

10
24

periódico mural

Su impacto, importancia y relación con otros soportes gráficos

(ESTUDIO DE CASO: SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES)

FALLA DE ORIGEN



DIRECCION
ESCUELA NACIONAL DE
ARTES PLASTICAS
AV. CONSTITUCION No. 600
Xochimilco 23, D. F.

Manuel Martín Laredo Sánchez

TESIS DE GRADO PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADO EN COMUNICACION GRAFICA

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



1991



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Agradezco de antemano a las personas que me brindaron su apoyo para hacer posible la realización de esta tesis, y de manera muy especial a quienes nombro a continuación:

Ing. Daniel Díaz Díaz

Lic. Eduardo Chávez Silva

Lic. Fidencio de Jesús Alonso Enríquez

Lic. José Luis Andrade Durán

PROLOGO

El presente trabajo está destinado a resaltar algunas limitaciones y deficiencias de los programas de comunicación gráfica de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y, a su vez, presentar la propuesta de un medio de comunicación interna que resultaría económico, de fácil difusión y sintético.

El método empleado fue el deductivo, es decir, de la generalidad de los elementos se llegó a la particularidad, y de esta se erigió la propuesta de un periódico mural. También se recurrió al método analítico interpretativo, por lo cual se descompuso el todo en sus partes para estudiarlas en forma individual.

Las principales variables fueron: manejo de logotipo, manejo de color, tipografía, recursos fotográficos, formatos, difusión y públicos, así como políticas de producción.

El trabajo se integra de cinco capítulos, en el primero se explica la organización y funcionamiento de la Secretaría de Comunicaciones y transportes.

El capítulo dos se encarga de la descomposición de los soportes gráficos con que cuenta la Secretaría. Los capítulos tres y cuatro presentan la propuesta del periódico mural y los límites y especificaciones que han de normarlo. Finalmente, las conclusiones en el capítulo cinco.

INDICE

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
2. FASE DE INVESTIGACION	7
2.1. PERFIL OFICIAL DE LOS COMUNICADOS GRAFICOS	9
2.2. ANALISIS DE LOS SOPORTES GRAFICOS	10
2.2.1. CARTEL	11
2.2.2. REVISTA INTERNA	33
2.2.3. LIBROS	51
2.2.4. FOLLETOS Y MATERIAL DE APOYO	87
2.2.5. ANUNCIOS DE PRENSA	107
3. PROPUESTA DE PERIODICO MURAL	113
3.1. DEFINICION	116
3.2. OBJETIVO, DIFUSION Y PUBLICOS	116
3.3. SECCIONES	119
3.4. DIFERENCIAS Y SIMILITUDES ENTRE EL CARTEL Y EL PERIODICO MURAL	121
3.5. VENTAJAS Y DESVENTAJAS CON RESPECTO A LA REVISTA INTERNA	122
3.6. DIFERENCIA ENTRE PERIODICO MURAL Y TABLERO DE AVISOS	123

1

**PLANTEAMIENTO
DEL PROBLEMA**

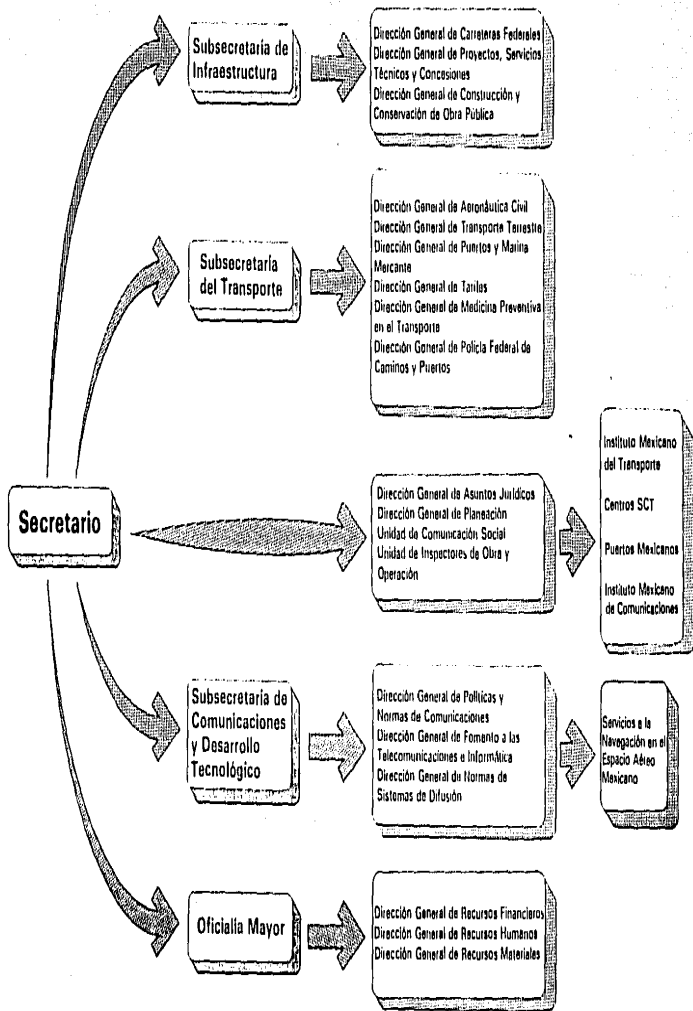
Las Comunicaciones y el Transporte tienen como finalidad mover y promover la actividad económica de un país en aras de su desarrollo interno y su proyección internacional. Podemos decir que es posible medir la capacidad de progreso de un país de acuerdo con la infraestructura para las Comunicaciones y transportes con que cuente y su nivel de eficiencia para satisfacer las necesidades tanto nacionales, como de cada usuario.

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a la que de aquí en adelante llamaremos SCT, agrupa subsectores que a su vez conjuntan Organismos Paraestatales al constituirse como cabeza de Sector (ver Gráfica 1 y 2). Su importancia es vital para el país ya que requiere de un porcentaje considerable de la inversión pública para la construcción y mantenimiento de su infraestructura (Telecomunicaciones, Transporte Aéreo, Terrestre y Marítimo). El gobierno federal ha apoyado la construcción de obras públicas del Sector durante cada administración, de acuerdo con los requerimientos específicos de cada momento histórico. Este apoyo se ha llevado a cabo en forma evidentemente continua debido a la magnitud y trascendencia de las obras antes mencionadas. Gracias a esta continuidad, México posee un patrimonio dado mediante obras irreversibles que permiten acercar a los usuarios, he ahí de donde surge el lema de la SCT "enlace de progreso".*

*Guía de Normas Creativas de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, México, D.F., 1983, p.5

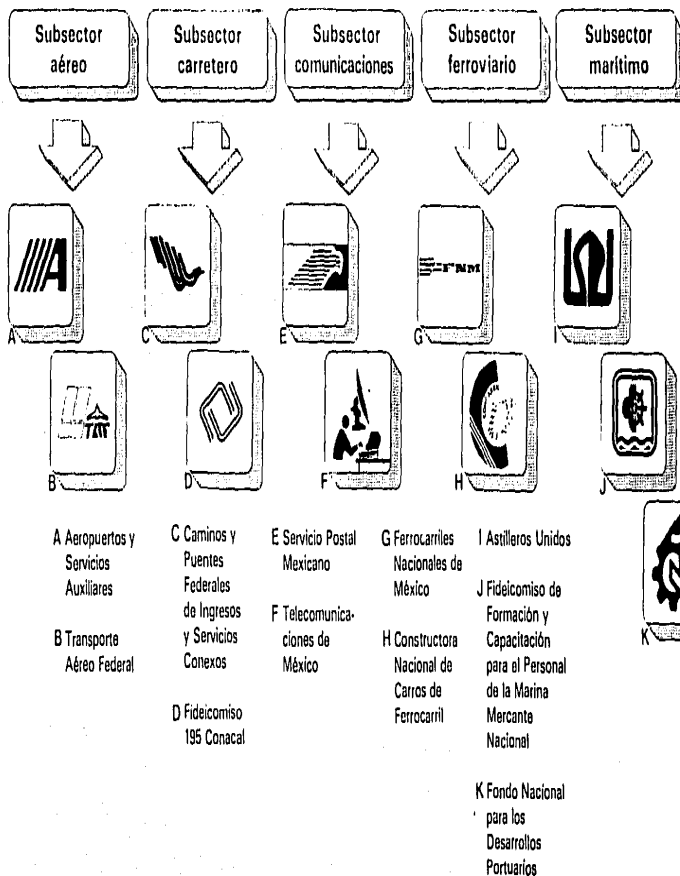
Por otro lado este importante Sector del Gobierno Federal Mexicano necesita de variedad de medios para informar a su personal y público en general acerca de los proyectos, cambios y avances que tiene. Por esta razón continuamente se emiten mensajes por radio y televisión, además de contar con apoyos gráficos tales como carteles, revista interna, libros, folletos y anuncios de prensa. En estos últimos encontramos ciertas deficiencias, causadas tanto por ajustes presupuestales como por su extremada especialización. Además que tienen un reducido grupo de receptores.

Para resolver tales deficiencias se propone un medio de difusión económico y atractivo, un "Periódico Mural" como instrumento de información permanente tanto a nivel interno como externo.



Gráfica 1.

Principales entidades agrupadas en el Sector



Gráfica 2.

2

**FASE DE
INVESTIGACION**

2.1. PERFIL OFICIAL DE LOS COMUNICADOS GRÁFICOS

Los soportes gráficos en todas sus modalidades y usos son un medio importante para apoyar la instrumentación entre otras tareas de mejoramiento administrativo, coadyuvar a los propósitos de reforma administrativa, vincular la opinión pública interna con la externa y reforzar la imagen institucional del Sector.

El criterio de elaboración de comunicados gráficos de la SCT está dado en el documento "Guía de Normas Creativas". Su objetivo es asegurar por efectos de repetición acumulativa, que cuyo significado da una constante de la imagen integral de lo que promueve, realiza y aspira la SCT, tanto como Sector a nivel institucional como a nivel particular en función directa de los beneficios que genera tanto para la comunidad y para cada ciudadano.

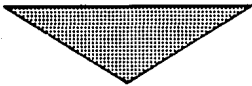
2.2. ANALISIS DE LOS SOPORTES GRAFICOS

Para realizar un análisis profundo de los soportes gráficos que existen en la SCT y del criterio común que se debe manejar, es necesario hacer un análisis de cada uno de ellos, explicando exactamente, qué son, qué pretenden transmitir y cuál es su sentido práctico.

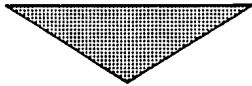
Los soportes gráficos que se analizarán, por ser éstos los de más empleo en esta dependencia son:

- Cartel
- Revista Interna
- Libros
- Folletos y Material de Apoyo (dípticos y trípticos)
- Anuncios de Prensa

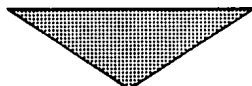
CARTEL
(definición y función)



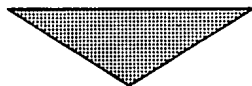
**TIPOS DE CARTELES
Y DE PUBLICOS
QUE SE MANEJAN EN LA SCT**



**LIMITES NORMATIVOS
(componentes y funciones)**



PRODUCCION



**EJEMPLOS
Y
OBSERVACIONES**

2.2.1. CARTEL

(definición y función)

El cartel puede tener varias funciones. Algunas de ellas pueden ser: emitir un mensaje, hacer publicidad a diferentes productos, invitar al entretenimiento o promover campañas gubernamentales. Debe ser exhibido tan ampliamente como sea posible, por lo cual se requiere de un gran número de copias.

El cartel es un reflejo de los sucesos políticos, sociales, económicos y culturales así como sus interrelaciones.

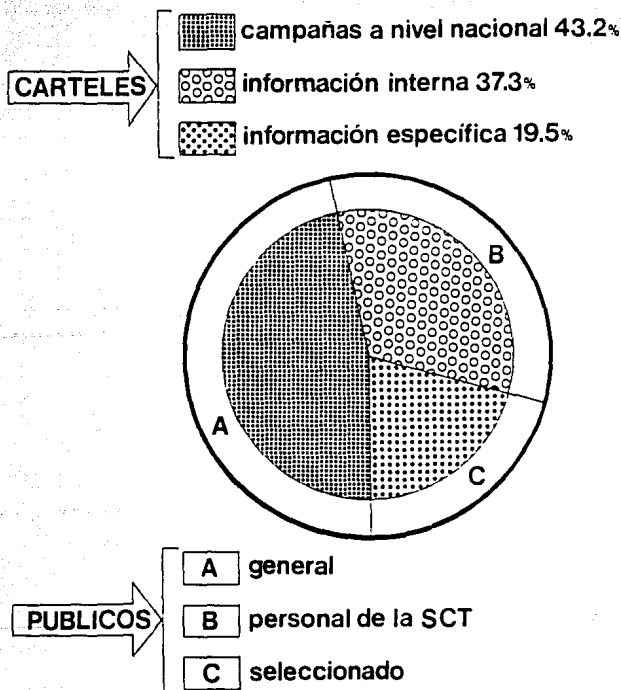
El cartel establece contacto con el público por medio de texto y figura. Puede tener muchas funciones de acuerdo a su cometido, debe informar, convencer, estimular, activar, movilizar o provocar. puede satisfacer una necesidad de tipo económico, político, cultural o social. En el plano de la publicidad el cartel debe llevar al espectador al producto y atraer su atención de tal manera que el mensaje encuentre su camino en el inconciente, continúe trabajando ahí y sugiera una actitud positiva de lo que se está anunciando. Por su presencia en todas partes, constituye ya un elemento que conforma nuestro medio ambiente.*

*Josef y Shizuco Muller, History of the poster, p. 20

TIPOS DE CARTELES Y DE PUBLICOS

QUE SE MANEJAN EN LA SCT

Los tipos de carteles emitidos por la SCT, así como los tipos de públicos a los que van dirigidos se muestran en la siguiente gráfica:



Gráfica 3.

Nota: Los datos contenidos en esta gráfica corresponden únicamente al periodo comprendido entre febrero de 1989 enero de 1990.

Fuente: Subdirección de Comunicación Gráfica, Unidad de Comunicación Social de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

LIMITES NORMATIVOS
(componentes y funciones)

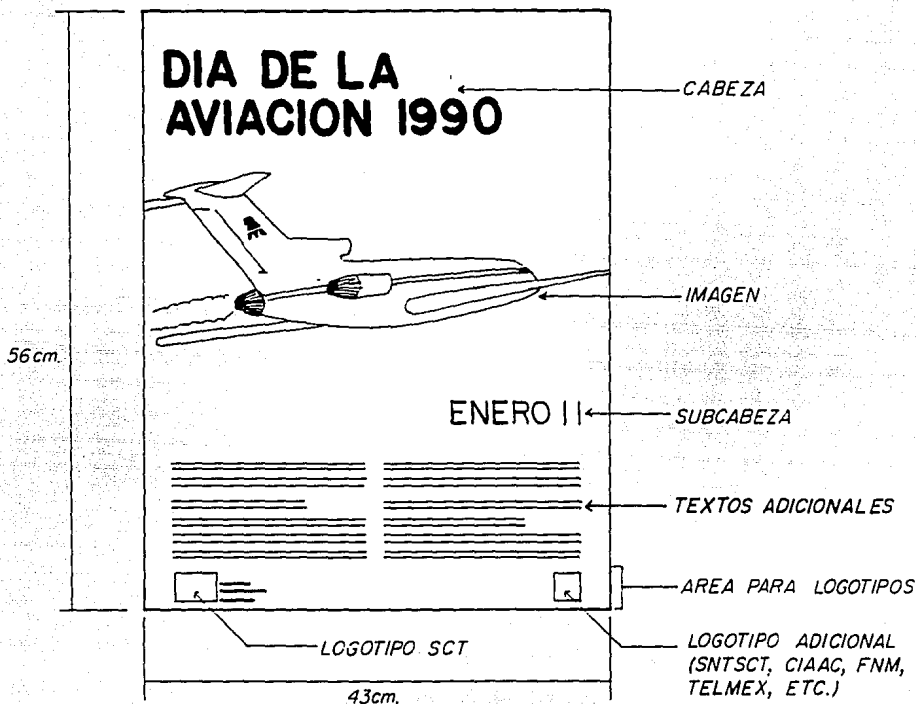


Figura 1.

Formato: el tamaño que se maneja con mayor frecuencia en los carteles de la SCT es el de 43cm. x 56cm., es decir, cuatro veces el tamaño carta (21.5cm. x 28cm.).

En lo que toca a su posición, ésta puede ser vertical u horizontal, según las necesidades del diseño.

Imagen: debe ser congruente con el tema del cartel facilitando la comprensión del mismo a primera vista. Por ello, éste elemento debe ser objetivo, sencillo, claro y novedoso para capturar la atención del público, dado que un mensaje gráfico puede decir mucho más que uno escrito.

Actualmente la imagen se maneja en forma gráfica y fotográfica. Cuando se trata de una imagen gráfica se emplean diseños tipográficos, texturas visuales e ilustraciones; cuando la imagen es fotográfica se emplean generalmente fotografías de obras espectaculares tales como aeropuertos, puentes, túneles, carreteras, puertos y rompe olas; también aparecen transportes y otros organismos del Sector tales como la Policía Federal de Caminos y Puertos o el Buque Escuela "Náuticas México".

Color: entre otras funciones, destaca, equilibra o disminuye la imagen dependiendo del objetivo particular del cartel. Además se usa para reforzar la imagen institucional de la SCT. En este caso el color oficial es el azul (298 panto-ne), que se caracteriza por transmitir la idea de frialdad, honradez, lealtad, fe y calma, además de representar al cielo y al agua en el logotipo de la SCT.

Logotipo:



**SECRETARIA
DE COMUNICACIONES
Y TRANSPORTES**

Figur 2.

Logotipo: Es indispensable en todos los carteles publicados por la SCT. En ocasiones cuando se trata de campañas multisectoriales, el logotipo de la SCT aparece acompañado de logotipos de otras instituciones, sindicatos y empresas del Sector.

Su colocación es muy versátil, dado que se adapta fácilmente al diseño del cartel, sin embargo, generalmente se localiza en la parte inferior.

Tipografía: de las familias tipográficas empleadas para la elaboración de carteles en la SCT, predomina el uso de la helvética en cualquiera de sus versiones (light, medium y bold), ya que ésta y la eurostile extended (medium y bold) son las familias tipográficas oficiales de la SCT, aunque existe la posibilidad de recurrir a otras en caso de que el diseño del cartel así lo requiera (ver figura 3).

Cabeza: expone o indica la idea principal, por ello debe destacar de los demás elementos que conforman el comunicado. Por tanto, la tipografía es de mayor puntaje, su color debe contrastar bruscamente con el fondo, además, las familias

tipográficas empleadas deben ser lo más legible posible, con la finalidad de lograr un mayor impacto.

"El mensaje debe ser claro y escueto, debido a que un espectador normal interpreta aproximadamente ciento ochenta mil caracteres por hora, o sea cincuenta caracteres por segundo, por lo tanto el texto no puede tener más de ocho palabras, de manera, que siendo muy optimistas, el receptor sólo le dedicará de tres a seis segundos de su atención a la lectura del cartel".*

Subcabeza: aparece como una idea secundaria a manera de complemento. La tipografía, es de un puntaje considerablemente menor al de la cabeza con el fin de que puedan diferenciarse ya que el número de palabras y la disposición de las familias tipográficas guardan características similares a las de la cabeza.

Su empleo se ha generalizado para especificar lugares, fechas y dar recomendaciones; ocasionalmente aquí se han incluido frases populares. En algunos casos se emplea la subcabeza como subtítulo cuando se trata de carteles con textos adicionales.

Textos adicionales: este tipo de textos existen únicamente en carteles dirigidos a públicos seleccionados, con la finalidad de transmitir un mensaje más detallado, como en el

*González Llaca, Edmundo, Teoría y Práctica de la Propaganda, p. 157

caso de carteles para convocatorias, carteleras para cine, congresos y eventos oficiales. La familia tipográfica empleada en la mayoría de éstos últimos es la Helvética media de diez o doce puntos dependiendo del área que ocupe la formación, debido a que en ocasiones llega a ocupar hasta el veinticinco por ciento del área total del cartel.

Helvetica bold

**ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRS
TUVWXYZab
cdefghijklmn
opqrstuvwxyz
zæœøç12345
67890ÆCEØ?
!£\$¢%ß&(*;:;!)**

Helvetica medium

**ABCDEFGHIJ
KLMNOPQ
RSTUVWXY
Zabcdeghijk
lmnopqrstuv
wxyz123456
7890ß&?!(*;:;!)**

Helvetica light

**ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRS
TUVWXYZab
cdefghijklmno
pqrstuvwxyz1
234567890?!
%\$£&ßØ(*;:;!)**

Eurostile extended

**ABDEFGHI
JKLMNOP
QRSTUVWXYZ
WYZabcd
efghijklmno
pqrstuvwxyz
yz123456
7890&?!ß;:;!;**

Eurostile bold extended

**ABCDEFGHI
JKLMNOP
QRSTUVWXYZ
ghijklmnopq
rstuvwxyzç
12345678
90ÆCEÇØ!
&£\$?ß%:;:;!;**

Figura 3.

PRODUCCION

El tamaño del impreso está pensado desde el punto de vista económico, es decir, se trata de aprovechar al máximo el espacio dentro de las posibilidades del pliego del papel en el que se trabaje, para evitar el desperdicio y lograr unas dimensiones adecuadas, en otras palabras, lo más grande posible a menor costo. Por lo tanto el tamaño que más se usa en los carteles de la SCT tiene las siguientes dimensiones: 43cm. x 56cm. (proporcional a cuatro veces el tamaño carta).

CARTELES	TIRO			TINTAS			IMPRESION		SOPORTE		
	100 a 500	500 a 1000	1000 a 5000	2	3	4 O MAS	PROCESS	OFFSET	PAPEL BOND	PAPEL COUCHE	OTROS
campañas a nivel nacional											
información interna											
información específica											

FUENTE: SUBDIRECCION DE COMUNICACION GRAFICA, UNIDAD DE COMUNICACION SOCIAL DE LA SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

Gráfica 4.

EJEMPLOS Y OBSERVACIONES

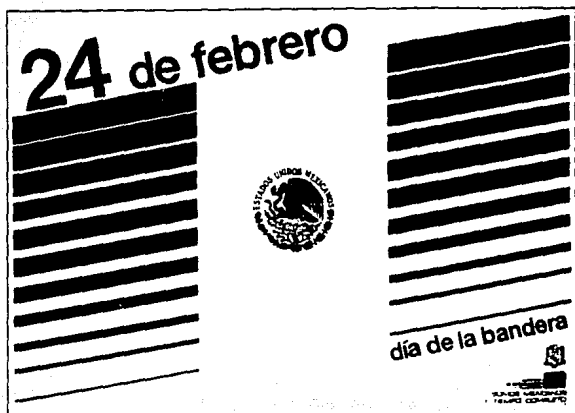


figura 4.

1.- Cartel del día de la bandera (figura 4.)

Objetivo: difundir y fortalecer los símbolos patrios así como la cultura cívica y el orgullo nacional que ostenta la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Composición: está formado por una sucesión de líneas en degradación con el fin de darle un carácter dinámico. La inclinación ascendente de la franjas tiene una implicación positiva de progreso.

Se rebasó el formato para que el cartel a su vez sea un módulo que al enlazarse con otros carteles, en forma escalonada conformen una nueva unidad informativa que puede ser usada para decorar un muro o una mampara y funcionar como elemento decorativo para el evento correspondiente. De esta manera se hace uso del recurso de la redundancia (figura 5.)*.

*Jordi Llovet, Ideología y Metodología del Diseño, p.51

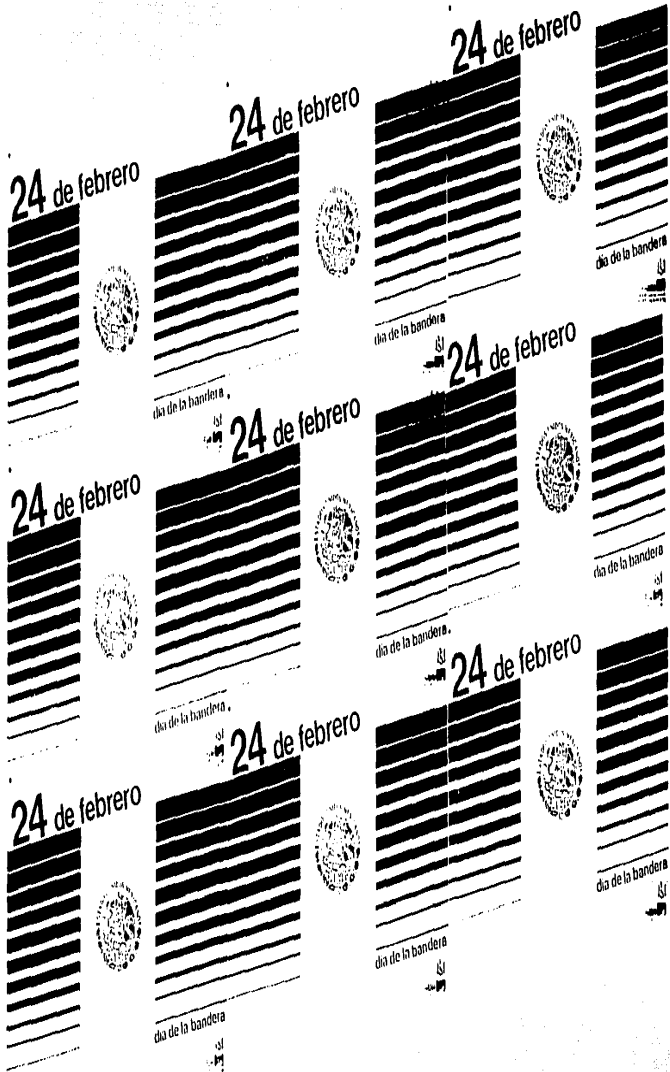


Figura 5.

Sistema de impresión: Process (serigrafía)

Cantidad: 400

Soporte: Papel Couché Mate

Tamaño: 43cm. x 56cm.

Tintas: 3 (verde, rojo y gris)

Técnica: dibujo lineal a tinta china con fotografía en alto contraste para el escudo nacional y texto fotográfico con tipografía transferible.



figura 6

2.- Cartel de la Cruz Roja Mexicana (figura 6)

Objetivo: enfatizar la participación de la SCT en las campañas de apoyo a instituciones de beneficencia pública.

Composición: la figura está compuesta por módulos en forma de cruz que a su vez conforman una cruz mayor a manera de una pared de ladrillo. Con este diseño se transmite la idea de que una gran institución se crea a base de pequeñas aportaciones. El sombreado de la cruz representa solidez y seguridad.

En el mensaje escrito se ha empleado el recurso de la redundancia con el fin de facilitar su comprensión y retención.

Sistema de impresión: Offset

Cantidad: 4000

Soporte: Papel Couché Satinado

Tamaño: 43cm. x 56cm.

Tintas: 1 (rojo)

Técnica : dibujo lineal a tinta china, repetición de
motivo gráfico por medio de fotocomposición y textos montado
con tipografía transferible.

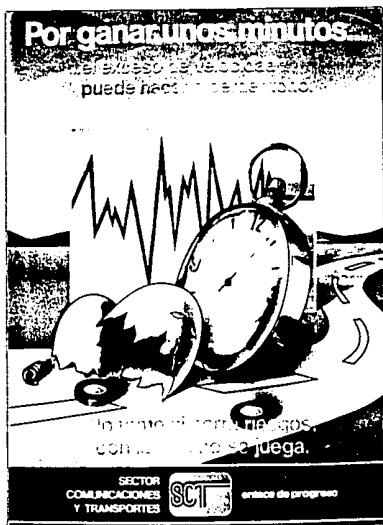


Figura 7

3.- Cartel del cronómetro (figura 7)

Objetivo: concientizar a los automovilistas (especialmente a los que viajan por carretera) para que no manejen con exceso de velocidad.

Composición: se trata de un huevo roto recargado en un cronómetro que a su vez se apoya en la gráfica de un electrocardiograma que está indicando un estado de salud

crítico. Su objetivo fue transmitir la idea de un accidente de consecuencias fatales provocado por el exceso de velocidad.

Sistema de impresión: Offset

Cantidad: 5000

Soporte: Papel Couché Satinado

Tamaño: 43cm. x 56cm.

Tintas: 4 en selección de color

Técnica: ilustración realizada con gouache (acuarela opaca) aplicada con pistola de aire (aerógrafo) en cartulina Show Card.

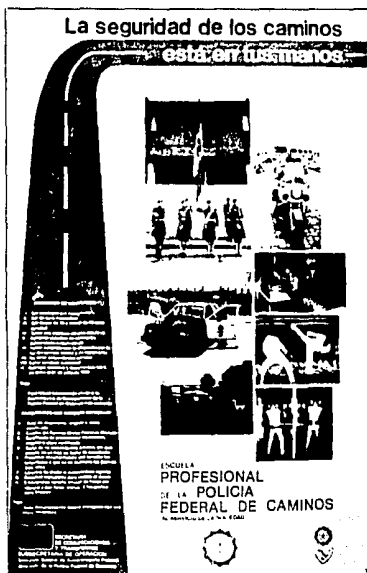


figura 8.

4.- Cartel de la policía Federal de Caminos y Puertos (figura 8)

Objetivo: convocar a inscripciones para la Escuela Profesional de la Policía Federal de Caminos y Puertos.

Composición: se basa en un mosaico de fotografías que muestran las diferentes actividades que se desarrollan en dicha institución. Junto al mosaico se halla una carretera que nos remite a la idea de responsabi-

lidad. Además ahí mismo se hallan los requisitos de inscripción.

Sistema de impresión: Offset

Cantidad: 1000

Cantidad de selecciones: 7

Tamaño: 43cm x 56cm.

Soporte: Papel Couché Satinado

Técnica: dibujo a línea con ventanas para injertar fotografías, texto montado con tipografía transferible para la cabeza y subcabeza. Para los textos adicionales se empleó tipografía hecha por computadora. Para los escudos y el logotipo se emplearon copias fotográficas en alto contraste.



figura 9.

5.- Cartel del tren (figura 9)

Objetivo: apoyar campañas de seguridad de una empresa del Sector y advertir del peligro que existe al no cederle el paso al tren.

Composición: en la ilustración se muestra un autobús de pasajeros cediéndole el paso al tren, evidenciando la idea de que nada ni nadie puede competir en peso y tamaño con un tren.

Sistema de impresión: Offset

Cantidad: 5000

Soporte: Papel Couché Mate

Tamaño: 65cm. x 87cm.

Tintas: 4 en separación de color

Técnica: ilustración a línea en tinta china y texto montado con tipografía transferible.



figura 10.

6.- Cartel "Los mexicanos tenemos caminos" (figura 10)

Objetivo: enfatizar la labor del Sector en lo referente a las carreteras construidas y su mantenimiento a lo largo y ancho del territorio nacional.

Composición: la disposición que se le ha dado a las fotografías describen la forma de una carretera en perspectiva. Las fotografías incluidas muestran los distintos tipos de carreteras, su

mantenimiento y su construcción.

Sistema de impresión: Offset

Cantidad de Selecciones: 14

Soporte: Papel Couché Satinado

Tamaño: 52cm. x 80cm.

Tintas: 5 (plata, cian, magenta, amarillo y negro)

Técnica: dibujo a línea en tinta china para la elaboración de ventanas para injertar fotografías, textos y logotipo transferibles.

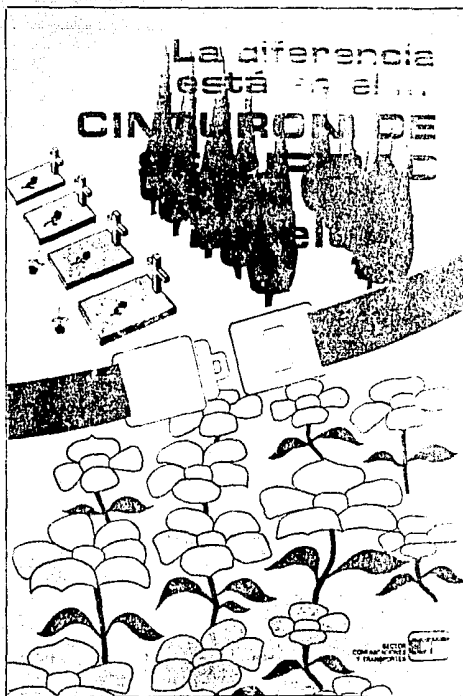


figura 11

7.- Cartel del cinturón de seguridad (Figura 11)

Objetivo: destacar la vital importancia de hacer uso del cinturón de seguridad.

Composición: se ilustra un parque y un panteón; en la división entre ambos se encuentra el cinturón de seguridad, enfatizando la idea de que usarlo es la diferencia entre la vida y la muerte.

Sistema de impresión: Offset

Cantidad: 5000

Soporte: Papel Couché Satinado

Tamaño: 56cm. x 87cm.

Tintas: 4 en separación de color

Técnica: dibujo a línea en tinta china y textos montados con tipografía transferible.

Monitoreo interno: de los siete ejemplos de carteles mostrados, seis de ellos cumplieron satisfactoriamente con su objetivo, debido a que presentaban una idea muy clara del mensaje tanto en la parte gráfica como en la escrita (ver figuras 4, 6, 7, 8, 9 y 10), mientras que en el cartel del "cinturón de seguridad" (ver figura 11), no se logró su objetivo debido a que la tipografía de la cabeza se confundía con el fondo por ser ambos de una tonalidad oscura, además de la sobresaturación de elementos en su contenido. Por último, en este cartel no se maneja adecuadamente la idea de la diferencia entre un panteón.

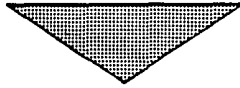
Ventajas: costos bajos de producción, facilidad de imprimir a varios colores, posibilidad de llevar un mensaje a zonas muy apartadas así como a lugares de gran tránsito y preselección de públicos con características específicas.

Conclusión: los carteles sólo se observan y leen cuando la primera impresión es lo suficientemente poderosa para crear interés. Para lograr esto el cartel debe reunir las siguientes características:

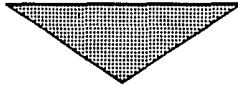
- a.- la imagen debe ser lo suficientemente clara para poder ser observarse desde lejos.
- b.- el mensaje debe ser corto y preciso.
- c.- deben emplearse colores que tengan un contraste bien definido a fin de facilitar la observación de cada uno de los elementos que conforman el cartel.

En un cartel no sólo hay que cuidar el aspecto técnico sino el aspecto psicológico también. En este caso su objetivo es enaltecer los valores institucionales del Sector así como dar recomendaciones de uso práctico.

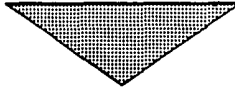
REVISTA INTERNA
(definición y función)



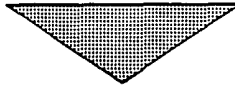
**OBJETIVO, DIFUSION
Y PUBLICOS**



LIMITES NORMATIVOS
(componentes y funciones)



PRODUCCION



**EJEMPLOS
Y
OBSERVACIONES**

2.2.2. REVISTA INTERNA (definición y función)

Su objetivo primordial no es sólo suministrar información, sino utilizar ésta como un medio para fomentar el interés y la comprensión de los empleados por la situación, avances y perspectivas de la SCT. Es preciso aclarar también que el alcance de estas publicaciones no tiene por qué estar limitado únicamente al personal, sino que puede además aprovecharse y hacerse llegar a otros sectores, funcionarios, empresas del Sector y público en general.

A continuación se presenta un resumen de los tipos de información que podrían incluirse en este medio:

a) Información acerca de los objetivos, políticas y planes generales de la SCT.

b) Información sobre la situación de la SCT en la vida de la comunidad (sus contribuciones para el desarrollo y el bienestar comunitario).

c) Información sobre las mejoras de la SCT en general; por ejemplo: cambios importantes en los sistemas administrativos; logros sindicales, modernización de centros SCT en el interior de la República, adquisición de equipo nuevo, etc.

d) Noticias tendientes a resaltar la importancia de la participación del personal: por ejemplo; noticias sobre reco-

nocimiento a trabajos relevantes (individuales o de grupo), promociones de personal, nuevos nombramientos, entre otros.

e) Explicaciones accesibles a todo el personal acerca de partes o artículos de la legislación laboral que les afecte, o beneficie así como del reglamento interior de trabajo y demás disposiciones.

f) Información sobre los programas de desarrollo del personal (cursos de capacitación, promociones, becas, etc.) tendientes a estimular el deseo de mejoramiento personal de los empleados.

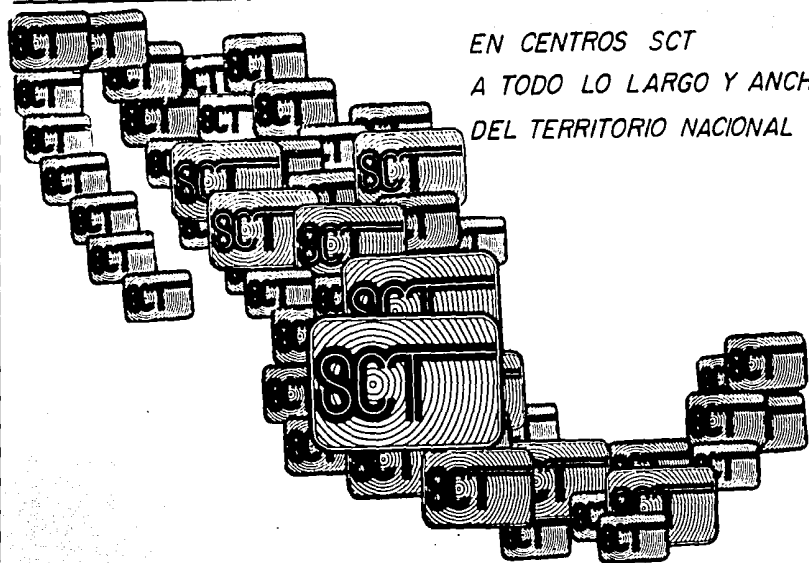
g) Secciones con información de interés general: por ejemplo; comentarios o artículos sobre temas o noticias de actualidad, información deportiva, cultural y educativa de la propia Secretaría.

OBJETIVO, DIFUSION Y PUBLICOS

El objetivo fundamental de la revista de la SCT es difundir información oficial acerca de obras, proyectos, logros, acciones, funciones, eventos y pasajes históricos del Sector, además de enfatizar la labor de sus funcionarios y del presidente de la República.

En lo que toca a su difusión y públicos, la información se resume en la gráficas 5 y 6 respectivamente.

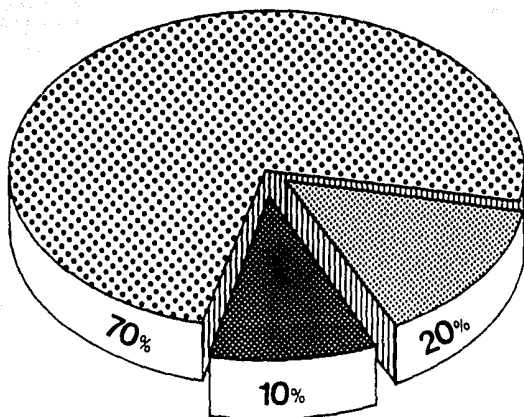
DIFUSION



*EN CENTROS SCT
A TODO LO LARGO Y ANCHO
DEL TERRITORIO NACIONAL*

Gráfica 5.

PUBLICOS



FUNCIONARIOS DE ALTO NIVEL, CUADROS INTERMEDIOS Y PERSONAL DE LA SCT



DEPENDENCIAS DEL SECTOR (TELENALES, TELMEX, ETC.)



GENERAL (EN OFICINAS, SALAS DE ESPERA Y BIBLIOTECAS DE LA SCT)

Gráfica 6.

LIMITES NORMATIVOS
(componentes y funciones)

La publicación lleva por nombre "información". La tipografía del logotipo es de diseño especial. Se maneja en tipos muy geométricos de palo seco en minúsculas. El texto se ubica bajo una pleca que une los puntos de las "ies" y el acento de la "o". La leyenda "ORGANO OFICIAL INTERNO DE LA SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES" acompaña al nombre de la revista.

Lo anterior está ubicado en un rectángulo de color azul no institucional (pantone 308c aproximadamente ya que no está especificado).



Figura 12.

Forros: Su función es atraer la atención de los lectores, proteger los interiores, promover campañas de SCT y de otras dependencias del sector público. Están impresos en un papel resistente y satinado para lograr la mejor calidad posible de la imagen y evitar el deterioro causado por el manejo físico (ver figura 13).

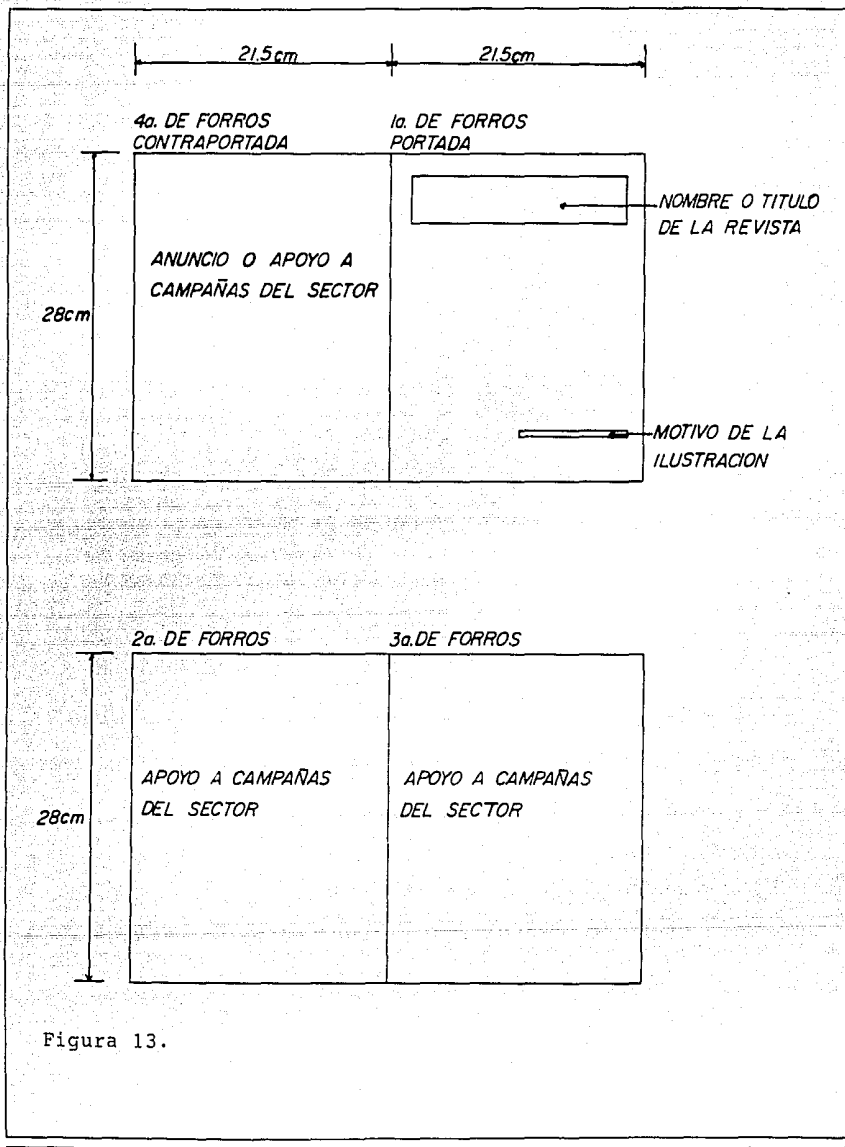


Figura 13.

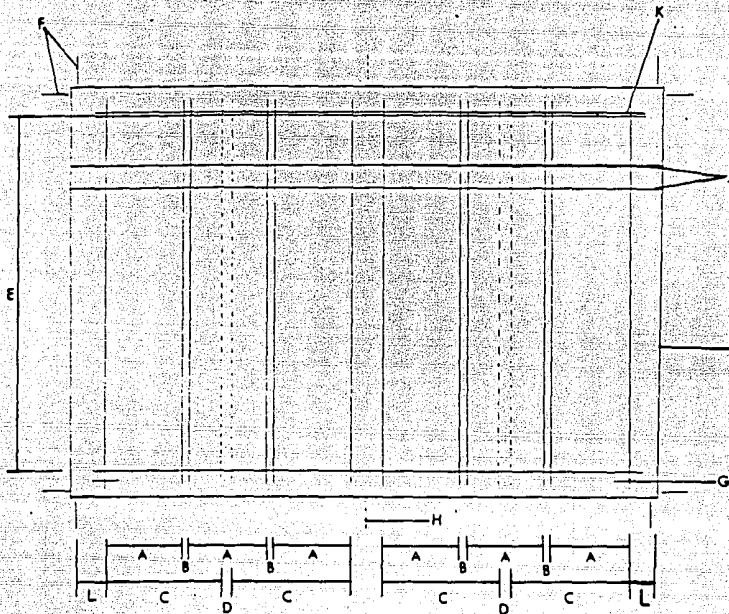


Figura 14.

La portada esta diseñada siempre por la misma persona para guardar un estilo propio y original con el fin de ser fácilmente identificable ante el público. Por otro lado, en la ilustración se hace uso de un diseño y un trazo tan libres que se asemejan al dibujo de un niño en su primera infancia.

Diagramación: tiene un diseño muy versátil, ya que, permite lograr una muy buena presentación si se maneja adecuadamente. Está diseñada para obtener una presentación uniforme y un orden editorial fácilmente reconocible (ver figura 14).

Portada (figura 14): Presenta una ilustración a la acuarela rebasada, con una breve semblanza de la misma y el logotipo. Está impresa en selección de color y los temas que se manejan son: días patrios, días festivos (relacionados con el Sector), día del cartero, día del ingeniero, día del telegrafista, etc. y obras de la SCT.



- A.- Columna (13 picas)
- B.- Corondel (1.5 picas)
- C.- Columna (20 picas)
- D.- Corondel (2 picas)
- E.- Altura de la columna (48 picas)
- F.- Registro de corte
- G.- Espacio para folio
- H.- Registro del dobléz

- I.- Limite para rebase
- J.- Espacio para la pleca del breviarío
- K.- Espacio para las cornisas
- L.- Margen de corte (5 picas)
- M.- Margen de lomo (2 picas)
- N.- Margen de cabeza (5 picas)
- O.- Margen de pie (6 picas)

Figura 15.

Interiores, la revista siempre conserva el mismo orden, comenzando por el índice (sumario) seguido de la página editorial, las actividades del c. presidente de la República, actividades del c. secretario de la SCT, acciones del Sector, sección "Nuestro Ayer", acciones de los centros SCT en los estados, breviario y finalmente el directorio.

En el diseño de los interiores se manejan los siguientes elementos (ver figura 16):

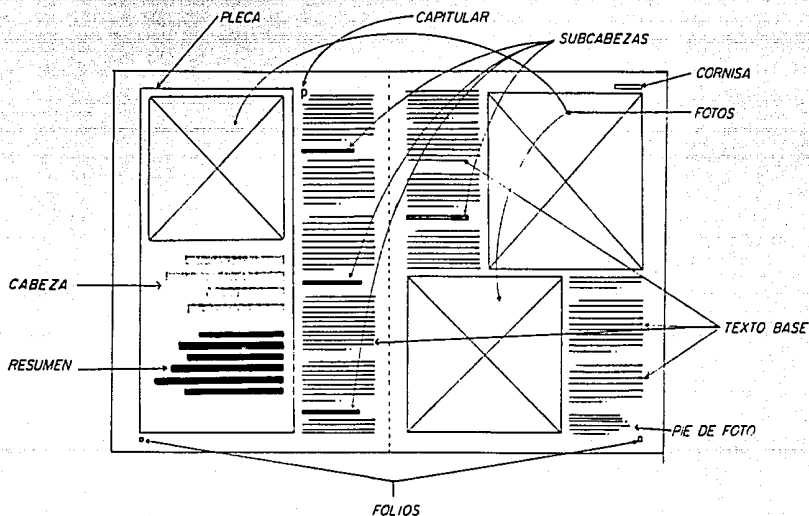


Figura 16.

Tipografía: se emplea la Helvética ya que es una familia tipográfica que además de proporcionar facilidad de lectura es la oficial en la SCT. Es muy versátil ya que cuenta con

varias versiones (light, medium y bold) que combinandolas entre sí apropiadamente, permite obtener buenos resultados (ver figura 3).

Cabeza: presentan el nombre o título del artículo. Para facilitar su colocación aparece en Helvética medium color azul reflex y con un puntaje mayor (36 puntos).

Resumen: proporciona información un poco más detallada que la cabeza y sirve como introducción para el artículo. Son textos que abarcan de dos a seis líneas, se ubican a los lados o abajo de la cabeza y están en Helvética medium color negro de 12 puntos, en altas y bajas.

Subcabezas: sirven para dividir el artículo, de acuerdo con su contenido. la función principal de su color azul es diferenciarlos del texto base a fin de agilizar su localización ya que ambos tienen el mismo puntaje.

Texto base: esta formado en Helvética light de diez puntos con dos puntos de interlínea. Al utilizar esta versión se logra una tonalidad clara para la mancha tipográfica.

Capitulares: sirven para destacar el principio de un artículo, además por su color azul reflex y su gran tamaño tienen una función decorativa.

Fotografía: su función es plasmar en imágenes las diferentes actividades, autoridades, equipo, personal y obras del Sector, a fin de hacer más atractiva la publicación y fortalecer su institucionalidad. Las fotografías son en blanco y negro para bajar costos de producción. Su distribución y tamaño dependen del espacio disponible y del criterio del diseñador. En lo que respecta al rebase de página, es un recurso usado únicamente en los últimos números de la revista. Sin embargo cuando la publicación se formó por computadora este recurso fue olvidado.

Cornisas: se trata de pequeños logotipos del nombre de la revista que se colocan en los ángulos superiores externos.

Su función es reforzar la imagen institucional de la revista, no obstante se puede prescindir de éstas.

Plecas: su uso es opcional ya que su manejo no está reglamentado. Generalmente son utilizadas para enmarcar artículos, cabezas o para hacer separaciones entre columnas.

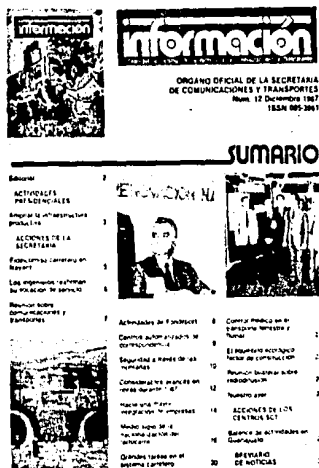
Las plecas pueden ser de color negro o azul ya que su función es más de tipo decorativo que práctico.

PRODUCCION

REVISTA INTERNA (componentes)	TINTAS			IMPRESION		SOPORTE		
	1 negro	2 azul reflex y negro	4 seleccion de color	OFFSET	OTROS	PAPEL BOND	PAPEL COUCHE	PAPEL REVOLUCION
1a. Y 4a. DE FORROS			■	■			■	
2a. Y 3a. DE FORROS	■		■	■				
INTERIORES		■		■		■		■
TIRADA	10,000 EJEMPLARES AL MES							

FUENTE: SUBDIRECCION DE COMUNICACION GRAFICA, UNIDAD DE COMUNICACION SOCIAL DE LA SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

EJEMPLOS Y OBSERVACIONES



2ª de forros
Figura 17.

índice (sumario)

editorial

El Presidente de la República, el Sr. Manuel Ávila Camacho, ha inaugurado el primer vuelo de línea aérea regular que se realiza en el país, el día 15 de febrero de 1934, entre México y San Luis Potosí.

Este hecho es de gran importancia para el desarrollo de la aviación en México, ya que representa el primer paso para la creación de una red aérea que permita el transporte rápido y seguro de pasajeros y mercancías.

El Sr. Camacho, al inaugurar este vuelo, ha demostrado su interés por el progreso y el bienestar de la nación, y su deseo de promover el desarrollo de las industrias nacionales.

Es de esperar que este vuelo sea el primer paso de una serie de vuelos que permitan el desarrollo de la aviación en México, y que permitan el transporte rápido y seguro de pasajeros y mercancías.

El Sr. Camacho, al inaugurar este vuelo, ha demostrado su interés por el progreso y el bienestar de la nación, y su deseo de promover el desarrollo de las industrias nacionales.

Amplian instalaciones del aeropuerto


El Presidente de la República, el Sr. Manuel Ávila Camacho, ha inaugurado el primer vuelo de línea aérea regular que se realiza en el país, el día 15 de febrero de 1934, entre México y San Luis Potosí.

Este hecho es de gran importancia para el desarrollo de la aviación en México, ya que representa el primer paso para la creación de una red aérea que permita el transporte rápido y seguro de pasajeros y mercancías.

El Sr. Camacho, al inaugurar este vuelo, ha demostrado su interés por el progreso y el bienestar de la nación, y su deseo de promover el desarrollo de las industrias nacionales.

Es de esperar que este vuelo sea el primer paso de una serie de vuelos que permitan el desarrollo de la aviación en México, y que permitan el transporte rápido y seguro de pasajeros y mercancías.

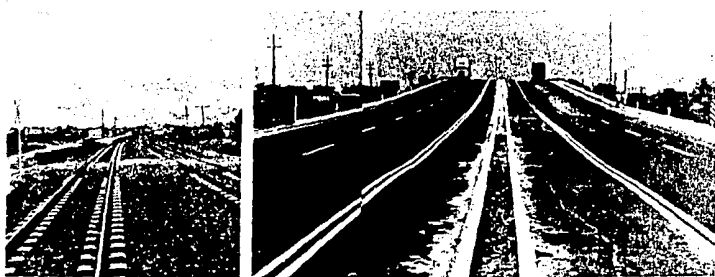
El Sr. Camacho, al inaugurar este vuelo, ha demostrado su interés por el progreso y el bienestar de la nación, y su deseo de promover el desarrollo de las industrias nacionales.



página editorial

actividades del c. presiden-
te de la República.

Figura 18.



Balace de actividades en Guanajuato

Destacadas obras de infraestructura han realizado los Centros SCT en toda la República, en este ocasión Guanajuato y Nayarit presentan los avances de las obras que se realizan en ambos estados.

Algunas de las obras más importantes que se están realizando en Guanajuato y Nayarit son:

- Construcción de nuevas vías férreas para mejorar el transporte de mercancías.
- Reparación y mantenimiento de las vías existentes.
- Instalación de nuevos sistemas de señalización y comunicación.

Estas obras son de gran importancia para el desarrollo de la economía y el bienestar de la población en estos estados.

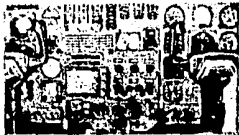
El Sr. Camacho, al inaugurar este vuelo, ha demostrado su interés por el progreso y el bienestar de la nación, y su deseo de promover el desarrollo de las industrias nacionales.

El Sr. Camacho, al inaugurar este vuelo, ha demostrado su interés por el progreso y el bienestar de la nación, y su deseo de promover el desarrollo de las industrias nacionales.

El Sr. Camacho, al inaugurar este vuelo, ha demostrado su interés por el progreso y el bienestar de la nación, y su deseo de promover el desarrollo de las industrias nacionales.

Figura 19.

acciones del Sector



Constantes cursos en el CIAAC

Actualmente el Comité Interamericano de Asesoramiento Científico (CIAAC) ofrece los cursos de carácter de especialización, maestría, maestría profesional y maestría interdisciplinaria de licenciatura. Entre los cursos que se ofrecen en el primer semestre del año 1968 son los siguientes: (a) Ingeniería de Materiales.

Para el primer semestre del año 1968 el CIAAC ofrece los cursos de maestría profesional y maestría interdisciplinaria de licenciatura. Entre los cursos que se ofrecen en el primer semestre del año 1968 son los siguientes: (a) Ingeniería de Materiales.

En el primer semestre del año 1968, se ofrecerán cursos de maestría profesional y maestría interdisciplinaria de licenciatura. Entre los cursos que se ofrecen en el primer semestre del año 1968 son los siguientes: (a) Ingeniería de Materiales.

Breviario

Curso sobre Ingeniería de transmisión

Este curso de 12 semanas de duración se dictará en el primer semestre del año 1968 en el Centro de Estudios Científicos de Valdivia, Chile. El curso será dictado por el Dr. Carlos F. de la Cruz, Ingeniero de Transmisión de la Universidad de Chile.

Este curso de 12 semanas de duración se dictará en el primer semestre del año 1968 en el Centro de Estudios Científicos de Valdivia, Chile. El curso será dictado por el Dr. Carlos F. de la Cruz, Ingeniero de Transmisión de la Universidad de Chile.

Este curso de 12 semanas de duración se dictará en el primer semestre del año 1968 en el Centro de Estudios Científicos de Valdivia, Chile. El curso será dictado por el Dr. Carlos F. de la Cruz, Ingeniero de Transmisión de la Universidad de Chile.

Intensa actividad de Setra

El Centro de Estudios Científicos de Setra, Chile, ha iniciado una intensa actividad de investigación y desarrollo en el campo de la Ingeniería de Transmisión.

El Centro de Estudios Científicos de Setra, Chile, ha iniciado una intensa actividad de investigación y desarrollo en el campo de la Ingeniería de Transmisión.

Descuentos por vacaciones

El Centro de Estudios Científicos de Setra, Chile, ha iniciado una intensa actividad de investigación y desarrollo en el campo de la Ingeniería de Transmisión.

El Centro de Estudios Científicos de Setra, Chile, ha iniciado una intensa actividad de investigación y desarrollo en el campo de la Ingeniería de Transmisión.

Breviario

Figura 20.

Modernización del sistema ferroviario

Las medidas adoptadas están orientadas al mejoramiento para garantizar su funcionamiento en el Sistema Integral de Transporte.



A las 10:30 horas, el tren número 1000, que sale de la estación de San Juan de los Rios, se dirige hacia el sur, en dirección a la estación de San Juan de los Rios, para dar servicio a los pasajeros que viajan en el trayecto de San Juan de los Rios a San Juan de los Rios.

El primer tren que sale de la estación de San Juan de los Rios, en dirección a la estación de San Juan de los Rios, es el número 1000, que sale a las 10:30 horas.

El primer tren que sale de la estación de San Juan de los Rios, en dirección a la estación de San Juan de los Rios, es el número 1000, que sale a las 10:30 horas.

El primer tren que sale de la estación de San Juan de los Rios, en dirección a la estación de San Juan de los Rios, es el número 1000, que sale a las 10:30 horas.

México, D.F.

El primer tren que sale de la estación de San Juan de los Rios, en dirección a la estación de San Juan de los Rios, es el número 1000, que sale a las 10:30 horas.

El primer tren que sale de la estación de San Juan de los Rios, en dirección a la estación de San Juan de los Rios, es el número 1000, que sale a las 10:30 horas.

El primer tren que sale de la estación de San Juan de los Rios, en dirección a la estación de San Juan de los Rios, es el número 1000, que sale a las 10:30 horas.

México, D.F.

El primer tren que sale de la estación de San Juan de los Rios, en dirección a la estación de San Juan de los Rios, es el número 1000, que sale a las 10:30 horas.

El primer tren que sale de la estación de San Juan de los Rios, en dirección a la estación de San Juan de los Rios, es el número 1000, que sale a las 10:30 horas.

El primer tren que sale de la estación de San Juan de los Rios, en dirección a la estación de San Juan de los Rios, es el número 1000, que sale a las 10:30 horas.

México, D.F.

El primer tren que sale de la estación de San Juan de los Rios, en dirección a la estación de San Juan de los Rios, es el número 1000, que sale a las 10:30 horas.

El primer tren que sale de la estación de San Juan de los Rios, en dirección a la estación de San Juan de los Rios, es el número 1000, que sale a las 10:30 horas.

El primer tren que sale de la estación de San Juan de los Rios, en dirección a la estación de San Juan de los Rios, es el número 1000, que sale a las 10:30 horas.



viudas

Este es un ejemplo de las revistas que fueron formadas por computadora (sólo dos números) en las cuales se evidencia un total desconocimiento de la diagramación de la revista, además de que presenta una cantidad considerable de errores.

El costo de estos números fue mucho más elevado que el de los formados manualmente.

viudas: (breves líneas al final de un párrafo) siempre se deben evitar en la parte superior o inferior de una columna de periódicos, revistas y libros.

Figura 21.

OBSERVACIONES

La técnica utilizada en la ilustración de la portada, al ser tan libre podría calificarse como pobre. Es por esta razón se solicitaron cambios como: el uso de la fotografía, diseño tipográfico o ilustración y el empleo de otras técnicas y acabados ya que su diseño actual está muy descuidado (fig. 14).

En lo que respecta a la retícula se sugirió añadir algunas líneas transversales a fin de establecer campos, así se haría más dinámica y se definiría mejor su diseño; también se le daría un manejo más uniforme.

En un intento por rescatar el diseño de los interiores se procuró mejorar el manejo tipográfico, abriendo espacios entre columnas para enmarcar cabezas o artículos pequeños y empleando fotografía rebasada. No se admitieron mayores aportaciones debido al carácter oficial y rígido que sustenta el diseño de la publicación.

Ventajas: facilidad de transporte, almacenaje y distribución debido a su formato, contiene información con validez oficial y es coleccionable.

Desventajas: alto costo de producción, distribución deficiente, atrasos (cada número aparece después de dos meses) y no promueve actividades extraoficiales (culturales, sociales, deportivas, cursos de capacitación, etc.).

LIBROS

TIPOS DE LIBROS
Y DE PUBLICOS
QUE SE MANEJAN EN LA SCT

LIMITES NORMATIVOS
(componentes y funciones)

PRODUCCION

EJEMPLOS
Y
OBSERVACIONES

2.2.3. LIBROS

Dentro de la SCT se manejan cinco diferentes tipos de libros, los cuales se analizarán en bloques por separado para describirlos detalladamente. A fin de formar estos bloques se han seleccionado algunas muestras de libros con características afines, es decir, que contengan información y diseño semejantes.

Grupo 1: libros de consulta cuya difusión es a nivel interno. El contenido de estos libros es de carácter técnico, administrativo e informativo. Como ejemplo tenemos los siguientes títulos: Manual de alumbrado público, Informe de Labores, Anuario Estadístico, Ley Orgánica de la Administración Pública, etc.

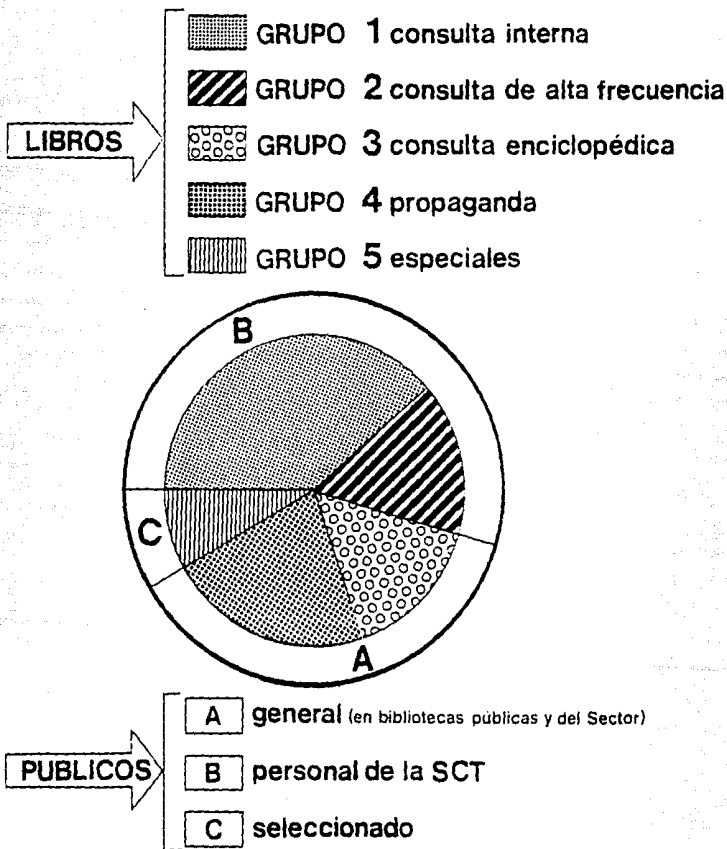
Grupo 2: son libros para consulta de alta frecuencia, que pueden sufrir muchos cambios en su contenido. Dichos cambios son causados por la adición y retiro de información, por ello no son encuadrados, sólo se encarpentan para facilitar su constante actualización. Ejemplo de éstos son: Directorios telefónicos, Guía de Normas Creativas, Catastro Portuario, etc.

Grupo 3: enciclopedia para consulta de temas históricos referentes al Sector, cuya difusión es a nivel externo e interno, como ejemplo tenemos: Historía de las Comunicaciones y el Transporte en México.

Grupo 4: libros de carácter propagandístico, acerca de eventos y obras espectaculares realizadas por el Sector. Algunos de estos libros son: Sistema de Satélites Morelos, Resultados de los experimentos realizados en el espacio Misión 61-B, y Expo Telecomunicaciones.

Grupo 5: se trata de libros que cuentan con una excelente presentación, de difusión interna a los niveles jerárquicos de la SCT, Presidencia de la República, Archivo General de la Nación y las demás Secretarías de Estado. ejemplos: Plan Nacional de Telefonía rural, Manual de Dispositivos para el Control de Tránsito en Calles y Carreteras., Memoria gráfica 1982-1988, etc.

TIPOS DE LIBROS Y DE PUBLICOS QUE SE MANEJAN EN LA SCT



Gráfica 8.

LIMITES NORMATIVOS

(componentes y funciones)

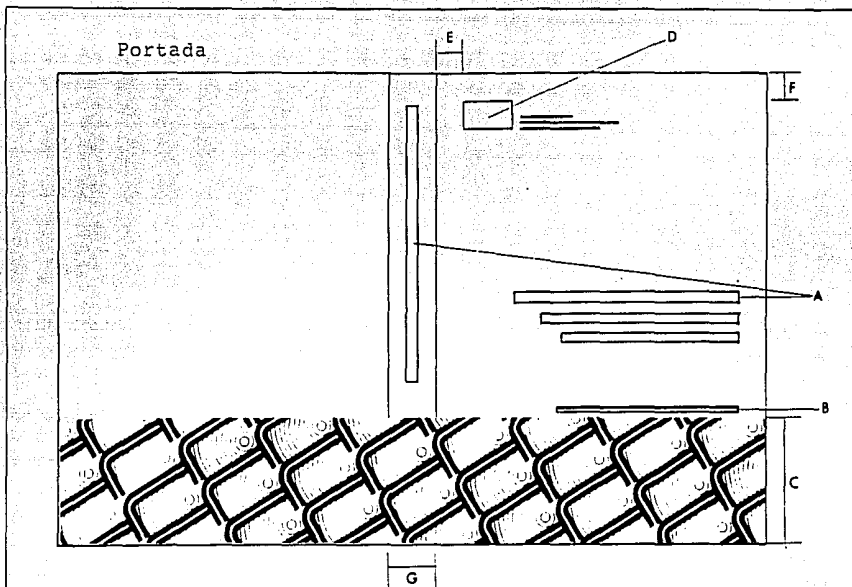
Los libros del grupo 1 presentan un formato variable cuyas dimensiones son: carta (21.5cm. x 28cm.), media carta (14cm. x 21.5cm.) y standard (17cm. x 23cm.).

Sus portadas están impresas en sistema offset a dos tintas sobre cartulina couché mate y, ocasionalmente, tienen un acabado plastificado.

Los interiores están impresos en offset a una o dos tintas sobre papel bond. La tipografía empleada es la Helvética medium de 10/12 puntos para el texto base y de 12 puntos para las cabezas; para las subcabezas se recurre a la versión Helvética bold de 10 puntos. En los libros de formato media carta, se utiliza Helvética light de 10/12 puntos para el texto base, Helvética medium de 12 puntos para las cabezas y de 10 puntos para las subcabezas.

En la mayoría de estas publicaciones se hace uso de cornisas. En la página par la cornisa indica el nombre del libro y en la impar el nombre del capítulo.

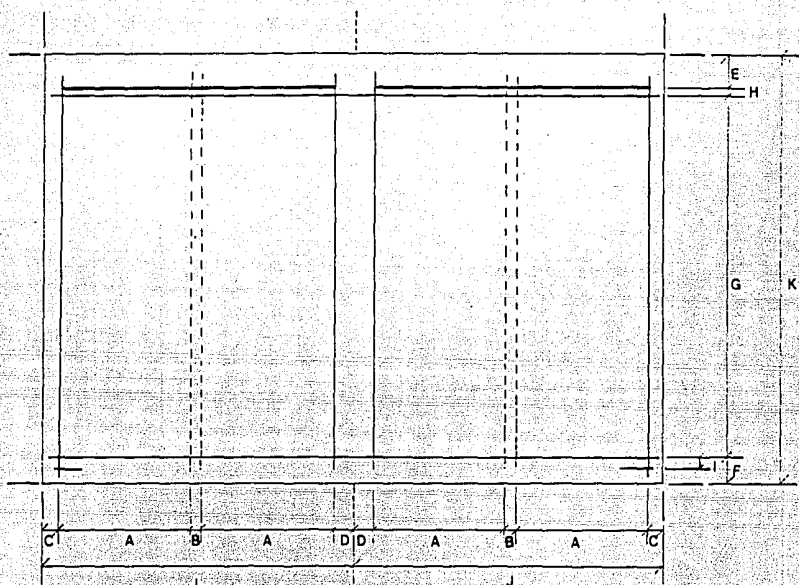
La fotografía es un recurso poco usual en este tipo de publicaciones y, generalmente, sólo se emplea en los libros de formato menor. En el resto de los libros se presentan cuadros estadísticos y dibujos esquemáticos de carácter técnico.



- A.- Título del libro. Está formado con tipografía Helvética prime en Helvética light, en altas; su puntaje fluctúa entre los doce y catorce puntos, según el formato.
- B.- Fecha o dirección a la que pertenece el impreso. Se im- en Helvética light, únicamente en altas; su puntaje fluctúa entre los doce y catorce puntos, según el formato.
- C.- Textura oficial. Su altura depende del formato.
 carta = 7cm. media carta = 5.5cm. standard = 6cm.
- D.- Logotipo de la SCT.
- E.- 1.5 cm.
- F.- 2cm.
- G.- Lomo

Figura 22.

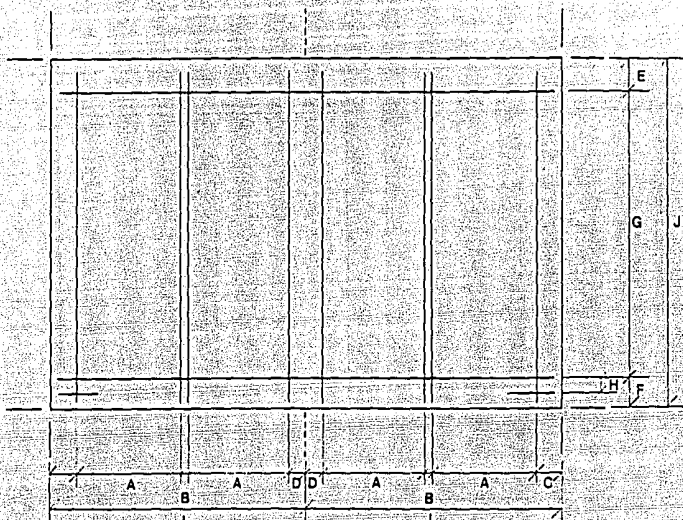
Retícula para formato tamaño carta



- | | |
|--|---|
| A.- Columna (19.5 picas) | H.- Distancia de la pleca al extremo superior de la caja tipográfica (1 pica) |
| B.- Corondel (2 picas) | I.- Folio (2 picas) |
| C.- Margen de corte (3.5 picas) | J.- Ancho del formato (21.5cm.) |
| D.- Margen de lomo (5.5 picas) | K.- Altura del formato (28cm.) |
| E.- Margen de cabeza 7.5 picas) | |
| F.- margen de pie (5.5 picas) | |
| G.- Altura de la caja tipográfica (52 picas) | |

Figura 23.

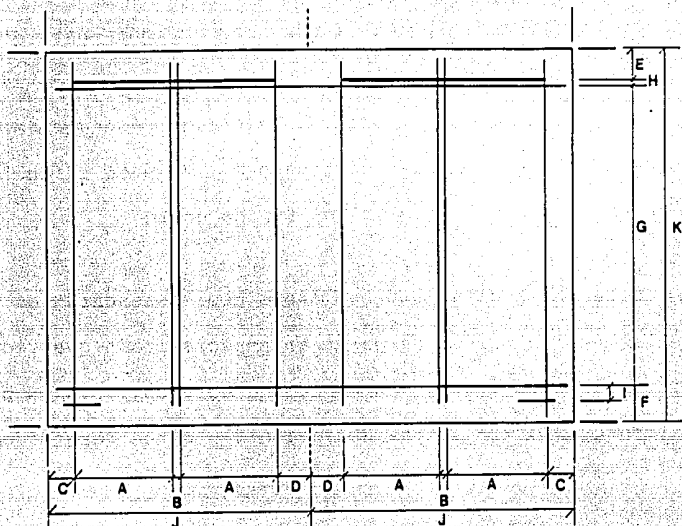
Retícula para formato media carta



- | | |
|--------------------------------|--|
| A.- Columna (12 picas) | G.- Altura de la caja tipográfica (42 picas) |
| B.- Corondel (1 pica) | H.- Folio (2 picas) |
| C.- Margen de corte (4 picas) | I.- Ancho del formato (14 cm) |
| D.- Margen de lomo (2 picas) | J.- Altura del formato (21.5 cm.) |
| E.- Margen de cabeza (5 picas) | |
| F.- Margen de pie (4 picas) | |

Figura 24.

Retícula para formato tamaño standard



- A.- Columna (14 picas)
- B.- Corondel (1.5 picas)
- C.- Margen de corte (5 picas)
- D.- Margen de lomo (5.5 picas)
- E.- Margen de cabeza (5 picas)
- F.- Margen de pie (7.5 picas)

- G.- Altura de la caja tipográfica (43 picas)
- H.- Cornisa (1 pica)
- I.- Folio (2 picas)
- J.- Ancho del formato (17 cm.)
- K.- Altura del formato (23 cm.)

Figura 25.

En los libros del grupo 1 el formato es variable debido a que se hace necesario contar con tres opciones para utilizar la que se adapte mejor al tipo de información que se maneje. Por ejemplo, si hay una gran cantidad de esquemas, cuadros estadísticos o mapas, el tamaño del formato seleccionado será el más grande, es decir, el tamaño carta.

El tamaño mediano que se maneja como "standard" es para aquellas publicaciones de carácter especializado que tienen un importante volumen de información, cuyo objetivo es principalmente informar acerca de acciones u obras realizadas por alguna dirección o por el Sector mismo.

Finalmente el formato menor, es decir, el de tamaño media carta, se utiliza para pequeñas publicaciones que principalmente informan de asuntos relacionados con la legislación laboral y las acciones o nombramientos en los puestos clave de la SCT. Su tamaño se debe principalmente a que sus destinatarios son las personas que laboran en la secretaría, por lo que se requiere de un tamaño muy cómodo para ser transportado como libro de bolsillo.

En cuanto a la tipografía se emplea la Helvética en todas sus versiones (ver figura 3) para poder distinguir los textos de las cabezas. Se ha elegido esta familia tipográfica por ser la oficial en la SCT, además se es un tipo versátil y claro.

El diseño de la diagramación en los libros del grupo 1 no varía mucho en cuanto a su forma debido a que se busca obtener una mancha tipográfica uniforme. Mediante el diseño de la retícula se pretende unificar criterios en la formación de estas publicaciones, ya que en todos estos impresos se puede observar un bloque o dos columnas como máximo para descarga tipográfica.

Normalmente este tipo de publicaciones no son muy solicitadas a menos que se desee hacer una consulta ya sea técnica o administrativa. Sin embargo resultan bastante útiles como material de apoyo debido a que tienen toda la información necesaria para hacer una investigación a fondo acerca de las funciones, reglamentos y obras de la SCT.

Estos libros presentan un grave problema de difusión debido a que hay un total desconocimiento acerca de su existencia y de los títulos disponibles, es decir, no se sabe cuáles son ni dónde se localizan, es como si no se imprimieran, ya que únicamente se pueden consultar en la dirección a la que pertenecen y en la biblioteca de la SCT.

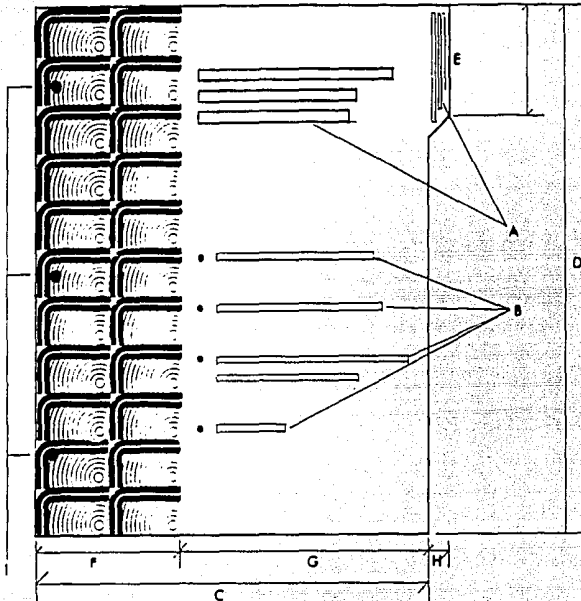
Es por esto que se hace necesaria la implementación de un órgano informativo como el periódico mural, el cual en alguna de sus secciones tendría la función de informar al personal y público en general de los títulos existentes y el lugar en donde se podrían consultar.

Grupo 2: se trata de libros no encuadernados contenidos en carpetas tamaño carta. Su diseño de portada puede variar según el criterio del diseñador pero generalmente se usa el color azul institucional de la SCT (pantone 298) con el logotipo en color, tipografía Helvética medium de treinta y seis puntos calada en blanco, o bien se sigue el diseño de portada de los libros del grupo 1 (ver figura 22).

En este tipo de publicación se destaca la presencia de separadores, los cuales están impresos sobre cartulina couché mate a una o dos tintas y opcionalmente con un acabado plastificado.

SEPARADOR

El diseño de los separadores es variable, sin embargo el más común presenta los siguientes elementos:



- | | |
|--|--------------------|
| A.- Título del capítulo o parte. | E.- Ceja |
| B.- Texto de los puntos contenidos en el capítulo. | F.- 7cm. |
| C.- Ancho del formato (21.5 cm.) | G.- 14.5cm. |
| D.- Altura del formato (28cm.) | H.- 1.5cm. |
| | I.- Perforaciones. |

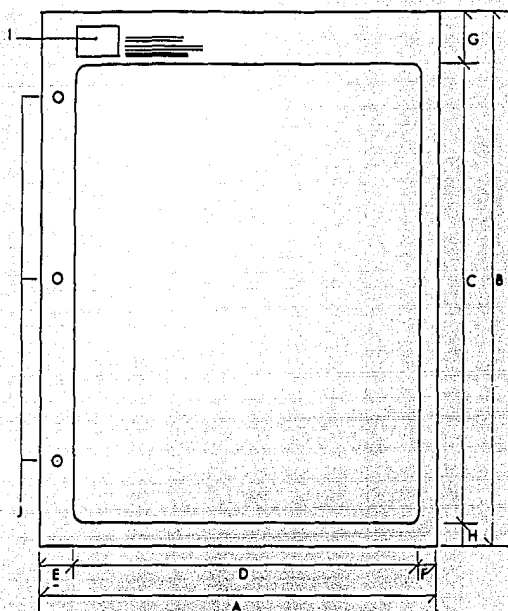
Figura 26.

El resto de los interiores generalmente se imprimen a una o dos tintas dependiendo de su uso, importancia o del presupuesto disponible. Los interiores contienen texto, diagramas y cuadros de clasificación.

Cuando se trata de un álbum fotográfico no se hace uso de una retícula, debido a que las fotografías ocupan la página entera, sólo se respeta el área de las perforaciones.

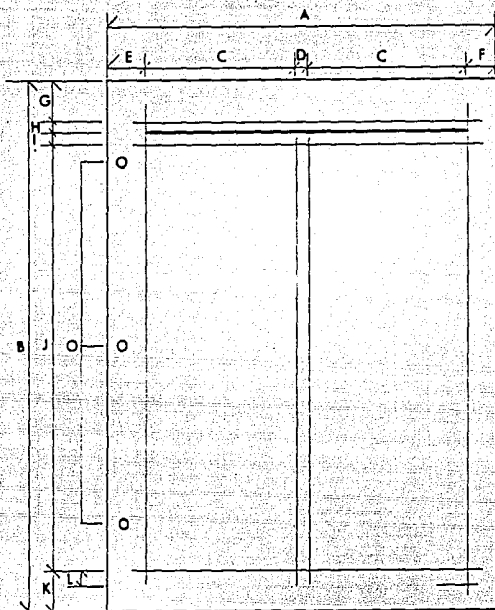
En otros casos se emplea un recuadro con las esquinas redondeadas dentro del cual se vacía la información, ésta se mecanografía. Un ejemplo de publicación que cuenta con este tipo de interiores es el directorio telefónico de la SCT (ver figura 27).

Finalmente cuando se trata de un catálogo o manual, como la "Guía de Normas Creativas" y el "Catastro Portuario", su impresión es siempre a dos tintas haciendo uso de recursos gráficos tales como pantallas, plecas, cornisas, fotografías y desplegables. La publicación esta impresa en un soporte de papel couché, se imprime por una sola cara, se emplea la Helvética medium de 12/14 puntos y para los títulos Helvética medium de 36 puntos (ver figura 28).



- A.- base del formato (21.5cm.) G.- Margen de cabeza (3.5cm.)
 B.- Altura del formato (28cm.) H.- Margen de pie (1.5cm.)
 C.- Altura de la caja tipográfica (23cm.) I.- Logotipo de la SCT
 D.- ancho de la caja tipográfica (18cm.) H.- perforaciones
 E.- Margen del lomo (2.5cm.)

Figura 27.



- A.- Base del formato (21.5cm.) G.- Margen de cabeza (6.5 picas)
- B.- Altura del formato (28cm.) H.- Cornisa (1.5 picas)
- C.- Columna (18 picas) I.- 3 picas
- D.- Corondel (2 picas) J.- Altura de la caja tipográfica (51 picas)
- E.- Margen de lomo (6 picas) K.- Margen de pie (5 picas)
- F.- Margen de corte (7 picas) L.- Folio (2 picas)
- O.- Perforaciones

Figura 28.

El motivo por el cual estas publicaciones se presentan encarpadas es principalmente por la necesidad de actualización, ya sea por cambios a nivel administrativo, por modernización de técnicas o actualizar catálogos.

La utilización de separadores con caja facilita la localización de la sección deseada, evitando tener que perder tiempo. El diseño del separador que se muestra en la figura 26 es el más común, ya que es el más institucional.

En el diseño de los interiores se muestran dos tipos de retícula, una de ellas presenta un recuadro, en el que se vacía el texto en forma mecanográfica, esto obedece a razones económicas principalmente, ya que así se evita el gasto en la formación y elaboración de tipografía, además de que resulta más fácil agregar páginas. Lo último se logra haciendo un original y reproduciéndolo por medio de copias fotostáticas, las cuales se insertan en las carpetas.

El otro tipo de originales se usan cuando el presupuesto lo permite o cuando la importancia del impreso lo amerita. Generalmente las publicaciones de este tipo permanecen sin cambio por mucho tiempo, sin embargo representa una gran carga de trabajo, por lo que resulta sumamente útil que estas publicaciones no estén encuadradas, de lo contrario se deshojarían rápidamente. Además tienen la ventaja de poder ser consultadas por varias personas al mismo tiempo.

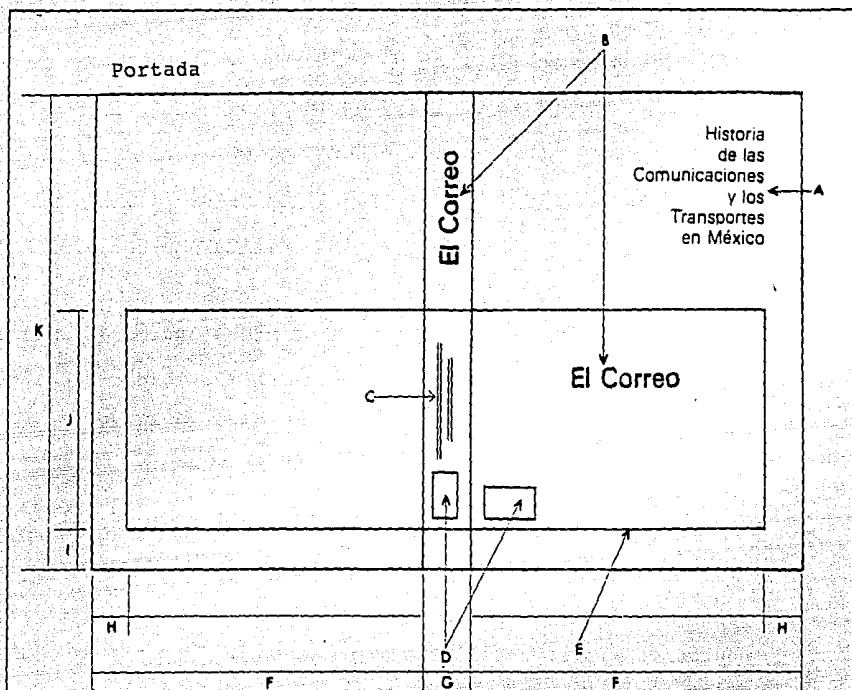
Se considera que las publicaciones del grupo 2 cumplen con su objetivo, dado que son indispensables, como en el caso del directorio telefónico y del catálogo de dispositivos de seguridad para carreteras. La únicas carpetas que no están al alcance del personal son las que corresponden al álbum fotográfico, dado que su función es destacar los eventos y obras del Voluntariado Nacional.

Grupo 3: actualmente sólo existe una enciclopedia, la cual está compuesta por diez volúmenes. La colección lleva por nombre "Historia de las Comunicaciones y el Transporte en México" y contiene los siguientes títulos: La Radiodifusión, El Teléfono, Telecomunicaciones, El Telégrafo, El Ferrocarril, La aviación e Hitos de las Comunicaciones y los Transportes en la Historia de México.

La portada está impresa a dos tintas (azul 298 y negro) en sistema offset sobre cartulina couché satinada. En su diseño cuenta con los elementos que se muestran en la figura 29 (en la siguiente página).

Sus interiores están impresos a una tinta, en Helvética light de 10/12 puntos para el texto general y de 7/9 puntos para los pies de foto, las notas y las citas. La familia tipográfica empleada para las cabezas es la Helvética medium en 12 puntos.

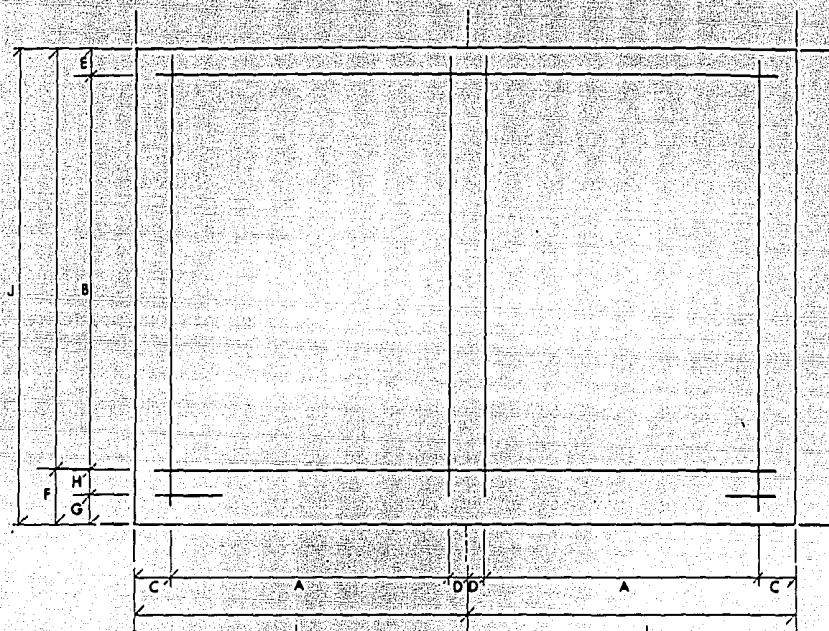
En caso de incluirse fotografías, éstas se ubican en un conjunto de páginas en la parte media del libro.



- A.- Nombre de la colección (Helvética light de 24 puntos)
- B.- Título del volumen (Helvética medium de 36 puntos)
- C.- Nombre de la colección (Helvética light de 10 puntos)
- D.- Logotipo (en color)
- E.- Ancho del libro (15cm.)
- F.- Recuadro
- G.- Lomo
- H.- Distancia del recuadro a los extremos del formato (varia según el grueso del lomo)
- I.- 1.5cm.
- J.- Altura del recuadro (11.5cm)
- K.- Altura del formato (22cm.)

Figura 29.

La retícula de los libros del grupo 3 consta de los siguientes elementos:



- A.- Ancho de la caja tipográfica (27 picas)
- E.- Altura de la caja tipográfica (40 picas)
- C.- Margen de corte (5 picas)
- D.- Margen de lomo (2.5 picas)
- E.- Margen de cabeza (5 picas)
- F.- Margen de pie (8 picas)
- G.- Folio (4.5 picas)
- H.- 3,5 picas)
- I.- Ancho del formato (15cm.)
- J.- Altura del formato (22cm.)

Figura 30.

Podemos afirmar que el diseño de estos libros es práctico para su traslado y almacenaje. El diseño de la portada contiene el número de elementos necesarios y, siguiendo el estilo de la identidad institucional de la SCT, es necesario que sea serio, escueto y limpio. Todos los datos importantes son bastante legibles y por su ubicación facilita la consulta de la información buscada.

Sin embargo se considera que el uso de recursos gráficos además de los filetes, mejoraría mucho su aspecto y haría más atractivo al impreso. El empleo de un sólo bloque para tipografía muestra la falta de búsqueda de otro tipo de retícula más propositiva y dinámica.

Hay que considerar que aunque los libros de grupo 3 son legibles, sería muy aconsejable conformar un diseño lo suficientemente agradable y atractivo como para hacer que el personal y el público en general buscara estos libros en forma voluntaria. Además el contenido de estas publicaciones representa parte de la historia y qué hacer de la SCT, por lo que debería procurarse que su diseño estuviera mejor planeado.

Grupo 4: Estos libros no tienen un diseño preestablecido. Generalmente estas publicaciones son planeadas según el criterio del diseñador; no guarda ningún límite normativo, por lo que se puede hechar mano de todo tipo de recursos gráficos debido a que tienen un presupuesto bastante amplio, siempre y cuando cumpla con su propósito.

El tiraje de estas publicaciones generalmente rebasa los diezmil ejemplares dado que su difusión en ocasiones va más alla del territorio nacional.

Su formato es variable, se adapta a las necesidades del evento o información que contiene y al criterio del diseñador. El contenido de estos comunicados también es variable, generalmente tiene que ver con aspectos promocionales y propagandísticos de la SCT, tales como los experimentos efectuados en el espacio y exposiciones internacionales en las que ha participado la Secretaría.

El recurso de la fotografía en selección de color, en el diseño de la portada, está impresa sobre cartulina couché con un acabado plastificado.

Usualmente hallamos en sus interiores páginas con una gran cantidad de fotografías en selección de color, placas de colores, pantallas y diseños especiales para gráficas.

Por lo que toca a la tipografía no se sigue un lineamiento rígido, se usa la más apropiada de acuerdo al diseño de la publicación.

La retícula que se emplea en este tipo de impresos generalmente se diseña de acuerdo a tipo de información que se maneja, sin embargo ocasionalmente se recurre a la retícula de la revista interna (ver figura 15 en el punto 2.2.2.). En estos casos, aunque se hagan algunas modificaciones, siempre se conserva la retícula de la revista interna (información).

Podemos decir que el lector se siente atraído hacia este tipo de impresos, ya que cada uno de ellos conforma un comunicado llamativo e individualizado. El hecho de no seguir tan fielmente los límites normativos de la SCT resulta sumamente beneficioso en este caso particular, porque se cumple con objetivo de hacer propaganda a la obras, logros y programas de la secretaría.

Grupo 5 se trata de publicaciones oficiales de alta calidad, que se distinguen por contar con pastas duras forradas en tela o Keratol. Los elementos que componen las portadas (tipografía, plecas, texturas, etc.), están impresas en estampado térmico (Hot stamping) en bajo relieve, dando como resultado un acabado metálico en color plateado o dorado.

Los libros cuentan con una cubiertas protectora que presenta un diseño igual al de la portada, que en ocasiones incluye una fotografía espectacular. La cubierta está impresa en sistema offset y, si se requiere en Selección de color.

El formato de estas publicaciones es variable, en sus páginas interiores se observa que el espacio destinado para fotografías y esquemas ocupa aproximadamente el sesenta por ciento, el espacio restante esta reservado para texto. Según el formato que se utilice, las retículas pueden variar en este tipo de impresos. Se usan retículas con una gran cantidad de campos como la de la Memoria Sexenal.

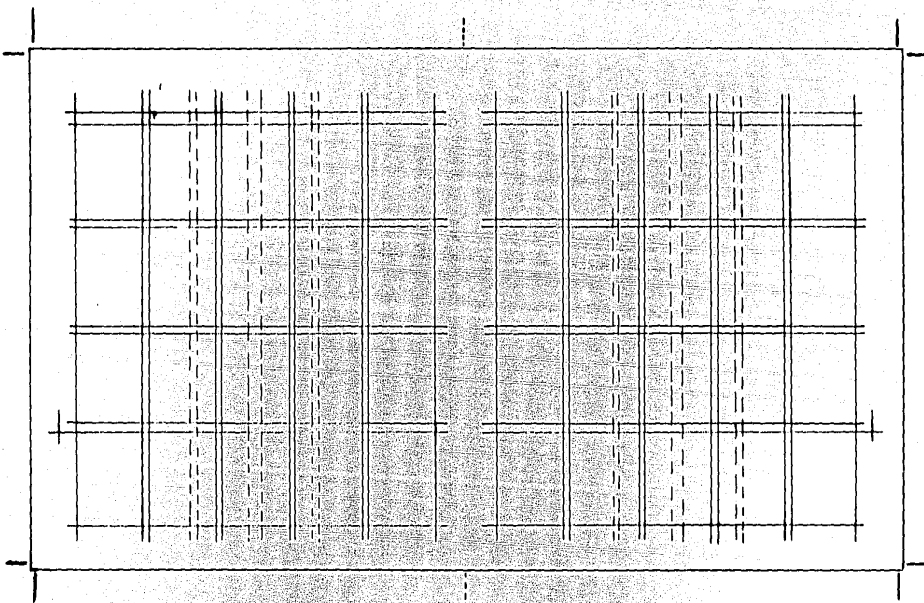


Figura 31.

Retícula basada en un tramado geométrico de opción múltiple, es decir, que es posible dividirla en 2, 3 y 5 columnas y en 8, 12 o 20 campos respectivamente.

Esta retícula fue planeada para ser usada en el libro de la memoria sexenal de la SCT, a fin de desarrollar un diseño con un sin número de opciones tanto fotográficas como tipográficas.

En estas publicaciones se emplea una gran cantidad de recursos gráficos tales como plectas, cornisas, fotografías e ilustraciones. Los interiores generalmente están impresos sobre papel couché satinado. Todas las fotografías e ilustraciones contenidas en estos libros están impresas en selección de color; las plectas, texturas y esquemas aparecen en color; el diseño de la publicación así lo requiere. La tipografía empleada no tiene que ser necesariamente la oficial de la SCT, sino que se puede recurrir a la familia tipográfica que se adecue mejor a las necesidades del diseño.

El objetivo fundamental de este tipo de publicaciones es dar a conocer las obras realizadas por el Sector a lo largo de un programa de trabajo, enalteciendo su imagen institucional. Es por esta razón que la publicación debe tener una excelente presentación sin escatimar en el costo de la misma dado que está dirigida a las personas que ocupan los más altos niveles dentro de la administración pública federal y a profesionales especializados en el Sector.

La difusión que tienen estos libros permite llegar en forma acertada al receptor que, a su vez, aprecia la calidad de las publicaciones, se siente atraído hacia su lectura y forja en su mente la imagen de un país con numerosas obras públicas y con programas de trabajo eficientes y creativos.

EJEMPLOS Y OBSERVACIONES

Ejemplo de libro del grupo 1.

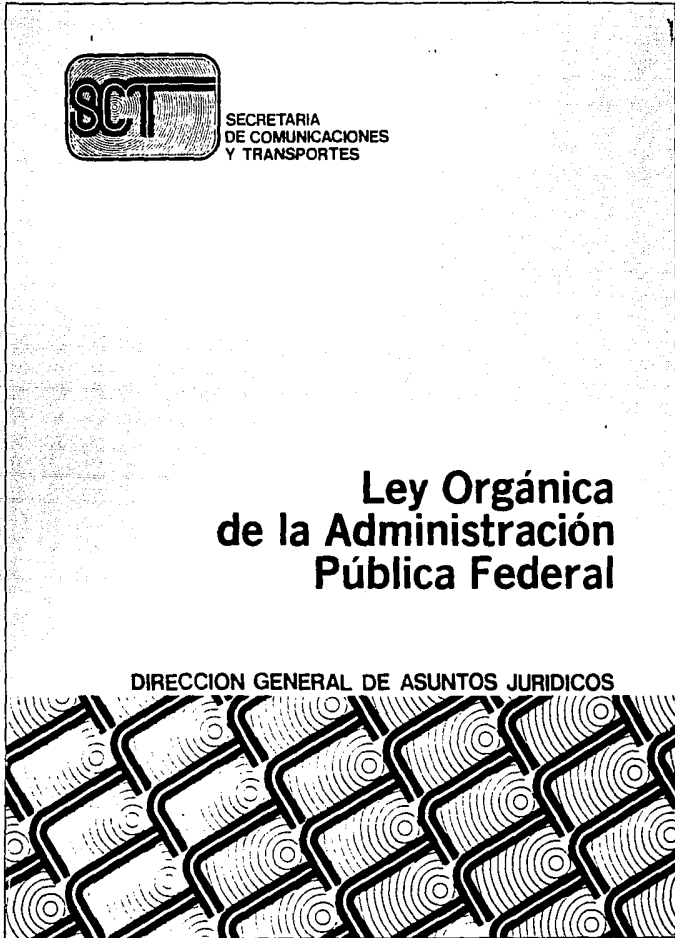


Figura 32.

Ejemplo de libro del grupo 1.

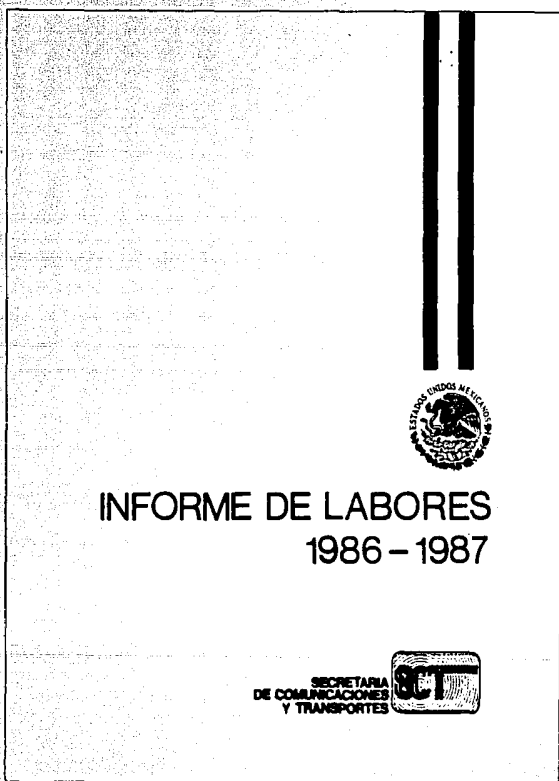


Figura 33.

Ejemplos de libros del grupo 3.

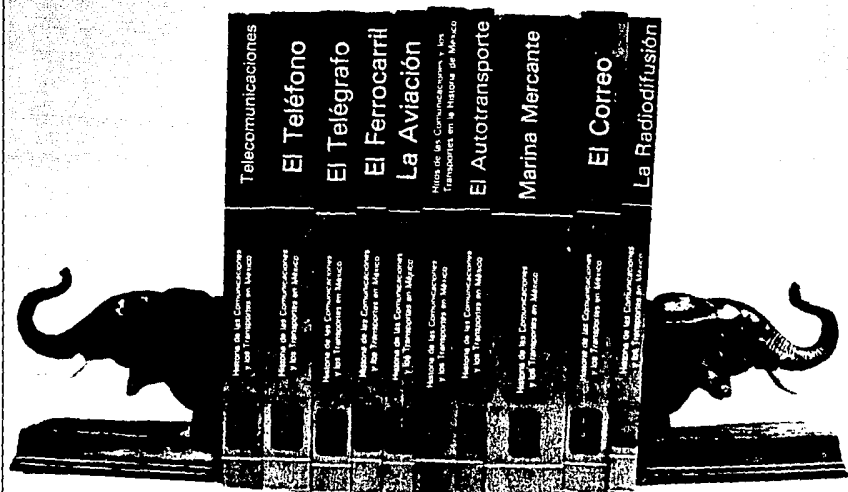


Figura 35.

Ejemplos de libros del grupo 4.



Figura 36.

Ejemplo de libro del grupo 5.

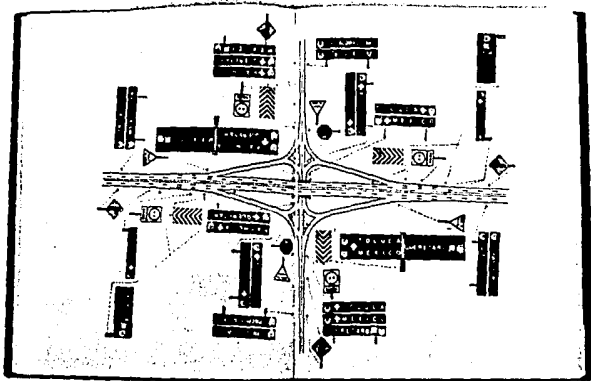
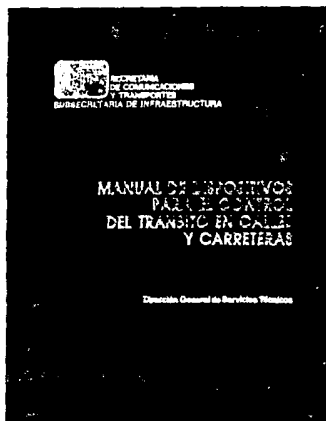


figura 37.

Ejemplo de libro del grupo 5.

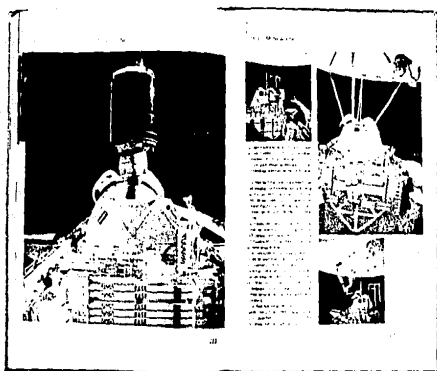



Figura 38.


**FOLLETOS Y
MATERIAL
DE APOYO**



**TIPOS DE FOLLETOS,
MATERIAL DE APOYO
Y DE PUBLICOS
QUE SE MANEJAN EN LA SCT**



**LIMITES NORMATIVOS
(componentes y funciones)**



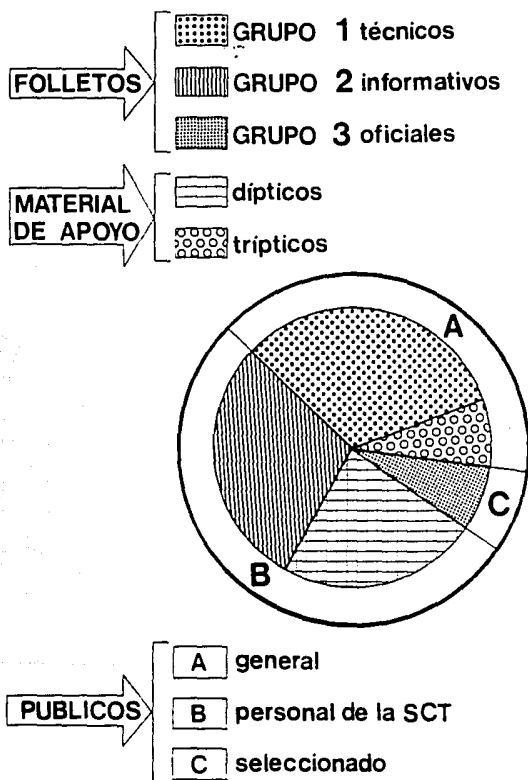
PRODUCCION



**EJEMPLOS
Y
OBSERVACIONES**

2.2.4. FOLLETOS Y MATERIAL DE APOYO

TIPOS DE FOLLETOS, MATERIAL DE APOYO Y PUBLICOS
QUE SE MANEJAN EN LA SCT



Gráfica 10.

LIMITES NORMATIVOS

(componentes y funciones)

La SCT cuenta con una gran cantidad de folletos y material de apoyo para campañas y eventos especiales.

En el caso de los folletos existen básicamente tres tipos los cuales se pueden clasificar de la siguiente manera:

Grupo 1: Folletos de carácter técnico, dirigidos al personal especializado de la SCT.

Grupo 2: Folletos informativos, dirigidos al personal y público en general.

Grupo 3: Folletos oficiales dirigidos a mandos medios y altos de la SCT.

Los folletos del grupo 1 tienen las siguientes características:

Formato es variable, depende de la cantidad de información que contenga, sin embargo en la mayoría de los casos se recurre al formato tamaño carta o tamaños proporcionales a éste.

La portada normalmente tiene las mismas características que los libros del grupo 1 (ver figura 22 en el punto 2.2.3.).

Sus interiores están impresos a una tinta sobre papel bond; en ellos encontramos una gran cantidad de información escrita y algunos dibujos esquemáticos.

La tipografía empleada en estos folletos es la Helvética medium en toda su formación (ver figura 3 en el punto 2.2.1.).

La retícula que se utiliza en estos impresos es muy simple; generalmente se utilizan retículas similares a las de los libros del grupo 1 (ver figuras 23, 24 y 25 del punto 2.2.3.).

El objetivo de estos folletos es actualizar la información técnica para la realización de obras tales como puentes, carreteras, pistas de aterrizaje, etc.

Debido a que el tiraje de estos folletos es limitado, es necesario abarcar una gran cantidad de información en la menor cantidad de páginas que sea posible, con el fin de economizar en los costos de producción.

En estos impresos lo importante es su contenido, no tanto su presentación, dado que el manejo que les da no lo requiere; Sin embargo tienen una gran demanda entre el personal técnico especializado de la SCT, por representar un apoyo importante en la planeación de obras.

Los folletos del grupo 2 tienen las siguientes características:

Su formato es variable, se deja al criterio del diseñador. En la portada normalmente se incluye una fotografía acompañada de un diseño vistoso o bien la reproducción de un logotipo o de un cartel.

En sus interiores observamos una gran cantidad de recursos gráficos tales como fotografías a color, viñetas, ilustraciones, plecas, etc. Están impresos sobre papel bond o couché satinado.

La tipografía empleada es la Helvética en todas sus versiones o la familia tipográfica que se adapte mejor al diseño del folleto.

La retícula es siempre especial a causa de la diversidad de formatos que se manejan y también a que en algunos casos, a estos folletos, se les da un tratamiento a manera de historieta; sin embargo predomina el uso de retículas de dos columnas para descarga tipográfica.

El objetivo de estos folletos es informar al personal de la SCT y al público en general acerca de obras, eventos y avances del Sector. Además promueven campañas tales como la del ahorro de la energía eléctrica, y constituyen instructivos para la realización de trámites administrativos o para el uso correcto de las instalaciones y equipo con que cuenta la SCT.

En la producción de estos folletos el diseñador puede hacer uso de todos los recursos que conozca, dado que la presentación es fundamental para lograr un mayor impacto en el público, es decir, que puede utilizar cuanto recurso juzgue necesario debido a cuentan con la ventaja de un tiraje extenso, lo que le permite abatir en un buen porcentaje su costo.

Estos folletos son bien recibidos por el público e incluso hay quienes los coleccionen debido a que usualmente contienen una gran cantidad de fotografías a color. En el caso de los instructivos, se obtienen muy buenos resultados al darles un manejo tipo historieta. Lo anterior se hace con el fin de hacerlos mas amenos.

Actualmente se ha reducido su producción debido a ajustes ocasionados por los constantes cambios administrativos que han ocurrido en la SCT desde el año de 1988. A partir de entonces y hata finales de 1989 sólo se imprimieron dos folletos cuyos títulos son: Puerto Progreso, Yucatán y Carretera México - Toluca.

Los folletos del grupo 3 tienen las siguientes características:

El formato puede variar, aunque conserva un tamaño máximo de medio oficio (17c. x 21.5cm.), ya sea vertical o apaisado.

La portada, generalmente, presenta un diseño elegante y sumamente institucional. Por lo regular se imprime en sistema process (serigrafía) sobre cartulina couché, opalina o Kivar.

Por lo que respecta a los interiores, observamos que, aun cuando están impresos sobre papel bond o couché mate, conservan un diseño de carácter que aunque es oficial, no deja de ser agradable y ordenado.

En estos folletos se destaca la presencia de separadores, los cuales ocasionalmente cuentan con una ceja para facilitar su localización. También contienen una gran cantidad de información en forma de cuadros estadísticos y gráficas.

En el diseño de los interiores hay una cantidad considerable de recursos gráficos tales como plecas, pantallas y texturas.

La tipografía es la Helvética en todas sus versiones. La retícula utilizada es sencilla, generalmente cuenta con dos columnas para descarga tipográfica.

En estos folletos no se hace uso de la fotografía debido a que su contenido es estadístico y se compone de gráficas.

El objetivo fundamental de estos folletos es proporcionar información simplificada acerca de acciones, equipo, altas, bajas y presupuesto asignado a todo aquello relacionado con la SCT.

Dado que esta publicación es consultada frecuentemente, se pensó en utilizar formatos de bolsillo para facilitar su transporte.

Este tipo de publicaciones son muy solicitadas debido a la importancia de la información que contienen, por lo cual, estos folletos constituyen una herramienta muy útil para los departamentos de información y prensa.

A continuación se presenta un análisis de los elementos que constituyen el material de apoyo gráfico que se usa en la SCT. Dichos elementos son:

- Díptico
- Tríptico

El díptico es un comunicado gráfico que se compone de de dos paneles, es decir, cuatro caras.

En la portada generalmente se muestra la reproducción del cartel que anuncia un evento oficial. La contraportada casi nunca aparece impresa. En las caras interiores generalmente se imprime el programa del evento y el Himno Nacional Mexicano. La tipografía empleada es la Helvética medium y su retícula se reduce a ubicar el texto centrado o en forma de piña.

Los dípticos sólo proporcionan información del programa que seguirá a lo largo del evento. Además apoyan la imagen con que se presenta el evento y refuerzan los valores cívicos.

En algunos casos resultan suficientemente agradables para conservarse como un buen recuerdo de la celebración.

Díptico

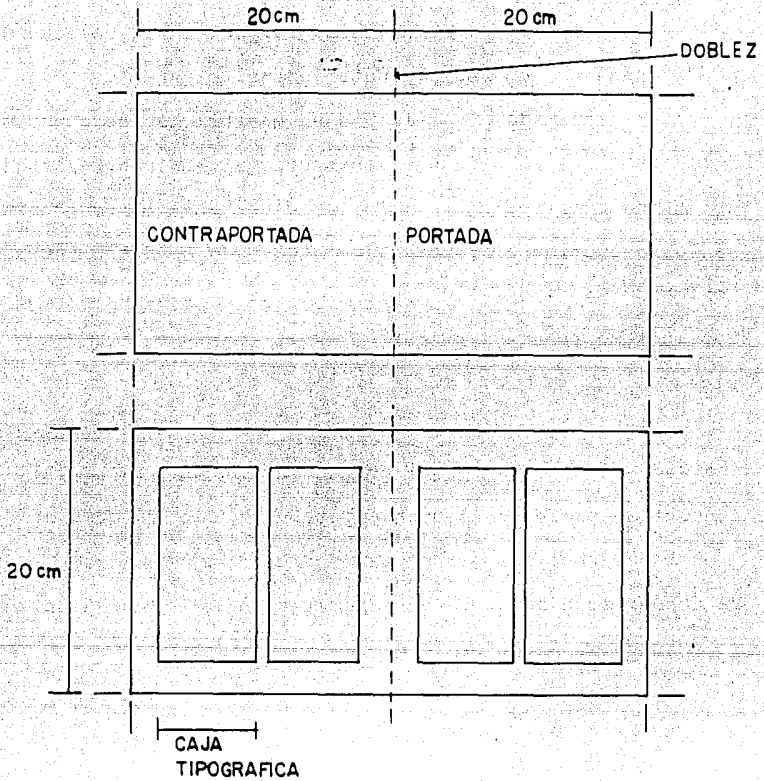


Figura 39.

El tríptico es un comunicado gráfico, que como su nombre lo indica, se compone por de pánels formados al hacer dos dobleces en una hoja tamaño carta u oficio, considerando que la base sea el lado más largo del papel. Así se divide la hoja en tres secciones verticales.

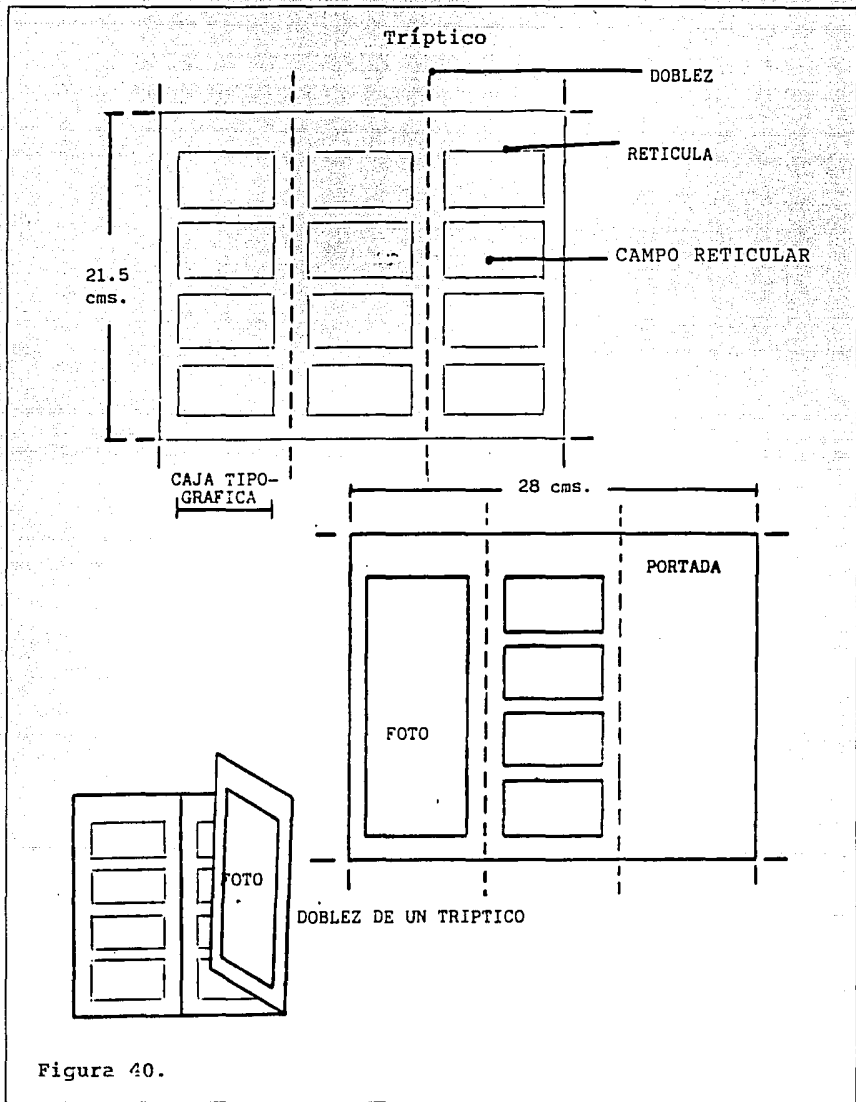
El comunicado está impreso por el frente y vuelta, de manera que al doblarse surgen seis pánels de formato rectangular.

La tipografía empleada en estos comunicados es la Helvética medium ya que es la familia tipográfica oficial de la SCT.

Normalmente se imprime a cuatro tintas con fotografías en selección de color sobre papel couché satinado. En ocasiones cuando no hay mucho presupuesto se emplean dos tintas y se recurre al duotono en las fotografías.

La función de los trípticos es difundir información acerca de las escuela del Sector y proporcionar un listado de requisitos indispensables para el reclutamiento. Como ejemplo de estas instituciones tenemos al Buque Escuela "Náuticas México", perteneciente a la Marina Mercante, y la Escuela Profesional de la Policía Federal de Caminos y Puertos.

El tríptico, por su forma y tamaño, resulta versátil y fácil de transportar, además de tener la capacidad suficiente para albergar la información deseada. Este tipo de comunicado es económico y goza de gran popularidad.



PRODUCCION

FOLLETOS Y MATERIAL DE APOYO	TIRO			FORROS O EXTERIORES						INTERIORES								
	100 A 1000	1000 A 5000	5000 O MAS	COUCHÉ	OTROS	TINTAS			IMPRESION		SOPORTE		TINTAS			IMPRESION		
						1	2	4	SELECCION DE CALIBR.	OFSET	PROCESS	PAPEL BOND	PAPEL COUCHÉ	1	2	4	SELECCION DE CALIBR.	OFSET
	1000	5000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	
GRUPO 1																		
GRUPO 2																		
GRUPO 3																		
dipticos																		
tripticos																		

Gráfica 11.

EJEMPLOS Y OBSERVACIONES

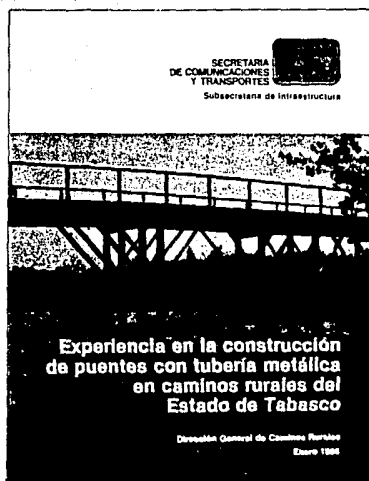


Figura 41. (portada de folleto del grupo 1)

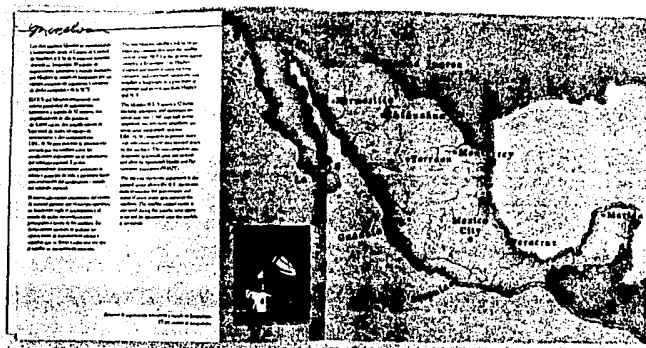


Figura 42. (folletos del grupo 2)



**Carretera
Mexico
Toluca**

SENER

Milena de Miquelena y la ingeniera Ana de un proyecto de obras para el estado de México, en el que participan las empresas de la Secretaría de Energía y el Estado de México.

La Secretaría de Energía y el Estado de México han firmado un convenio para la construcción de la Carretera México-Toluca. El proyecto de obras incluye la construcción de un puente de 1.5 kilómetros de longitud y la construcción de un puente de 1.5 kilómetros de longitud. El proyecto de obras incluye la construcción de un puente de 1.5 kilómetros de longitud y la construcción de un puente de 1.5 kilómetros de longitud.



Figura 43. (Folleto del grupo 2)



Figura 44. (Portada de folleto del grupo 3)

BUSCA TU PROPIO HORIZONTE...

INGRESA A LAS ESCUELAS NAUTICAS MERCANTES

¿POR QUÉ LAS ESCUELAS NAUTICAS MERCANTES?

Las Escuelas Nauticas Mercantes preparan a los futuros navegantes de las grandes embarcaciones, como los buques mercantes, petroleros, pesqueros, etc., que operan en el mundo entero.

¿CÓMO SE OBTIENE LAS ESCUELAS NAUTICAS MERCANTES?

1. Una preparación técnica y cultural de alto nivel.
2. Amplias prácticas y prácticas laborales.
3. Asesoramiento y orientación.
4. Un alto nivel de formación profesional que permite al alumno obtener un título que le permite acceder a los puestos de mando de las grandes embarcaciones.
5. Amplias prácticas laborales.
6. Posibilidad de trabajar en cualquier parte del mundo.

REQUISITOS IMPRESCINDIBLES PARA INGRESAR A LAS ESCUELAS NAUTICAS

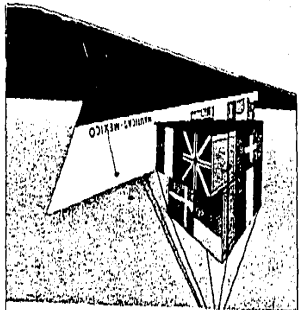
1. Ser peruano por nacimiento.
2. Ser soltero.
3. Pagar un monto de matrícula.

Para tener derecho a ingresar al curso de formación, el alumno debe cumplir con los requisitos de ingreso establecidos en el Reglamento de las Escuelas Nauticas Mercantes.

El curso de formación se imparte en el Centro de Estudios Nauticos Mercantes de la Marina Mercante.

Programa de estudios de la Escuela de Nauticas Mercantes

El programa de estudios de la Escuela de Nauticas Mercantes se divide en tres etapas: la primera etapa es la formación básica, la segunda etapa es la formación profesional y la tercera etapa es la formación práctica.



ESQUEMAS DE ADMISION

Las Escuelas Nauticas Mercantes admiten alumnos en los cursos de formación profesional de 3 años de duración.

ESQUEMAS DE ADMISION

Las Escuelas Nauticas Mercantes admiten alumnos en los cursos de formación profesional de 3 años de duración.

ESQUEMAS DE ADMISION

Las Escuelas Nauticas Mercantes admiten alumnos en los cursos de formación profesional de 3 años de duración.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

FORO DE INVESTIGACION Y DESARROLLO PARA PROFESIONALES DE LA INDUSTRIA NAUTICA MERCANTIL

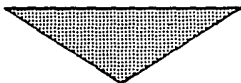
COMITÉ DE CANDIDATOS

COMITÉ DE CANDIDATOS

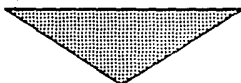
caras interiores

caras exteriores

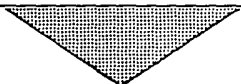
**ANUNCIOS
DE PRENSA**



**TIPOS DE ANUNCIOS
DE PRENSA
QUE SE MANEJAN EN LA SCT**



**LIMITES NORMATIVOS
(componentes y funciones)**



EJEMPLOS

2.2.5. ANUNCIOS DE PRENSA

TIPOS DE ANUNCIOS DE PRENSA QUE SE MANEJAN EN LA SCT

Los anuncios de prensa buscan una difusión completa en los niveles altos, para sus diferentes campañas y planes generales a nivel nacional.

- A) Se requiere llegar a un público masculino en su mayoría
- B) Se pretende llegar a un nivel alto y medio alto (profesionistas, empresarios, funcionarios públicos y líderes de opinión)
- C) Posiciones adecuadas para ubicar dichos anuncios:
 - 1ª Sección, en página impar, página completa o robaplana
 - Sección Financiera
 - Sección Deportiva
- D) Días sugeridos para publicar los anuncios:
 - De lunes a viernes (en especial el lunes)

El anuncio de prensa resulta muy efectivo para emitir convocatorias, información sobre reclutamiento de personal, avisos, información sobre cursos y congresos.

Se prefiere el tamaño de un cuarto de plana aunque, cuando es necesario, esta medida puede variar a condición de que el diseño tenga la proporción adecuada.

LIMITES NORMATIVOS
(componentes y funciones)

Logotipo: es indispensable en todos los anuncios de prensa emitidos por la SCT. Su función principal es enfatizar el carácter oficial del comunicado, además facilitar su identificación.

Logotipos adicionales: se emplean para destacar la participación de empresas del Sector, gobiernos de los estados y de otras instituciones en el comunicado y también cuando se mencionan como patrocinadores para la realización de obras y servicios públicos.

Plecas: son de 3mm. de ancho y se colocan al principio del mensaje y al final del anuncio (ver figura 47).

Tipografía: Helvética medium en altas y bajas (ver figura 2).

Cierre: los anuncios de prensa siempre terminan con la leyenda:

"SUFRAGIO EFECTIVO NO REELECCION"

"SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES"

EJEMPLOS



**SECRETARIA
DE COMUNICACIONES
Y TRANSPORTES**



**GOBIERNO
DEL ESTADO
DE DURANGO**

FIDEICOMISO PARA LA COMISION NACIONAL DE CAMINOS ALIMENTADORES Y AEROPISTAS CONVOCATORIA

En cumplimiento de la Ley de Obras Publicas se convoca a las personas físicas o morales que cuenten con registro en el Padrón de Contratistas de Obras Publicas, a participar en las licitaciones para adjudicación de obras por contrato:

CONCURSO	Especialidad requerida (CATALOGO SFP)	OBRA		FECHAS		Capital contable mínimo requerido (millones)
		Ubicación, Descripción		Límite de inscripción	Apertura de proposiciones	
18 69	160	Terracerías, Drenaje y Revestimiento del Camino Santa Elena-Cañada del Maestr. Ego del km 14.700 al km 16.720		6 de octubre de 1969	22 de octubre de 1969 11:30 hrs.	300

A) REQUISITOS QUE DEBEN CUMPLIR LOS INTERESADOS PARA SU INSCRIPCION

Presentar en el Departamento de Apoyo y Estudios Básicos del Fideicomiso para la Comisión Nacional de Caminos Alimentadores y Aeropistas (Fideicomiso 195 CONACAL) ubicado en el Doctor Barragán 625 primer piso de las 9:30 a 15:00 horas, en la ciudad de México, D.F., solicitud de inscripción a la cual se anexaran los siguientes documentos:

1. Documentación en que se comprueba el capital contable mínimo requerido, mediante última declaración fiscal y estado financiero firmado por un contador público.
2. Registro actualizado en el Padrón de Contratistas de Obras Publicas.
3. Testimonio de acta constitutiva y modificaciones, en su caso, según su naturaleza jurídica.
4. Registro actualizado en la Cámara Nacional de la Industria de la Construcción.
5. Relación de los contratos en vigor que tengan celebrados tanto en la administración Pública, así como con los particulares señalando el importe total contratado y el importe por ejercer desglosado por anualidades.
6. Documentación que compruebe su capacidad técnica y experiencia en trabajos similares a los que son motivo de esta convocatoria.
7. Declaración escrita y bajo protesta de decir verdad de no encontrarse en los sueldos del artículo 37 de la Ley de Obras Publicas.

B) ENTREGA DE DOCUMENTOS

1. Los interesados inscritos recibirán la documentación del concurso respectivo, previo pago de la cantidad de \$ 115 000 (ciento quince mil pesos M.N.) importe de dicha documentación, mediante cheque o crédito autorizado a nombre del Fideicomiso 195 CONACAL.

C) PRESENTACION DE LA PROPOSICION Y FALLO

1. El acto de apertura de proposiciones se efectuará en la fecha y hora indicada en las pliegos del Centro SCT Durango sito en Carretera Durango-Torreon km 5 Pabellón Facera Durango, Ego.
2. La adjudicación se efectuará conforme a lo establecido en el artículo 36 de la Ley de Obras Publicas. En el acto de apertura de las proposiciones se dará a conocer el lugar, fecha y hora en que se dará el fallo correspondiente.

D) ANTICIPOS

1. Para la iniciación de los trabajos se pagará un anticipo del diez por ciento (10%) de la asignación para el primer período y además podrá exigirse para la compra de equipo y material de instalación permanente hasta un veinte por ciento (20%) de la asignación aprobada para el ejercicio de que se trate.

México D.F., a 25 de Septiembre de 1969

**SUFRAGIO EFECTIVO. NO REELECCION
SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES**

Figura 47.

EJEMPLOS

Principales diarios en que se publican los anuncios de la SCT.



Figura 48 bis.

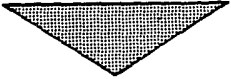
3

**PROPUESTA DE
PERIODICO
MURAL**

PERIODICO MURAL



**OBJETIVO, DIFUSION
Y PUBLICOS**



SECCIONES



**DIFERENCIAS Y SIMILITUDES
CON EL CARTEL**



**VENTAJAS Y DESVENTAJAS
CON RESPECTO A LA REVISTA INTERNA**



**DIFERENCIA ENTRE
PERIODICO MURAL Y TABLERO DE AVISOS**

3.1. PERIODICO MURAL

El periódico mural, como su nombre lo indica, es un soporte gráfico informartivo de bajo costo que está compuesto por texto e imagen, se publica periódicamente y se coloca en superficies planas, tales como muros, tableros de avisos, vidrieras, pasillos, etc.

3.2. OBJETIVO, DIFUSION Y PUBLICOS

1.- Fortalecer la imagen institucional de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Esto es, reafirmar su imagen como cabeza de Sector mediante la promoción de sus valores institucionales y su participación en el progreso de México.

2.- Fomentar las relaciones públicas internas y externas de la SCT.

Relaciones Públicas { Internas: propio personal
Externas: público en general

La función de las relaciones públicas es proyectar una imagen positiva de la Institución y del Gobierno Federal.

"De aquí la necesidad de que la organización empiece por establecer unas buenas relaciones públicas internas, antes de iniciar las externas. Unas malas relaciones internas no pueden originar buenas relaciones externas".*

* Ríos Zsalay, Jorge, "Relaciones Públicas", 2da edición, Trillas, México, D.F., p.21

Es por medio de las relaciones públicas que se enfatiza el valor del trabajo de las personas permitiendo de esta manera que el personal se sienta mejor con respecto a lo que hace, de modo que es probable que trabaje más.

3.- Información sobre objetivos, políticas y planes generales.

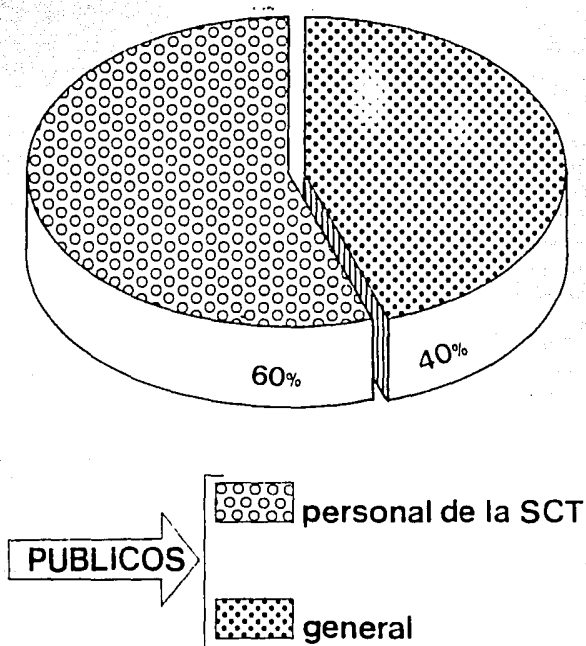
4.- Información sobre obras y avances del Sector.

5.- Información de acciones en los centros SCT en los estados.

6.- Información sobre programas de desarrollo personal (becas, promociones y cursos de capacitación), así como de temas educativos y culturales.

8.- Promoción de campañas del Sector y multisectoriales encaminadas al bienestar público.

Su difusión al igual que la revista interna, es a nivel nacional, abarcando no solamente Centros SCT, organismos y empresas del Sector, sino también otras dependencias del Gobierno Federal.



Gráfica 12.

3.3. SECCIONES

1a. Sección: acciones de la SCT.

Los artículos contenidos en esta sección únicamente abordarán temas relacionados con la SCT como cabeza de Sector difundiendo información referente a programas de trabajo, objetivos, políticas, así como destacar la labor de sus funcionarios:

2a. Sección: acciones del Sector.

En esta sección, los artículos contendrán información referente a obras realizadas por el Sector. Por ejemplo: puentes, puertos, faros, carreteras, telecomunicaciones, terminales aéreas, autobuses y de ferrocarriles.

3a. Sección: Promoción de campañas.

Sección empleada para difundir información de campañas realizadas por la SCT o por empresas del Sector, tales como Teléfonos de México, Ferrocarriles Nacionales de México, Autotransporte Federal de Carga, etc.

4a. Sección: acciones de los centros SCT en los estados.

Sección dedicada a destacar las funciones de los centros SCT en el interior de la República.

5a. Sección: SCT en la cultura.

Sección dedicada a temas educativos y eventos culturales realizados por la SCT.

Esta sección resulta ser muy importante a nivel interno, debido a que aquí se puede hallar información referente a eventos y convenciones, libros publicados por la SCT, información inherente al desarrollo personal proporcionando información acerca de cursos de capacitación y becas, además de promover actividades y eventos recreativos como cine, danza y teatro.

6a. Sección: Información de mejoras o prestaciones para trabajadores del sector público y difusión de campañas de bienestar general, tales como la Colecta Anual de la Cruz Roja Mexicana y la de "un día sin auto".

Por otra parte, el tamaño de las secciones dependerá de la importancia del artículo, por lo que se hace necesario clasificarlas en secciones fijas y móviles.

Secciones Fijas

- 1a. Acciones de la SCT
- 2a. Acciones del Sector
- 4a. Acciones en los Centros SCT en los estados

Secciones Móviles

- 3a. Promoción de campañas
- 5a. SCT en la cultura
- 6a. Información de campañas de bienestar general

3.4. DIFERENCIAS Y SIMILITUDES ENTRE EL CARTEL Y EL PERIODICO MURAL

Dentro de las similitudes que guarda el periódico mural con respecto al cartel podemos mencionar:

- a) formato
- b) asociación de imágenes y texto.
- c) colorido.
- d) impacto.
- e) difusión.
- f) sistema de impresión (offset).
- g) costo de producción.
- h) tiro.
- i) tamaño

"La diferencia fundamental que existe entre estos dos soportes gráficos es: en el periódico mural el texto es fundamental, mientras que en el cartel es algo accesorio que simplemente apoya la imagen, y en otras ocasiones la palabra bien puede evitarse. Su mecanismo de persuasión, por lo tanto, es opuesto; el cartel asesta su mensaje, el periódico mural propone su lectura".*

*González Llaca, Edmundo, "Teoría y Práctica de la Propaganda", Ediciones Sol, México, D.F., p. 153

3.5. VENTAJAS Y DESVENTAJAS CON RESPECTO A LA REVISTA INTERNA

Ventajas: ya que el costo de producción del periódico mural es menor que el de la revista interna actual, existe la posibilidad de imprimir el periódico mural a todo color. Para que el periódico sea leído en forma total, la información contenida debe limitarse a fin de seleccionar lo más importante, en la forma más clara y sintética que sea posible.

El tiraje del periódico mural puede ser menor que el de la revista interna ya que no se trata de una publicación personal.

Una ventaja final inherente a la colocación del periódico mural es la posibilidad de ser visto por un público más extenso que la revista, ya que puede colocarse en muros, tableros de avisos y vidrieras, lo que facilita su difusión aun en zonas muy apartadas.

Desventajas: aunque cuenta con el número de secciones indispensables, presenta una menor cantidad de secciones que la revista; posible colocación arbitraria (alrededor de columnas, en paredes poco visibles o sobresaturación de otros mensajes), destrucción por parte del público e imposibilidad de prever su tiempo de exhibición en buen estado.

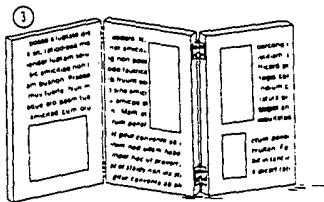
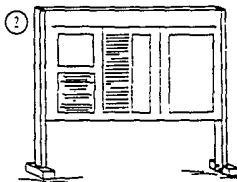
3.6. DIFERENCIA ENTRE PERIODICO MURAL Y TABLERO DE AVISOS

Básicamente el tablero de avisos es el antecesor más directo del periódico mural, de hecho algunos autores siguen considerándolo como la misma cosa, pero no es así ya que el tablero de avisos consiste en un bastidor de madera con una cubierta de formaica, corcho o carton en el que se colocan con cinta adherible o con chinchetas todo tipo de avisos, carteles e inclusive periódicos murales; ya que este último es un soporte gráfico hecho a base de secciones cuyo contenido es de carácter informativo y tiene una publicación periódica.

Para el tipo de pared.
1.20 m. de altura
por 1.80 m. de largo



Para el tipo movable.
1.20 m. de altura
por 1.60 m. de largo.



Para el tipo movable de biombo.
Secciones no mayores de 2 m. de altura
por 1 m. de ancho.

Figura 49. (tableros de avisos)

periódico **mensajero**
información para los trabajadores num 45

Del International de la Salud

SUERO RESTAURADOR

SOLIDARIDAD INTERNACIONAL

El Comité de Solidaridad Internacional del ICSU, en el marco de su programa de actividades, ha organizado una campaña de solidaridad para recaudar fondos que permitan financiar el proyecto de un suero restaurador para los niños de la zona de la Sierra de la Cruz, en el departamento de Antioquia, Colombia.

Este suero restaurador es un producto que ayuda a los niños a recuperar su peso y su salud, y a prevenir enfermedades graves. Es un producto que se prepara en el laboratorio del ICSU, y que se distribuye gratuitamente a los niños de la zona de la Sierra de la Cruz.

El ICSU es una organización internacional que trabaja por la salud y el bienestar de los trabajadores y sus familias. Su objetivo es mejorar las condiciones de vida de los trabajadores y sus familias, y promover la salud y el bienestar de todos.

Si deseas contribuir a esta campaña de solidaridad, puedes hacerlo de varias maneras. Puedes donar dinero, o puedes donar medicamentos, alimentos, o cualquier otro producto que pueda ser útil para los niños de la zona de la Sierra de la Cruz. Si deseas más información, puedes escribir al ICSU, o puedes llamar al teléfono 267 88 88.



PARA LLORAR DE GUSTO

El ICSU ha organizado una campaña de solidaridad para recaudar fondos que permitan financiar el proyecto de un suero restaurador para los niños de la zona de la Sierra de la Cruz, en el departamento de Antioquia, Colombia.

Este suero restaurador es un producto que ayuda a los niños a recuperar su peso y su salud, y a prevenir enfermedades graves. Es un producto que se prepara en el laboratorio del ICSU, y que se distribuye gratuitamente a los niños de la zona de la Sierra de la Cruz.

El ICSU es una organización internacional que trabaja por la salud y el bienestar de los trabajadores y sus familias. Su objetivo es mejorar las condiciones de vida de los trabajadores y sus familias, y promover la salud y el bienestar de todos.

Si deseas contribuir a esta campaña de solidaridad, puedes hacerlo de varias maneras. Puedes donar dinero, o puedes donar medicamentos, alimentos, o cualquier otro producto que pueda ser útil para los niños de la zona de la Sierra de la Cruz. Si deseas más información, puedes escribir al ICSU, o puedes llamar al teléfono 267 88 88.

LOS DERECHOS DE LOS NIÑOS

El ICSU promueve el respeto a los derechos de los niños, y trabaja para mejorar las condiciones de vida de los niños y sus familias. Los niños tienen el derecho a la vida, a la salud, a la educación, a la recreación, y a ser escuchados. El ICSU trabaja para garantizar que todos los niños tengan acceso a estos derechos.

El ICSU es una organización internacional que trabaja por la salud y el bienestar de los trabajadores y sus familias. Su objetivo es mejorar las condiciones de vida de los trabajadores y sus familias, y promover la salud y el bienestar de todos.

Si deseas contribuir a esta campaña de solidaridad, puedes hacerlo de varias maneras. Puedes donar dinero, o puedes donar medicamentos, alimentos, o cualquier otro producto que pueda ser útil para los niños de la zona de la Sierra de la Cruz. Si deseas más información, puedes escribir al ICSU, o puedes llamar al teléfono 267 88 88.

Pa' que se lo sepa...

El ICSU es una organización internacional que trabaja por la salud y el bienestar de los trabajadores y sus familias. Su objetivo es mejorar las condiciones de vida de los trabajadores y sus familias, y promover la salud y el bienestar de todos.

Si deseas contribuir a esta campaña de solidaridad, puedes hacerlo de varias maneras. Puedes donar dinero, o puedes donar medicamentos, alimentos, o cualquier otro producto que pueda ser útil para los niños de la zona de la Sierra de la Cruz. Si deseas más información, puedes escribir al ICSU, o puedes llamar al teléfono 267 88 88.

"Paz, sin Past"

El ICSU promueve la paz y el bienestar de todos. Trabajamos para mejorar las condiciones de vida de los trabajadores y sus familias, y para promover la salud y el bienestar de todos.

Si deseas contribuir a esta campaña de solidaridad, puedes hacerlo de varias maneras. Puedes donar dinero, o puedes donar medicamentos, alimentos, o cualquier otro producto que pueda ser útil para los niños de la zona de la Sierra de la Cruz. Si deseas más información, puedes escribir al ICSU, o puedes llamar al teléfono 267 88 88.

Compare calidad y precios antes de comprar

267 88 88

Figura 50 (ejemplo de periódico mural).

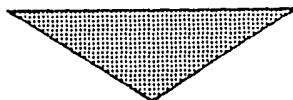
4

**FASE DE
REALIZACION**

LIMITES NORMATIVOS
(componentes y funciones)



PRODUCCION



**CRITERIOS DE
FORMACION**

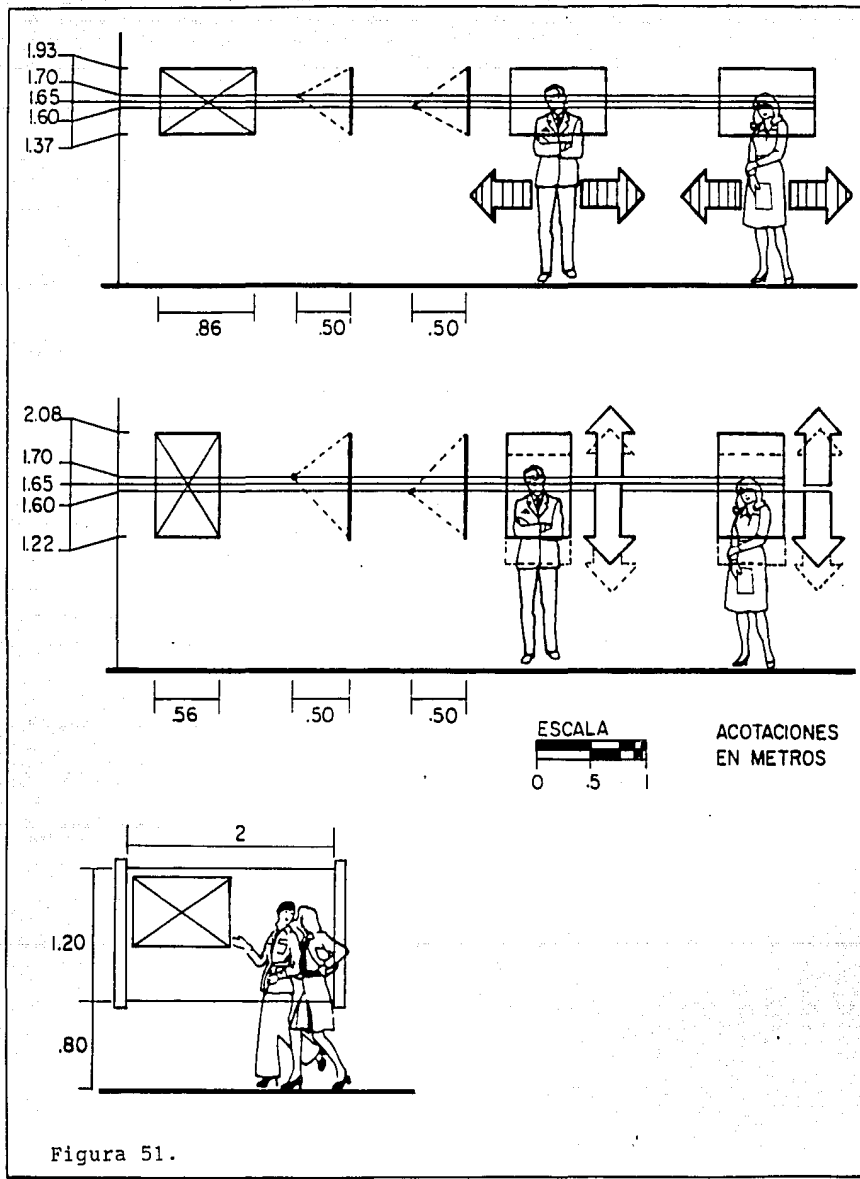
4.1. LIMITES NORMATIVOS (componentes y funciones)

El periódico mural está basado en posición horizontal de 56cm. x 86cm. que presenta las siguientes ventajas:

Facilita la observación evitando que el espectador tenga que agacharse o estirarse para leer su contenido, tal como sucedería en el caso de que el periódico mural se presentará en posición vertical, ya que la distancia máxima para dar lectura a un artículo en este tipo de publicación es de .50m. (ver figura 51).

Es recomendable colocarlo a una altura de 1.65m. en el centro del formato debido a que esta medida es igual a la estatura promedio en México.

ESTATURA PROMEDIO EN MEXICO	Hombres: de 1.60m a 1.80m = 1.70m	} 1.65m
	Mujeres: de 1.50m a 1.70m = 1.60m	



Reticula: se trata de una diagramación multidivisional que se aplica en campos, debido a que se requiere de una flexibilidad especial en el diseño del periódico mural ya que sesenta y cuatro campos reticulares cuando es a ocho columnas o 48 campos cuando es a seis columnas, facilitando su manejo en forma modular, es decir, simplificando la delimitación de las áreas que ocuparán los diferentes artículos (ver figura 53).

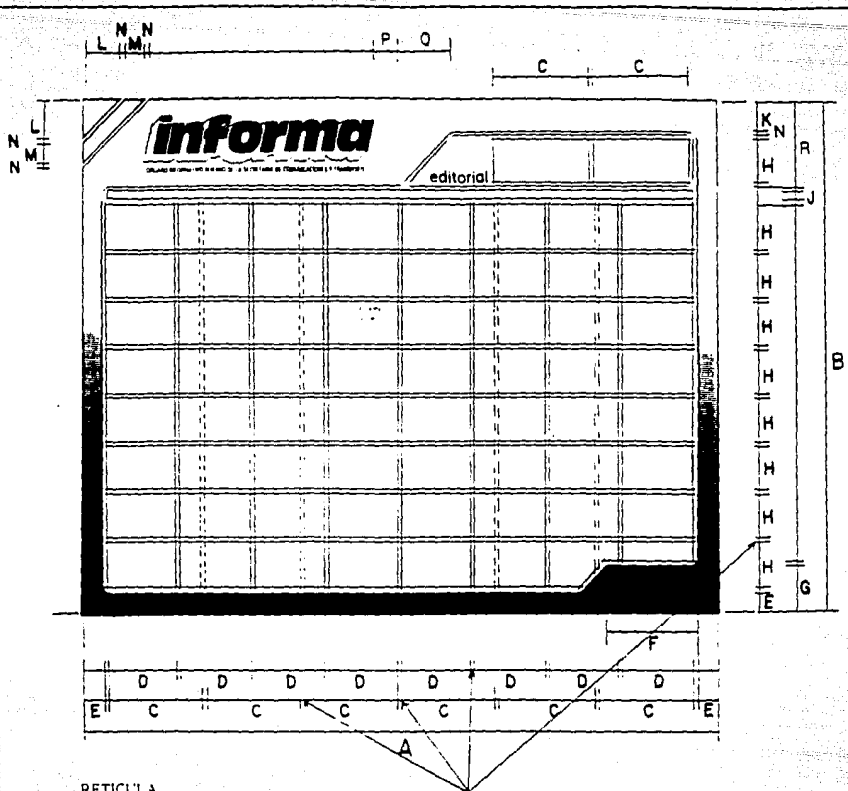
Logotipos: se colocan en un lugar especialmente diseñado para este propósito (ver figura 54), se ubica en la parte inferior izquierda del formato, "por ser esta el área de máxima resistencia y peso visual".*

El periódico mural por ser un órgano informativo de carácter oficial debe presentar los logotipos institucionales (logotipo de la SCT, el logotipo del sindicato nacional de los trabajadores de la SCT y opcionalmente el logotipo del voluntariado nacional) (ver figura 52).



Figura 52.

*Kandinsky, "PUNTO Y LINEA SOBRE EL PLANO", Ediciones de Bolcillo, Barcelona España, p.141 y 142



RETICULA

- A.- 86 cm. Formato (18 cartas)
- B.- 56 cm.
- C.- 31 picas (6) Columnas
- D.- 23 picas (8)
- E.- 2 cm. Ancho del marco

- F.- 11 cm. Area para logotipos oficiales
- G.- 5 cm.
- H.- 11.5 picas. Altura de los campos reticulares.
- J.- 2 picas. Altura para el directorio

- O K.- 3 cm. ancho del marco superior derecho
- L.- 5 cm. distancia Cenefa
- M.- 2.5 cm. ancho
- N.- 3 mm. Separación o filete
- O.- 1.5 picas. Corondeles
- P.- 1.5 cm. distancia de la cabecera al centro del formato.
- Q.- 7.7 cm. distancia del centro del formato a la parte superior del editorial.
- R.- 10.5 cm. Altura del área para la cabecera.

Figura 52.

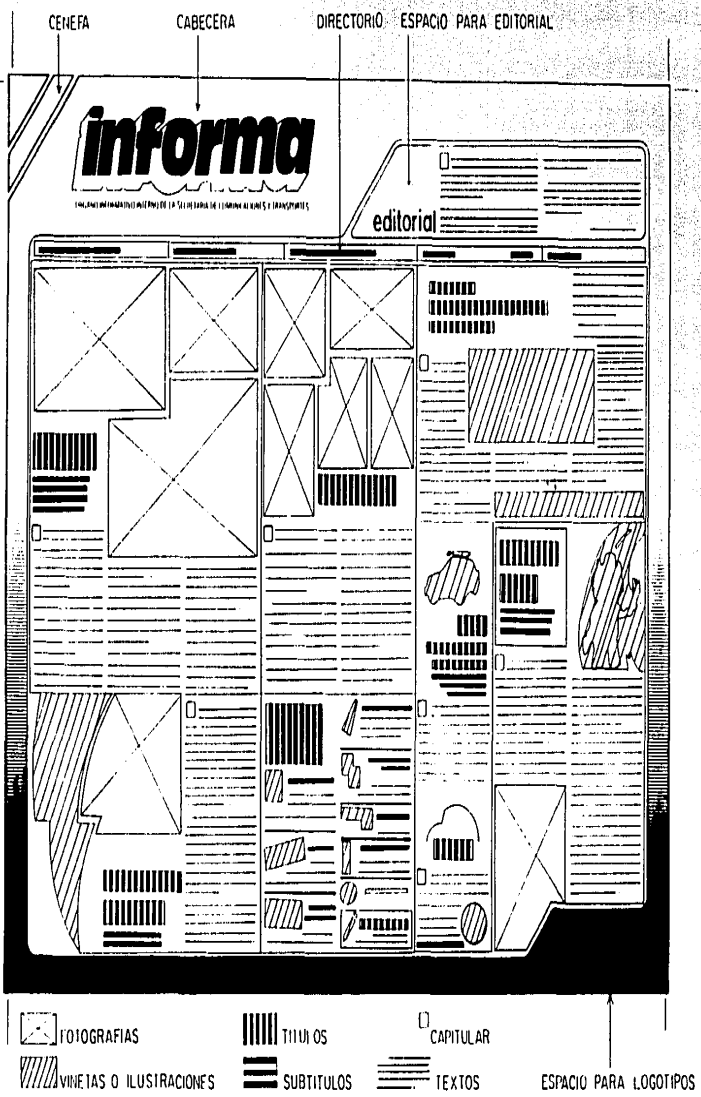


Figura 54.

informa

EDITORIAL

A los lectores de este periódico les informamos que el día 15 de mayo de 1984 se celebrará en el Hotel Nacional de la Habana el primer congreso nacional de la cultura. Este congreso tendrá como objetivo principal el estudio y la discusión de los problemas que plantea el desarrollo de la cultura en nuestro país. El congreso será organizado por el Ministerio de Cultura y tendrá una duración de tres días. En él participarán representantes de todos los sectores de la cultura cubana. El programa del congreso incluye conferencias, debates, talleres de trabajo y exposiciones. Se espera que este congreso contribuya a la definición de una política cultural que permita el pleno desarrollo de la cultura en Cuba.



OBRAS

Se ha iniciado la construcción de una gran obra de infraestructura en la zona de... Los trabajos consisten en la construcción de un sistema de transporte que permitirá mejorar la movilidad de la zona. El proyecto incluye la construcción de una estación de transferencia y la ampliación de las vías existentes. Se espera que esta obra contribuya a la dinamización económica de la zona y mejore las condiciones de vida de la población.



AVANCES

Se han alcanzado importantes avances en el desarrollo de la cultura en nuestro país. Entre los logros más destacados se encuentran la creación de nuevos centros culturales, la realización de numerosas obras de teatro y cine, y la promoción de la cultura popular. Estos avances demuestran el compromiso del gobierno con el desarrollo integral de la cultura cubana.

EN EL AUTOTRANSPORTE FEDERAL...



todo marcha sobre ruedas

REGULARIZATE!



CENTROS SCT

200 nuevas unidades



E

SCT en la CULTURA

El transporte federal juega un papel fundamental en el desarrollo de la cultura en nuestro país. A través de sus servicios, se garantiza el acceso de la población a los centros culturales, teatros y salas de conciertos. Además, el transporte federal contribuye a la difusión de la cultura popular y a la promoción de los artistas nacionales. Se espera que el fortalecimiento del transporte federal permita un mayor desarrollo de la cultura cubana.

L

H

ISSSTE



ARMANDO CAMO

sugerencias

Imagen: Es importante manejar un balance adecuado de imágenes y texto, para que el comunicado sea lo suficientemente atractivo para capturar la atención de los espectadores.

La imagen puede ser gráfica y fotográfica; en el caso de la imagen gráfica se puede hechar mano de recursos que van desde viñetas sencillas hasta ilustraciones de alto grado de detalle, además se puede explotar el recurso de la historieta para ser más ameno y explícito el contenido del artículo y de esta forma captar un mayor número de lectores. Cuando la imagen es fotográfica se manejan fotos a todo color, con duotono o blanco y negro, acordes con la información que contenga el artículo a fin de ilustrar y dar a conocer, gráficamente, obras y avances del Sector, así como los funcionarios de la SCT (ver figuras 54 y 55).

Cabecera: "es el elemento tipográfico más constante del periódico. Como vínculo de identificación entre el periódico y el lector, debe sugerir a la primera mirada su personalidad. Tiene que ser tipográficamente duradera y apropiada. Tiene que desarrollar una longevidad suficiente para que los lectores se familiaricen con ella, y llegar al público - local o forastero- al conocimiento de hasta qué punto es conservador, liberal, moderno, tradicional, etc."* (ver figuras 54, 55 y 56).

*García, Mario R., "Diseño y remodelación de periódicos", EUNSA, Barañin-Pamplona, p. 100

informa

ORGANO INFORMATIVO INTERNO DE LA SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES
figura 56.

El periódico mural propuesto para la SCT lleva por nombre "informa" debido a que este nombre estaba propuesto para un proyecto anterior que no se pudo llevar a cabo por falta de planeación.

Antique Olive Compact Italic

**ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRS
TUVWXYZab
cdefghijklm
nopqrstuvw
xyz12345678
90?!\$%()E&#*5**

Figura 57.

minúsculas, se distinguen mejor por su forma y tamaño proporcionando a su vez un aspecto juvenil e informal, contando con un gran tamaño para causar un mayor impacto, además tiene un tratamiento de volumen que sugiere solidez. Dicho volumen se maneja en color naranja (pantone Orange 021C) que hace un contraste de colores complementarios con el azul (pantone 298C) del marco del periódico mural. La tipografía aparece calada en blanco para aligerar el contraste antes mencionado, destacando perfectamente el nombre del periódico mural (ver figura 55).

La familia tipográfica empleada para formar la cabecera es la Antique Olive Compact Italic (figura 57) en minúsculas debido a que las cabeceras formadas con mayúsculas hacen difícil su lectura debido a la falta de contraste en el tamaño de las letras, en cambio las

Por último, la cabecera aparece acompañada de la leyenda "ORGANO INFORMATIVO INTERNO DE LA SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES".

Títulos: su función es dar nombre a cada artículo. Los títulos pueden usar la familia tipográfica que que mejor se adapte a la información contenida en el artículo (ver figura 55), sin embargo es recomendable que los títulos de las diferentes secciones del periódico mural entren dentro de un rango de treinta y seis a cuarenta y dos puntos, con el objeto de evitar que se quebrante la armonía del impreso. Se puede hacer uso de cualquier color siempre y cuando se distinga perfectamente del color del fondo.

Subtítulos: sirven para introducir al artículo. La familia tipográfica empleada para los subtítulos es la Helvética medium de 16 puntos en altas y bajas.

Textos: aquí se halla la información contenida en el comunicado. Tomando en cuenta que la lectura de los textos se hará aproximadamente a distancia de cincuenta centímetros, se propone un tamaño de doce puntos con dos puntos de interlínea.

Directorio: proporciona datos acerca de la dirección responsable de la publicación del periódico mural (nombre del director, nombre de la coordinación que lo realiza, nombre de la persona a cargo, nombre del diseñador o diseñadores que intervinieron, el número, mes y año) (ver figura 54).

Cenefa: su función es destacar días patrios y días festivos relacionados con el Sector (día del caminero, día del ingeniero, día del telegrafista, etc.).

Capitulares: al principio de cada artículo se emplean como elemento decorativo; se combinan con fotos y dibujos para crear interés visual. La familia tipográfica empleada para los capitulares es la Helvética medium de treinta y seis puntos.

Editorial: En todos los medios periódicos (prensa, radio, televisión, etc.) invariablemente se destina un espacio llamado "editorial" para expresar la opinión, punto de vista e inquietudes del editor o de la redacción. Lo anterior obedece principalmente al hecho de que todos esos medios son informativos únicamente, en el ámbito de las noticias. El elemento interpretativo, entonces, se introduce en el editorial.

Para el caso del periódico mural propuesto se ha ubicado en la parte superior derecha por:

- a) considerarse un punto óptico de importancia primaria.
- b) por poder de esa forma diferenciarse del resto del contenido del periódico, cuya característica es evidentemente informativa.
- c) no se considera necesario destinarle mayor espacio, en vista de que este genero de opinión normalmente sólo interpreta la información contenida en esa edición.

4.2 PRODUCCION

Dentro de las opciones de producción recomendables se pueden mencionar dos, las cuales se pueden apreciar en la siguiente gráfica:

PERIODICO MURAL	TIRO		TINTAS		IMPRESION		SOPORTE	
	1000 A 5000	5000 O MAS	2	4 SELECCION DE COLOR	OFFSET	OTROS	PAPEL BOND	PAPEL COUCHE
NORMAL								
AUSTERO								

Gráfica 13.

4.3. CRITERIOS DE FORMACION

El diseño de la retícula del periódico mural (ver figura 52), es básicamente un sistema de formación modular que tiene por objetivo facilitar la designación de áreas para diferenciar sin problemas un artículo de otro, es decir, que cada artículo ocupa un módulo, el cual se halla delimitado ya sea por medio de color o enmarcándolo.

El sistema modular permite que un artículo pueda ser formado por separado del resto del periódico mural, lo cual hace posible que intervengan varios diseñadores, dando como resultado una mayor calidad tanto en la formación y diseño del periódico mural. Además el sistema modular, hace posible que el periódico mural pueda ser formado por computadora, por medio de programas diseñados especialmente para diseños editorial y como ejemplo de estos podemos mencionar los programas Ventura, Page marker, Ready set go, History board, etc. Estos programas con un manejo apropiado pueden lograr una calidad excelente y una velocidad de formación insuperable para el ser humano (ver figura 58).

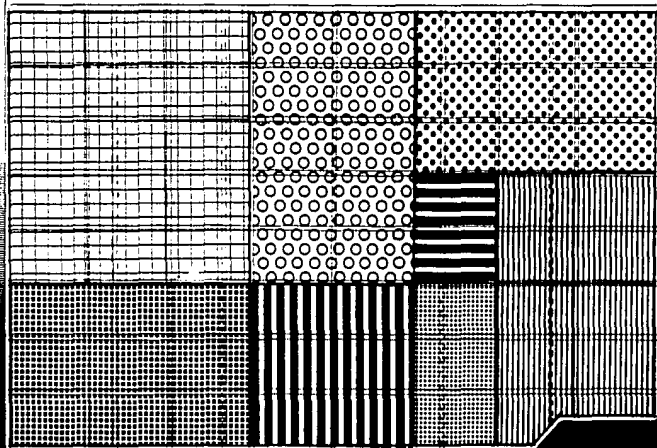


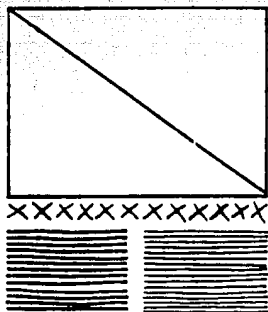
Figura 58.

"En nuestra cultura, tenemos un orden lógico de lectura, que va de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo; tratar de innovar ese orden sólo equivale a confundir al lector. orden sólo equivale a confundir al lector.

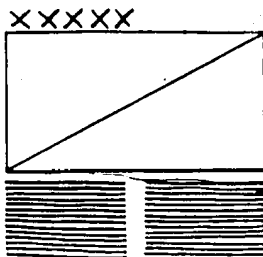
Es recomendable evitar la simetría, debido a que puede confundir al lector y por lo tanto restarle impacto. Es por esto que se debe variar el tamaño y distribución de los módulos".*

*Rius, "Vida de cuadritos", Grijalbo, México, D.F., p. 188

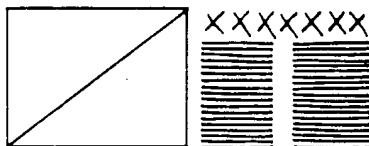
Recomendaciones para el manejo de espacio en las secciones.



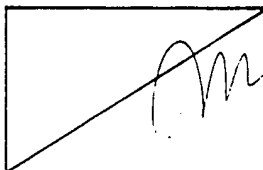
Preferiblemente, se coloca la foto que acompaña a un texto, sobre dicho texto.



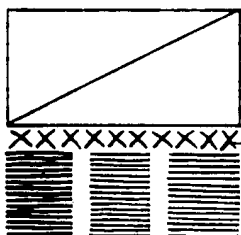
En el caso de una foto sola, sin artículo que la acompaña, el título se coloca sobre la foto, lo que separa el título del texto.



Otra manera de hacerlo, más horizontal, es poniendo el texto a la derecha de la foto.



En muchas ocasiones, aparece el texto sobre la foto, algo que causa confusión para el lector que tiene la tendencia a mirar la foto primero y luego buscar el texto. En este caso el movimiento de abajo hacia arriba no es normal, si seguimos las reglas básicas de diseño.



Si la foto aparece con un pequeño texto de descripción, el título a 14 o 18 puntos aparece sobre el material del texto, no sobre la foto.

Figura 59.

LOVE



Cuando no se dispone de fotos para ilustrar un artículo, el diseño gráfico puede realzar el aspecto general de la página. Obsérvese cómo surge una estructura tridimensional de la «E» de LOVE.

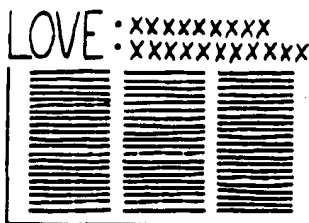


En este ejemplo (adecuado para una zona de por lo menos cuatro columnas), la palabra LOVE debe ser tan grande que el rasgo ascendente de la «L» sirva como línea de apoyo para el título que le acompaña, y también para otras letras de la misma palabra.

LOVE



El tratamiento vertical del mismo artículo obliga a componer la palabra LOVE en versales con un subtítulo inmediatamente debajo, pero sangrado por lo menos seis picas



En este boceto se utiliza una palabra en versales, rodeada de títulos y texto.

Figura 60.

5

APENDICE

No obstante que el análisis gráfico de los materiales se llevó a cabo con un método "empírico" (esto en virtud de un contenido de información completa, para hacer una investigación más profunda), en el presente capítulo quiero retomar algunos conceptos de destacados comunicadores que pueden mejorar los procesos de comunicación, diseño y evaluación de la SCT.

Si hubiéramos partido de un análisis muy estructurado y metodológico, mucha de la información se hubiera cubierto con supuestos. Es por ello que consideré más pertinente partir de la información de los materiales gráficos existentes en la SCT, así como de su difusión. Considero que esto me dio respuestas claras y objetivas para la realización de próximos trabajos de diseño gráfico.

Los considerandos que a continuación aparecen, si bien no representan un método, son aspectos viables a incluirse dentro del proceso de diseño, elaboración y evaluación de cualquier programa de comunicación social.

Este análisis conjuntaría a su vez:

- Un análisis desde el punto de vista sintáctico. Es decir, se estudiaría la relación de cada elemento gráfico de los comunicados gráficos consigo mismo. Esta dimensión monódica tendría que describir cada elemento gráfico de cada comunicado analizado en cuanto a su forma, dimensión, color, dirección, textura, forma de agrupación de elementos, familias utilizadas (en caso de texto), versión, puntaje, interlineado, número de columnas de texto, justificación y profundidad del mismo, etc
- Un análisis desde el punto de vista semántico. Se estudiaría la relación entre cada elemento del comunicado gráfico y sus significados. Ello implica una relación diádica que se da entre el signo y el obje-

to o idea al cual designa. Se trataría de traducir la sintaxis (el orden y estructura de los elementos gráficos empleados) para interpretar su significado.

-Un análisis pragmático implicaría tratar la relación entre el comunicado y sus usuarios. Ello nos llevaría a analizar una relación triádica (entre el receptor del comunicado y sus interpretantes o receptores). Se haría un juicio de valor para interpretar su aspecto práctico y la función que se lleva a cabo.

De esta manera, se llegaría a una evaluación del material analizado (lo cual fue llevado a cabo, siguiendo otro proceder) para concluir si todos los comunicados gráficos estudiados cumplen satisfactoriamente con su función, así como para proponer la modificación de algún impreso que pudiera beneficiarse de un rediseño o para la implementación de algún otro comunicado que llenara un hueco dentro de los requerimientos de comunicación de la SCT o que pudiera suplir a otro impreso de acuerdo a las conclusiones planteadas en la evaluación del material.

En este trabajo se llevó a cabo la última opción. La propuesta busca tener la facultad de integrarse al conjunto de comunicados gráficos de la SCT. De esta manera, según el principio gestáltico, pretende, mediante la estructura o configuración formal descrita en el capítulo 4 (Fase de realización), tener la facultad de integrarse al conjunto, según el principio sinérgico, para poder interactuar en forma dinámica en el discurso coherente conformado por la totalidad de impresos emitidos por la SCT.

Podemos decir que, desde mi punto de vista, la propuesta gráfica es el resultado de una búsqueda y ordenación armónica y planeada de elementos gráficos (signos, texto, logotipos, fotografías, ilustracio-

nes, color, placas, líneas, etc.) para construir un mensaje coherente que pueda ser capaz de insertarse en el discurso cohesionado de impresos que ha publicado la SCT.

Como se ha mencionado anteriormente, considero que el mensaje presenta una articulación de elementos pertenecientes a un código o a un sistema de convenciones explícitas y socializadas* de tipo lingüístico (textos), icónico (imágenes, logotipos, ilustraciones, viñetas) y cromático (de color) que puede ser entendido por el receptor y que busca transmitir el mensaje del emisor, que en este caso es mantener informado al personal de la SCT sobre lo que acontece en su centro de trabajo y sobre los programas culturales que están a su disposición, en forma óptima.

Por otra parte, al analizar al periódico mural tomando en cuenta las funciones lingüísticas tomadas de la teoría de las comunicaciones de Roman Jakobson, podríamos decir que la propuesta gráfica cumple básicamente con las siguientes funciones:

-Referencial: Define la relación entre el mensaje y el objeto al que hace referencia. El periódico mural formula información verdadera, objetiva, observable y verificable a partir del referente (aquello de lo que se habla). El comunicado pretende informar a su personal sobre el acontecer de la Secretaría. Presenta los programas vigentes. Tiene una información informativa con el fin de que el empleado esté enterado de sus derechos y obligaciones laborales. También tiene una función hasta cierto punto cultural al informar sobre las oportunidades de esparcimiento y recreación de que el empleado de la institución puede disfrutar dentro de su centro de trabajo, tales como el cine club.

* La Semiología, Pierre Guiraud, p. 36

De manera fortuita, también da a conocer a cualquier otra persona que tenga la oportunidad de leer el periódico mural sobre qué es, cómo es y qué tipo de obras y actividades se llevan a cabo en la Secretaría.

-Connotativa, conativa, implicativa o conminativa: Define la relación entre el mensaje y el receptor. El mensaje finalmente procura obtener cierta reacción por parte del receptor. En este caso, mediante el impreso, se busca que el empleado participe en los programas de la SCT, asista a los eventos y que haga uso de sus derechos y que cumpla con las obligaciones que le son dadas a conocer mediante la lectura del periódico mural. Es decir, se trata de que el empleado actúe en forma organizada dentro del conjunto de acciones que son llevadas a cabo en la Secretaría.

-Fática: Define la relación entre el mensaje y la propia comunicación. Mediante el conjunto de elementos gráficos que conforman el periódico mural, se hace todo lo posible por atraer la atención del lector para en su recorrido por las instalaciones de la SCT se detenga y se acerque a leer el mensaje, para que lo continúe leyendo (por medio del uso de diversos elementos gráficos tales como color, disposición de texto, figura, utilización de ilustraciones y fotografías, etc.) y para que no decaiga su interés, es decir, para tratar de controlar el canal de comunicación.

Pienso que sobre todo la función referencial nos remite a un modo de significación básicamente denotativa, es decir, al significado del mensaje concebido objetivamente.

Desafortunadamente, un análisis del mensaje a nivel connotativo es decir, relativo a los valores subjetivos atribuidos al comunicado debido a su forma y a su función y directamente relacionado con la f

ción emotiva, que tiene que ver con la postura del emisor con respecto al referente y también con la probable opinión del receptor con respecto al mensaje implicaría averiguar como interpretan a nivel subjetivo los empleados a su centro de trabajo, a sus labores y a los programas que se lleavn a cabo en la SCT, lo cual, a mi modo de ver, correspondería a un análisis socio-económico-político-laboral que rebasa los límites del presente trabajo.

6

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Umberto Eco, en su libro, Cómo se hace una tesis, considera que ningún tema puede ser considerado banal, remoto o periférico, ya que, si se trabaja correctamente, se pueden obtener conclusiones útiles. El afirma que es mejor restringir el campo de trabajo, ya que siempre es posible abarcar un tema limitado que pretender llevar a cabo un estudio demasiado ambicioso. Eco piensa que no importa el tema elegido, siempre y cuando se asienten los criterios a seguir y se explique por qué se hacen a un lado algunos aspectos del campo a estudiar. Según Eco, el tema es secundario respecto al método de trabajo y a la experiencia que de él se extrae. Además afirma que que la elección de un tema muy particular no implica no estudiarlo a fondo. Un proyecto ideal se basa, desde la perspectiva de Eco, en las características básicas del "fenómeno real", para ello es necesario investigar el fenómeno existente, lo cual se llevo a cabo en el capítulo 1º (PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA) del presente trabajo.

Eco abunda en este aspecto de la selección del tema a tratar, señalando lo siguiente: "sobre un tema tan poco erudito y falto de literatura crítica (haciendo referencia de radios libres en Italia de 1975 a 1976), se puede hacer un trabajo útil a los demás, que pueda insertarse en una investigación más amplia, indispensable para quien quiera profundizar sobre el tema y libre de vaguedades, observaciones casuales y extrapolaciones atolondradas.

Además, Eco señala que el tema elegido debe corresponder a los intereses del tesista, así como a su experiencia escolar y laboral.

El presente trabajo surgió de un análisis de los sopor-tes gráficos más comunes en la Secretaría de Comunicaciones y Transportes emplea para su comunicación interna y externa. Para entender mejor el propósito de su política de comunicación gráfica fue necesario analizar sus funciones, así como los objetivos que maneja en torno a la comunicación social.

Al analizar este material mediante un método analítico interpretativo, se llegó a la conclusión de que gran parte de los comunicados gráficos secretaría cumplen con sus objetivos; tal es el caso de los carteles, folletos, material de apoyo y libros. Sin embargo por una mala política de programación, presentan problemas estructurales de comunicación. Además la difusión de algunos de estos comunicados gráficos no es lo suficientemente amplia, como sucede en el caso de los libros.

Así pues al haber localizado un problema auténtico de comunicación ubicado en un contexto específico dado en una institución existente, utilicé una metodología que facilita y guía la resolución del problema. El desarrollo de esta metodología me ha hecho posible trabajar mediante un proceso de diseño que a la vez puede ser útil al resolver otros problemas de diseño.

Eco también hace hincapié en la importancia de elaborar un método de trabajo que el tesista pueda ser capaz de manejar, de acuerdo a su experiencia, ya que la tesis debe ser concebida de tal forma, que el tesista pueda llevarla a cabo. Según Eco cada estudiante lógicamente elegirá una aproximación al problema va de acuerdo con la manera con que el resuelve sus problemas profesionales. Eco señala que nadie puede traicionar sus intereses, y estos se verán reflejados en la estructura y desarrollo del trabajo.

A mi parecer fue muy provechoso el haber trabajado en un proyecto para la Secretaría de Comunicaciones y Transportes desde el interior de la institución, ya que tuve acceso a sus diferentes aspectos, lo que, además de mi experiencia laboral como integrante de la Subdirección de Comunicación Gráfica durante cuatro años, facilitó la realización de la propuesta en lo que respecta a mayor conocimiento del problema a resolver.

De igual forma, esto hizo posible averiguar la opinión del personal respecto a la revista interna, lo que dio pie a la propuesta de una publicación útil y relacionada con sus intereses.

Al ser empleado de la SCT, me beneficiaré al contar con medio de comunicación interno atractivo y mejor realizado que la actual revista, a la cual suplirá; podré ser testigo de su desarrollo y evolución al participar en su realización en el momento en el que éste sea implementado.

En el ámbito profesional, la elaboración de la propuesta me ha dado la experiencia para llevar a cabo otros proyectos gráficos con objetivos definidos. Considero que la investigación y práctica obtenidas en la realización del periódico mural expuesto me permitirán resolver otros problemas de Comunicación Gráfica que deba afrontar en el futuro, valiéndome de un método de trabajo más eficaz.

Eco señala en la página 24 del libro mencionado que "Hacer una tesis significa aprender a poner orden en las propias ideas y a ordenar los datos: es una especie de trabajo metódico; supone construir un 'objeto' que en principio, sirva también a los demás".

En la página 38, Eco afirma: "Una tesis sirve ante todo para aprender a coordinar las ideas, independientemente del tema". Eco habla de esta idea en la página 15 al señalar que la experiencia de la tesis puede servir como "elaboración crítica de una experiencia, como adquisición de una capacidad para localizar los problemas, para afrontarlos con método, para exponerlos siguiendo ciertas técnicas de comunicación".

Eco también considera que escribir una tesis es un ejercicio de comunicación en el que debe haber un público, representado por el Director de tesis. Si el Director de tesis acepta el planteamiento de trabajo, es porque cree que se logrará llegar a los objetivos del mismo. Tanto estos objetivos como la hipótesis de trabajo quedan establecidos en el índice. Su función es definir el "ámbito de la tesis", sus límites y sus alcances.

Una vez establecidos estos límites se procuró hacer un trabajo serio (evidentemente sin abarcar aspectos o analizar el problema desde

puntos de vista no señalados ni prometidos en el índice).

En el análisis realizado, encontré que la actual revista interna es un medio costoso, impopular, falto de suficiente impacto visual, que requiere de una amplia difusión, ya que se trata de una publicación personal. Tomando en cuenta que el contenido de la misma no presenta gran atractivo para el personal de la SCT, su costo es muy elevado.

Debido a su falta de difusión, y al atraso en su tiempo de producción, no cumple con las necesidades de información que requiere el personal de la SCT, dado que la información contenida no está actualizada.

La revista aparece tarde y no tiene suficiente audiencia, ya que no es interesante.

Sus objetivos no se cumplen en forma adecuada; no presenta toda la información que los empleados de la SCT necesitan saber.

Por ello, concluí que es indispensable implementar un medio informativo interno capaz de sintetizar la información de casi todos los soportes gráficos informativos existentes.

Se propone como sustituto de la revista interna un periódico mural, ya que resulta más eficaz, económico y atractivo.

Para garantizar un mejor éxito de comunicación interna, se tomaron en cuenta los aciertos de cada soporte gráfico analizado para incorporarlos al periódico mural, tratando de no caer en los defectos anteriores. Por ejemplo, de la revista interna se tomó el manejo de secciones fijas y móviles con el fin de incorporar artículos diversos; del cartel se tomó el formato, así como la integración de imagen y texto, el colorido y el sistema de impresión, de los folle-

tos, material de apoyo y anuncios de prensa, se tomó la información de apoyo a campañas y programas del Sector y de otros organismos del gobierno federal.

Además de tomar en cuenta los puntos más positivos de cada comunicado gráfico, se propone que el periódico mural abra una sección para dar a conocer los títulos de los libros publicados por la SCT y en dónde pueden ser consultados. En esta misma sección se promocionan los eventos oficiales, culturales, artísticos y deportivos en los que interviene la SCT. De esta manera, se pretende ampliar la información de interés para los empleados de la Secretaría.

Por el manejo y disposición de los diversos elementos gráficos que constituyen el comunicado, considero que el periódico mural es atractivo, sintético, por lo cual será capaz de despertar el interés del público. Al aparecer en forma oportuna, al cumplir en forma más acertada con sus objetivos de comunicación, al presentar la información en forma más organizada y al simplificar los mensajes, la propuesta hará más factible que el público se interese en ella. El periódico mural se ubicará en diversos y numerosos lugares de la Secretaría y de otros organismos del Sector, por tanto, facilitará su lectura al estar al alcance de los empleados, cosa que no ocurría con la revista.

El periódico mural incluye en su contenido no solamente información oficial, como en el caso de la revista interna, sino que también maneja información referente al personal en sí, y tópicos más populares de interés general, es decir, se constituye como un medio más informal y cercano al personal. Se ha procurado que el periódico mural sea acorde a la imagen institucional de la SCT.

El periódico mural refleja el trabajo del personal, por ello, será un medio que permitirá motivar al mismo, lo cual fomentará una mayor eficiencia en su desempeño laboral.

El periódico mural es más fácil de transportar y tiene una menor cantidad de ejemplares que la revista interna. También llegará a más sitios e incluso podrá tener una cobertura total del sector.

El haber aplicado diariamente los lineamientos de diseño establecidos por la Guía de Normas Creativas a lo largo de algunos años, me permitió desarrollar un comunicado que forma parte y que puede integrarse en forma eficaz a la serie coherente de impresos que se manejan en la Secretaría.

En mi opinión, el presente trabajo aborda un tema poco tratado en otros trabajos de tesis de la ENAP, por lo cual espero que el desarrollo del proceso de diseño del periódico mural pueda ser de utilidad, ya sea como referencia o consulta para la realización de algún otro trabajo que presente características semejantes al aquí expuesto.

A mi parecer, el tratar temas que no han sido ampliamente analizados en la escuela (ENAP) puede acrecentar el material de lectura con que cuenta la institución.

BIBLIOGRAFIA

Baena, Guillermina, Instrumentos de Investigación, 12ª edición, México, D.F., Editores Unidos Mexicanos, 1984, 134p.

Chávez Chávez, Esteban, Manual para la elaboración del periódico mural, México, D.F., Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), 1987, 36p.

Deal, Terrence E. y Kennedy, Allan A., Culturas Corporativas, México, D.F., Fondo Educativo Interamericano, 1985, 145p.

del Río, Eduardo (RIUS), La vida de cuadritos, 2ª edición, México, D.F., Editorial Grijalbo, 1984, 207p.

Evans, Harold, Diseño y compaginación de la prensa diaria, Barcelona, España, Editorial Gustavo Gili, 1984, 228p.

García, Mario, Diseño y remodelación de periódicos, Pamplona, España, Editorial EUNSA, 1984, 302p.

González Llaca, Edmundo, Teoría y Práctica de la Propaganda, México, D.F., Editorial Grijalbo, 1981, 200p.

Guía de Normas Creativas, México, D.F., Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 1983, 71p.

Kandinsky, Punto v Línea sobre el Plano, 6ª edición, Ediciones de Bolsillo, Barcelona, España, 1983, 211p.

Lovet, Jordi, Ideología v Metodología del Diseño, 2ª edición, Barcelona, España, Editorial Gustavo Gili, 1981, 161p.

Müller-Brockmann, Josef y Shizuko, History of the Poster, Zurich, Suiza, Ediciones ABC, 1971, 244p.

Müller-Brockmann, Josef, Sistemas de Retículas, Barcelona, España, Editorial Gustavo Gili, 1981, 179p.

Rios Zsalay, Jorge, Relaciones Públicas, 2ª edición, México, D.F., Editorial Trillas, 1986, 132p.

Thurnbill, Arthur y Baird, Russell, Comunicación Gráfica, México, D.F., Editorial Trillas, 1986, 429p.