generaciones de diseñadores y comunicadores gráficos tenemos la responsabilidad de seguir investigando y experimentando en nuestro enorme campo de acción lo que beneficiaría y enriquecería aún más nuestra área. De lo contrario se corre el riesgo que tan sólo sean productoras de técnicos en diseño, aplicando tan sólo los nuevos paquetes que nos ofrece la tecnología. Sin embargo es innegable admitir que las herramientas principales con las que contábamos las anteriores generaciones de diseñadores eran un restirador, papeles, lápices, pinceles, escuadras, cuchillas, adhesivo, etc., mismas que en la actualidad están siendo de alguna manera remplazadas de una forma vertiginosa por la computadora.

BIBLIOGRAFIA

WEILL, Georges Jaques, *El periodismo: Orígenes, evolución y función de la prensa periodica, editorial UTERA C 1979, 325 páginas.*

ARNOLD, Edmundo C, *Diseño total de un periódico: México Edamex 1985, 285 páginas.*

LEIJA, Alva Daniel y HERRERA, Lang Oscar Mario, *Diseño editorial (tesis): Escuela Nacional de Artes Plásticas UNAM México 1992, 118 páginas.*

RIVADENEIRA, Prada Raul: *Periodismo; La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación, México editorial trillas 1977, 284 páginas.*

MENENDEZ, Marcín Ana María, *Prensa y Nueva Tecnología, México 1989, 120 páginas.*

Revista de diseño, Año 1 No. 4.

MULER, Brockman Josef, *Sistemas de retículas; un manual para diseñadores gráficos, editorial Gustavo Gilli Barcelona España 1980, versión castellana de Angel Reparaz, Andres, 179 páginas.*

RODRIGUEZ, Morales Luis, *Para una teoría del diseño, México D.F.; Tilde UAM Unidad Azcapotzalco 1989, 125 páginas.*

MILLARES, Carlos Agustin, *Introducción a la historia del libro y de las bibliotecas, México 1971, editorial Fondo de Cultura Economica 3a. reimpresión 1986, 384 páginas.*

LARRAN, De Vere Alberto, *La imprenta: Enciclopedia Ilustrada Atlántida, Editorial Atlántida, Azopardo 579, Buenos Aires Argentina, primera edición 1963 67 págs.*

RUIZ, Castañeda María del Carmen, LOMBARDO, García Irma, CARRILLO, C. María Teresa, *La prensa pasado y presente de México: Catálogo selectivo de*

publicaciones periódicas, UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliográficas, Biblioteca Nacional: Hemeroteca Nacional, México, 1987. 237 págs.

OLEA, Oscar y Gonzáles, LOBO Carlos, *Metodología Para el Diseño: Urbano, Arquitectónico, Industrial y Gráfico*. México D.F. Editorial Trillas 1988 160 páginas.