

1
2ej

ESTUDIO COMPARATIVO DEL PROCESO DE DISEÑO
Y PROPUESTA A PARTIR DE DOS EJEMPLOS

TESIS PARA OBTENER EL TITULO
DE LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO
GENERACION: 1978-81-82

SILVIA MARCELA ACEVES CORONADO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO



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.

INTRODUCCION

IMPRENTA MADERO.....15

Algunos antecedentes..... 15

**ESQUEMA ESTRUCTURAL DEL MOVIMIENTO DE LA
IMPRENTA MADERO..... 18**

Distribución del trabajo..... 20

Producción del trabajo..... 21

**PROCESO DE DISEÑO E IMPRESION DE LA IMPRENTA
MADERO 23**

Análisis del material..... 23

Bocetos..... 23

Tipografía..... 25

Machote..... 27

Armado de originales..... 29

Armado de negativos y láminas..... 29

Impresión..... 32

Acabado..... 33

EJEMPLO No. 1 DESARROLLO DE UNA REVISTA EN IMPRENTA MADERO.....	34
<i>Análisis del material.....</i>	<i>34</i>
<i>Investigación.....</i>	<i>35</i>
<i>Descripción general del contenido.....</i>	<i>37</i>
<i>Datos proporcionados por el cliente.....</i>	<i>37</i>
<i>Planeación y diseño.....</i>	<i>38</i>
<i>Bocetos.....</i>	<i>39</i>
<i>Tipografía.....</i>	<i>42</i>
<i>Machote.....</i>	<i>46</i>
<i>Armado de originales.....</i>	<i>48</i>
<i>Impresión.....</i>	<i>55</i>
ALFONSO CAPETILLO Y ASOCIADOS.....	57
<i>Algunos antecedentes.....</i>	<i>57</i>
<i>Normas profesionales.....</i>	<i>58</i>
<i>Administración.....</i>	<i>60</i>
PROCESO DE DISEÑO DE ALFONSO CAPETILLO Y ASOCIADOS.....	61
<i>Departamento de mercadotecnia.....</i>	<i>63</i>
<i>Departamento de arte.....</i>	<i>63</i>
<i>Análisis del material.....</i>	<i>63</i>
<i>Bocetos.....</i>	<i>64</i>
<i>Dummy o prototipo.....</i>	<i>64</i>
<i>Departamento de producción.....</i>	<i>66</i>
<i>Tipografía.....</i>	<i>67</i>
<i>Laboratorio.....</i>	<i>67</i>
<i>Armado de originales.....</i>	<i>67</i>
<i>Aprobación de los originales por el cliente.....</i>	<i>68</i>
<i>Impresión.....</i>	<i>68</i>

EJEMPLO No. 2 DESARROLLO DE UNA REVISTA EN ALFONSO CAPETILLO Y ASOCIADOS.....	70
<i>Análisis del material.....</i>	<i>70</i>
<i>Antecedentes.....</i>	<i>70</i>
<i>Descripción general del contenido.....</i>	<i>70</i>
<i>Datos proporcionados por el cliente.....</i>	<i>71</i>
<i>Planeación y diseño.....</i>	<i>72</i>
<i>Bocetos.....</i>	<i>73</i>
<i>Dummy.....</i>	<i>75</i>
<i>Tipografía.....</i>	<i>79</i>
<i>Corrección y aceptación del dummy por el cliente.....</i>	<i>80</i>
<i>Tipografía.....</i>	<i>84</i>
<i>Armado de originales.....</i>	<i>87</i>
<i>Impresión.....</i>	<i>89</i>
CONCLUSIONES Y PROPUESTA.....	92
INDICE DE TERMINOS TECNICOS (POR NUMERO).....	109
INDICE DE TERMINOS TECNICOS (ALFABETICO).....	126
BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.....	141
BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA.....	145

INTRODUCCION

Este trabajo nació debido a mi inquietud de poner en práctica los conocimientos teóricos que adquirí en la Carrera de Diseño Gráfico₁ de la Escuela Nacional de Artes Plásticas.

10

Desde mi punto de vista, al egresar de dicha carrera, obtuve un gran cúmulo de conocimientos teóricos, los cuales no siempre iban apoyados con ejemplos prácticos; me enfrenté al hecho de que al iniciar un trabajo en el campo profesional no sabía cómo ni por dónde debería abordar un proyecto gráfico₂ de diseño.

¿Dónde puede un egresado poner en práctica los conocimientos adquiridos?

Definitivamente en el campo del diseño donde va a concretizar su teoría, habilidad y creatividad.

1 Las notas encontradas a partir de este número están relacionadas con el índice de términos técnicos (por número) e índice de términos técnicos (alfabético) que se encuentra en la parte final de esta tesis.

A lo largo de este trabajo pretendo describir mis experiencias en dos instituciones privadas que se dedican al Diseño Gráfico en México: por una parte la Imprenta Madero, institución fundada hace treinta y tres años por la iniciativa privada. Su trabajo abarca más de tres décadas en la vida cultural del país, incluso se ha integrado el Grupo Madero que ya se está convirtiendo en una tradición dentro del Diseño Gráfico en México. Quizá por esto, cuando uno todavía es alumno se pregunta cómo trabaja el Grupo Madero.

El otro ejemplo es el despacho Alfonso Capetillo y Asociados, establecido hace quince años con una trayectoria bien definida en el trabajo de diseño en México.

11

En ambos casos mostraré cuál fue la metodología para abordar un proyecto de diseño y ejemplificaré uno a uno los pasos que se siguieron en las dos empresas para la producción de una revista.

Los temas y presentaciones de cada una de ellas son muy distintos. El contenido y las políticas de dichas revistas no se analizarán en el presente trabajo, pues éste consiste únicamente en una evaluación, a manera de ejemplo, de los procedimientos necesarios para el diseño, realización y producción de una revista cualquiera; y no de si el contenido es válido o falso, ni tampoco si se está a favor o en contra de él.

(Cuando un diseñador trabaja por su cuenta puede aceptar o rechazar un trabajo según sus opiniones, pero si es empleado tiene, en todos los casos, que realizar su trabajo lo mejor posible, esté o no de acuerdo con el tema, finalidad y políticas del cliente).

En este trabajo se pretende, como ya dije antes, describir mis experiencias en esas instituciones. Por otro lado, estos ejemplos van encaminados a dos fines específicos que son:

En primer lugar presentar a alumnos recién egresados de la carrera de Diseño Gráfico cuál puede ser su campo de trabajo.

En segundo lugar. haré una serie de recomendaciones, como por ejemplo, el trato al cliente, la importancia del tiempo, entre otros, y también propondré unas "formas básicas" para que el mismo diseñador lleve un control de su trabajo, lo que podrá permitirle abordar proyectos gráficos.

12

Todo proyecto de Diseño Gráfico requiere una disciplina de trabajo; también se necesita saber tomar decisiones en el momento preciso y comprobar que el trabajo es parte de un todo, una obra impresa ya sea un libro, un cartel, una revista, un folleto, etc.

Saber tomar decisiones atinadas, explícitas; distribuir el trabajo en forma ordenada y lógica, y coordinar la realización del conjunto del proyecto son los factores mas delicados e indispensables para el desarrollo de todo trabajo de Diseño Gráfico.

Una vez descritas mis experiencias en ambos casos, se tendrá una idea clara del proceso de trabajo en cuanto a organización y producción de las instituciones mencionadas.

En la primera etapa de la introducción, se hablará del objetivo de este trabajo, incluyendo experiencias escolares y profesionales, se hablará también del tipo de público o lector a quien está dirigido.

En la segunda etapa se hablará de la Imprenta Madero, de su organización y del proceso de producción, en una forma genérica, con la cual trabaja dicha institución. Esta etapa incluye los antecedentes y la etapa cronológica de crecimiento de la Imprenta, datos que han sido proporcionados en una entrevista al Sr. José H. Azorín, Gerente de dicha empresa.

13

Se describirá el proceso de producción de un ejemplo específico, que será la revista llamada "Cuchachi' Reza" (escrito en zapoteco, que traducido al español es Iguana Rajada).

En la tercera etapa de este trabajo se hablará del despacho Alfonso Capetillo y Asociados, su organización y su proceso de producción, también en una forma genérica.

Los antecedentes y las políticas de la compañía han sido tomados y resumidos del texto corporativo de dicho despacho.

Se describirá y ejemplificará el proceso de diseño y producción con otro ejemplo específico, que en este caso será la revista "Participación Democrática".

En la cuarta etapa se hará una reflexión y un análisis comparativo entre Imprenta Madero y Alfonso Capetillo y Asociados, y se expondrán a nivel personal las conclusiones del trabajo que se realiza en ambas instituciones y retomando las experiencias se pro--

pondrán algunas recomendaciones para abordar de manera general problemas de diseño, útiles al estudiante de Diseño Gráfico.

Cabe aclarar, que el diseño de revistas es una parte del diseño editorial, que a su vez es una parte del Diseño Gráfico y, por tanto, las conclusiones y recomendaciones que se exponen en este análisis son exclusivamente para este área específica del Diseño Gráfico.

Otra aclaración es que esta tesis no es sobre la metodología del diseño propiamente dicha, sino que en ella se muestra únicamente el proceso de organización y producción del diseño de revistas en dos compañías, a través de lo cual el lector podrá deducir la metodología utilizada en cada caso y compararla con otras que conozca o que se encuentren en los libros cuyas referencias se presentan al final de este trabajo.

En la quinta y última etapa se presentará un apéndice de los términos utilizados en esta tesis.

Para ejemplificar cada uno de los pasos que se siguieron en la realización de estas revistas, se han escogido las etapas más significativas y se han hecho reducciones de éstas para facilitar el manejo del material ya que el tamaño original de estos ejemplos es tamaño carta.

GRUPO
MADERO
IMPRESA MADERO
MAGNETIPO
MULTIARTE
MAGNECOLOR



Algunos antecedentes

15

Hablar de la Imprenta Madero, en el contexto de las Artes Gráficas, mexicanas, es hablar de más de treinta años de continuo trabajo que nace de una relación entre el hombre y la máquina; y esto ha implicado atención, cuidado y esmero. Empezando en un garage en el Paseo de la Reforma, al inicio de los cincuentas, hasta un taller con moderna maquinaria que incluye rotativas computarizadas en sus instalaciones actuales en Iztapalapa (Figura 1).

El primer antecedente de dicha institución se debe a un gran crecimiento de la actividad cultural en México en los años cuarentas y cincuentas, al fundarse nuevas editoriales, y ello, gracias a la incorporación de valiosos jóvenes intelectuales españoles que llegaron a México preocupados por la difusión de importantes tendencias artísticas y culturales que impulsaron la creación de canales por los cuales darían salida a sus inquietudes.

Cronológicamente ésta es la evolución de la Imprenta Madero:

1951- En medio de ese clima intelectual surge la

inquietud entre José H. Azorín, y los hermanos José y Francisco Espresate Xirau de fundar la Imprenta Madero que fue alojada, en un principio, en la calle de Amberes 51 en lo que es ahora la Zona Rosa.

1954- Un momento decisivo en la Imprenta; en este año se incorpora Vicente Rojo, quien sin lugar a duda es uno de los pioneros de la aplicación del Diseño Gráfico en México. En él recayó la labor de crear la imagen de algunos suplementos culturales, libros, carteles, etc. Podría decirse que con su trabajo en la Imprenta Madero, fue él quien fundó la escuela que, tiempo después se extendería en el campo del diseño en México, abriéndole el camino del trabajo editorial a jóvenes artistas. Es en ese momento cuando se pone la base para lo que más tarde se llamaría el Grupo Madero, tanto en el diseño como en la impresión₄.

16

Sin duda nuestro país ofrecía un vasto horizonte para el desarrollo de esa actividad cultural. En cierta forma el Grupo Madero ha sido uno de los núcleos impulsores del diseño y de la organización moderna en el proceso de producción editorial y cultural en México.

1956-57- Etapa de expansión en la Imprenta, empieza a trabajar para Difusión Cultural de la Universidad Nacional Autónoma de México, también empieza a trabajar con Artes Plásticas y pronto incorpora todos los trabajos del Instituto Nacional de Bellas Artes.

1960- La Imprenta, después de haber buscado varios canales de comercialización, por decirlo así, se decidió a editar más temas culturales, que en ese momento se difundían en México, aumentándose de esta manera el número de revistas culturales.

1965- En ese momento todo lo que se hacía en la Imprenta era con tipos móviles₅, después hubo un gran cambio en la impresión, en tipografía₆, y en la Imprenta se decidió cambiar al offset₇; aunque ese año resultó problemático obtener una buena calidad porque las tintas no eran las idóneas, aún así a partir de ese año tuvo un gran incremento en sus actividades. Esta nueva técnica facilitó el diseño al ser preferible trabajar por métodos fotográficos que por métodos tipográficos, ya que éstos resultaban limitativos.

1967- En este año cambia la estructura de la Imprenta y aparece la fotocomposición₈, la primera máquina fue una IBM, después se incorporan las máquinas de fotones hasta llegar al método que actualmente utilizan.

17

1970-80- Hay una gran expansión de libros y revistas y por tanto un incremento para la Imprenta, por lo que se decide pasar a un local más grande en las calles de Avena, donde actualmente sigue funcionando.

1980- Se incorpora la máquina Scanner₉; hay un gran desarrollo no sólo en la Imprenta sino en las artes gráficas, por la selección de color₁₀ que reduce el trabajo y los costos.

Del año 68 a nuestros días el grupo Madero lo integran cuatro compañías: Imprenta Madero, Magnetipo, Multiarte y Magnecolor.

ESQUEMA ESTRUCTURAL DEL MOVIMIENTO DE LA IMPRENTA MADERO

Como se mencionó, el desarrollo de este tema es a través de una entrevista al Sr. José Azorín, Director General de la Imprenta Madero (Fig. 2)

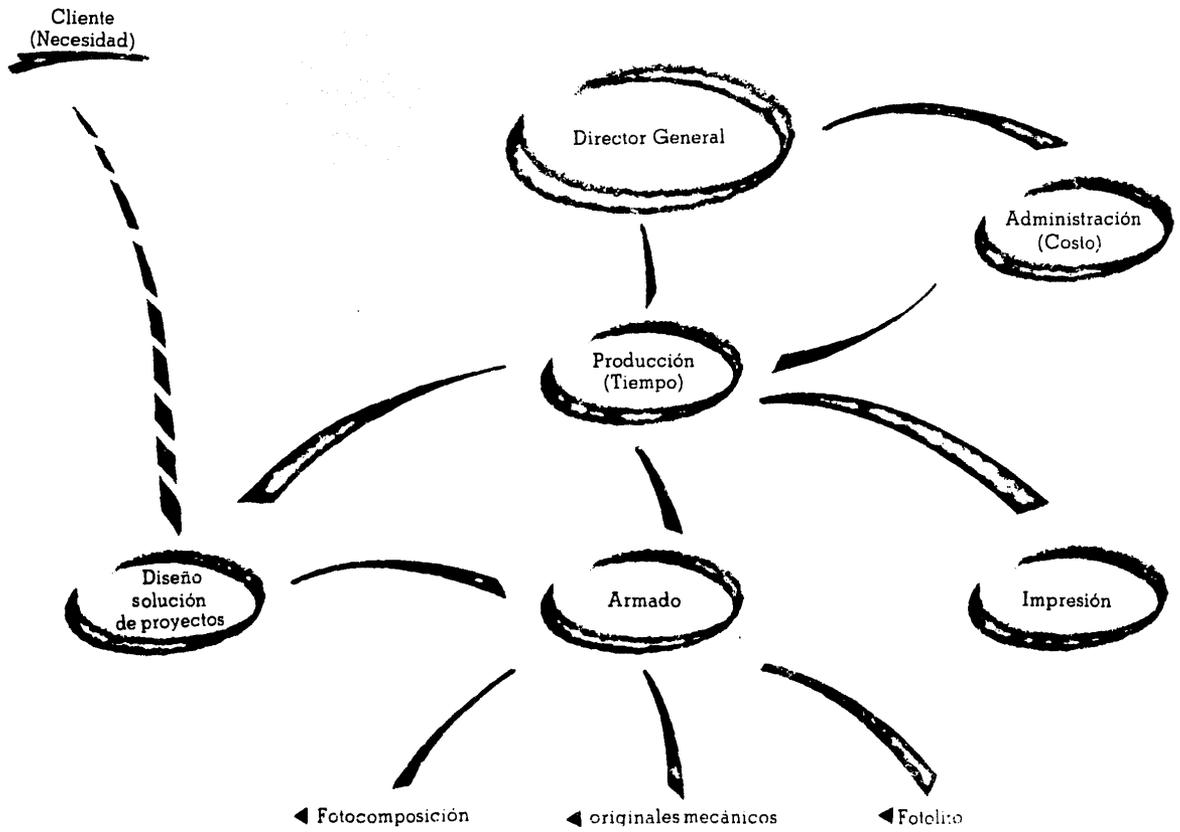
18

Sr. Azorín, tengo entendido que ustedes escogen a sus clientes, ¿es cierto? ¿cómo es eso?

"Nosotros nunca hemos visto al cliente como cliente, ni los clientes nos han visto como proveedores, no maquilamos, sino que nos unimos al cliente para sacar el producto final y siempre trabajamos en equipo, de lo contrario no daríamos la calidad necesaria. Si vemos que el cliente nos trata sólo como proveedor o vemos que no hay el mismo entendimiento, no trabajamos con él, puesto que no estamos hablando el mismo idioma. Si un cliente no le da importancia al diseño, o no reconoce la calidad, no trabajamos con él.

Quiero mencionar una polémica que existe en el mundo de las artes gráficas en la cual algunos opinan que la litografía₁₁ tiene que estar por un lado, la fotocomposición por otro, y el diseño por otro lado. El Grupo Madero opina que es conveniente tener a todo el equipo integrado para su mejor funcionamiento. De esta manera se trabaja con mayor rapidez y calidad que en otras empresas.

IMPRESA MADERO



(Fig. 2)

Es sumamente importante que el diseñador trabaje integrado, puesto que se tiene que enterar de lo que está pasando con su diseño, tiene que checar las pruebas, para que no le pongan un tono por otro, tiene que estar pendiente para que lo que proyecta se realice, si no es así existe la alternativa de corregirlo.

En México y en América Latina, pienso que se debe trabajar conjuntamente, por lo que el cliente tiene que entender nuestra postura. En nuestro caso le damos un valor muy marcado a la producción y muy poco a la administración, esto no quiere decir que no tengamos una buena administración."

20

Distribución del trabajo

Lo primero que se hace cuando un X proyecto ha llegado, es la distribución interna del trabajo con los siguientes datos:

Una vez aprobado para su realización el Proyecto X por el Director General, se hace una carpeta. Esta contiene las características del proyecto a realizar, por ejemplo: el tipo de soporte estático₁₂ que se requiere (cartel, invitación, folleto, libro, etc.); vienen anotadas las medidas, el tipo de papel, el número de tintas, el tiraje; se anota también la fecha de entrega, en fin, todas y cada una de las limitaciones y requisitos necesarios para su buena realización. La carpeta con los datos específicos sirve para informar a todo el personal de producción, entre ellos al diseñador o técnico impresor, cuales son las necesidades del proyecto. Según se va realizando cada etapa, se va integrando dentro de la carpeta y así se lleva un control de la fase en que se encuentra dicho trabajo (Fig. 3).

PAPER CORTAR	
TRABAJO N. TITULO CANTIDAD CLIENTE	PAPER CANTIDAD COLORES
REMISION N. FACTURACION FECHA	

(Fig. 3)

Producción del trabajo

Este proceso lo tiene a su cargo el jefe de producción. A él le llega la orden de trabajo (la carpeta) de X proyecto. El jefe de producción distribuye el trabajo de acuerdo con la necesidad específica; si se trata de diseñar un proyecto lo pasa a diseño, si se requiere sólo la impresión, hace las especificaciones necesarias al técnico para que se imprima, esto es cuando el cliente entregó los originales₁₃.

En esta etapa hay dos factores importantísimos, uno el tiempo y otro la calidad. En este departamento se procura controlar todo, de tal manera que los empleados trabajen sistemáticamente para no interrumpir el trabajo de los demás y así sacar adelante el Proyecto con rapidez y con buena calidad.

PROCESO DE DISEÑO E IMPRESION DE LA IMPRENTA MADERO

Análisis del material

23

Antes que nada, el diseñador tiene que estudiar el material con el que va a trabajar, revisa la carpeta con las especificaciones y analiza concienzudamente todo el material con el que cuenta, pues es indispensable que tenga un conocimiento profundo de los datos proporcionados para poder proponer al cliente la mejor solución al proyecto.

Bocetos

Una vez analizado el material por el diseñador, éste, con una idea más clara de lo que se requiere, se dispone a bocetar. Estos bocetos son realizados a nivel de bosquejos; una vez seleccionado el más adecuado se procede a hacer el machote₁₄ haciendo un cálculo tipográfico₁₅ aproximado para ver si cabe el texto en el número de páginas requeridas.

Los apoyos gráficos₁₆ con los que cuenta el diseñador para el trabajo a realizar son los siguientes: en la biblioteca de la Imprenta Madero existen libros de los cuales se pueden sacar viñetas₁₇ para su reproducción. esto se hace marcando la ilustración a la medida necesaria y se manda reproducir al departamento de

fotolito₁₈. Hay viñetas que se pueden reproducir, tal como están o si se quiere pueden ser trabajadas con algún efecto especial o adicional.

Otro material de apoyo utilizado en la Imprenta es la fotografía: en este sentido se cuenta con un archivo de fotografías de todo tipo, las cuales nunca se reproducen tal cual, sino que se trabaja con gouache o tinta china, o se reproducen fotográficamente con pantallas de punto o de línea₁₉ según sea el caso.

Para el diseño y composición de las cabezas de los textos, casi nunca se utilizan las letras adheribles ya que esto eleva el costo de la producción, se usan los tipos de la fotocomposición. En diseño especial se utilizan libros de tipografías muy variadas; una vez escogido el tipo de letra, se reproduce, en pruebas finas₂₀ cada letra al tamaño requerido y así se forman las palabras de las cabezas.

24

Estos apoyos gráficos son los más utilizados, y el diseñador los toma en cuenta para que conjugados con su creatividad pueda bocetar.

En cuanto a impresión, el diseñador puede utilizar pantallas o diferentes porcentajes de plasta de color con el objeto de enriquecer el trabajo, sin aumentar el costo.

También se cuenta en impresión con el proceso de barrido, que es utilizado sobre todo en carteles a una tinta o en invitaciones. Este proceso se usa casi siempre para fondear superficies con el texto calado₂₁. El fondeado-barrido consiste en utilizar, en una sola entrada de máquina, como mínimo dos tintas y como máximo cuatro tintas, de tal manera que en un punto --

determinado éstas se mezclen una (s) con otra (s) haciendo que el fondo quede con un color que, esfumándose, pasa a otro.

Los procesos que aquí se describen como apoyos o técnicas de representación le sirven al diseñador para tomarlos en cuenta a la hora de planear un diseño.

Esto es lo que se utiliza en Madero, claro que dentro de las técnicas de impresión existen muchas más como el duo-tono₂₂, el tri-tono₂₃, etc., la utilización de estas técnicas depende de la limitación y necesidad de producción de cada proyecto y también depende de la creatividad del diseñador.

25

Tipografía

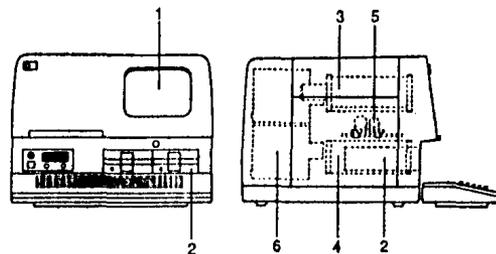
El diseñador, con una idea clara de lo que quiere realizar, manda "parar tipografía", jerarquizando el tipo de letra, el puntaje, separando los textos más importantes para resaltarlos si el diseño lo requiere. También, si es necesario, para las cabezas de los textos, se hacen pruebas finas de algún tipo de letra especial.

De acuerdo con el diseño de la caja₂₄ se hace el cálculo tipográfico marcando el puntaje y el ancho de la columna.

Este departamento se llama Magnetipo y hay un jefe encargado de la producción de la tipografía, él es quien recibe la orden de trabajo con las especificaciones de tipografía y de acuerdo con ésta programa los trabajos, de manera que los urgentes salgan a tiempo sin

que los demás trabajos se atrasen. En este departamento existen ocho máquinas fotocomponedoras con una computadora matriz que procesa todo el trabajo. El primer paso de estas máquinas es el procesamiento. Se mete la información de la revista, libro o cartel, mecanografiada, por medio de una computadora. El segundo paso es el proceso de la edición de la revista, libro o cartel, y se marcan los sangrados las capitulares y las cabezas de los textos. El tercer paso consiste en pasar la información a la máquina de fotocomposición para que procese el trabajo y lo fotografíe; toda esta información llega a la matriz que es una máquina fotocomponedora, y esta máquina entrega el trabajo revelado en galera₂₅, listo para ser armado. Con estas máquinas se pueden procesar 24 tipos de letra diferentes con un tamaño de letra de 6pts. hasta 48 pts. (Fig. 4 Una fotocomponedora.)

26



Esquema de la fotocomponedora CRTronic, de Linotype GmbH, de entrada por teclado y disco magnético, a base de caracteres digitalizados y salida por tubo de rayos catódicos: 1, pantalla; 2, doble unidad de mini-disco magnético; 3, cassette receptor; 4, cassette portador; 5, unidad fotográfica de rayos catódicos; 6, unidad electrónica.

(Fig. 4)

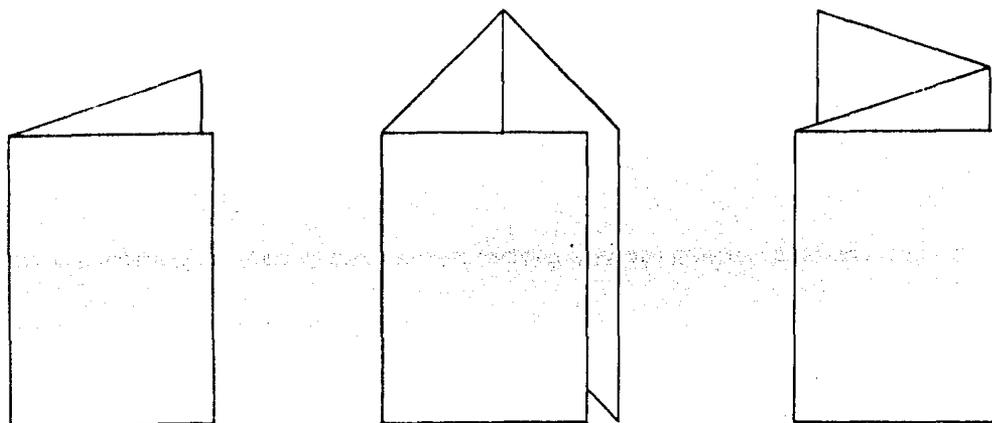
El personal que realiza esta actividad lo hace con rapidez. Una vez hecha la tipografía, la pasa al departamento de corrección de estilo en donde se comprueba que esté hecha tal como se pidió, se checa tipo de letra, tamaño, encabezados, subrayados; se revisa también la ortografía y en algunos casos, se corrige el estilo de la escritura. Por otro lado se le entregan al diseñador las galeras de la tipografía, no

en prueba fina como sale de la máquina, sino en copia fotostática, con el objeto de que pueda "machotear".

Machote

El paso siguiente para el diseñador, después de haber marcado la tipografía, consiste, como dijimos, en diseñar el machote. Este se elabora con papel sobrante llamado litografía, cortado a la medida exacta del diseño, haciendo los dobleces necesarios, cuando éste lo requiera. (Fig. 5.)

27



(Fig. 5)

El machote sirve para que el diseñador, el armador de originales, el departamento de fotocomposición, y el departamento de impresión se den la idea exacta de cómo deberán quedar los originales para impresión. También sirve para determinar el número de pliegos₂₆. En el machote se puede jugar con el espacio y la tipografía, en un momento dado si nuestro diseño requiere otro acomodo para el texto o la ilustración se puede cambiar y hacer los ajustes necesarios.

Para ejemplificar, a continuación se describe el proceso del machote para una revista.

Teniendo en cuenta las dimensiones de la revista se corta el papel litografía al tamaño de la altura y al doble del ancho; así se cortan el número de pliegos necesarios (la cuarta parte del número de páginas); luego se forma el machote metiendo los pliegos doblados por la mitad unos dentro de otros, y se folian₂₇ a lápiz las páginas.

Después se traza en el machote la diagramación₂₈ con la caja tipográfica, con los medianiles₂₉ correspondientes según el caso.

28

Se hacen dos juegos de copias fotostáticas de las galeras, uno para el diseñador y otro para corrección tipográfica (ésta la hace ya sea el corrector o el cliente).

Con las copias fotostáticas de las galeras, de las viñetas o el material de apoyo para ilustrar la revista, el diseñador va formando el machote de acuerdo con su diseño.

Una vez terminando el machote, si el cliente lo requiere para alguna revisión o aclaración se le muestra para después hacer los ajustes necesarios; en algunos otros casos no es necesario que el cliente cheque el machote, esto sucede en casos cuando el trabajo es muy sencillo o no hay tiempo para hacer esto. En caso de que se trate de una revista muy complicada o su realización sea delicada, se cita al cliente para que revise el desarrollo del machoteo y la distribución del material, y así pueda hacer los ajustes necesarios. Una vez realizada esta etapa, el diseñador manda el machote al departamento de armado.

Armado de originales

En este departamento hay dibujantes que son los armadores de las revistas, libros, etc. A ellos se les entrega el machote. Antes de armar los originales para impresión ellos deberán pegar las correcciones tipográficas de cada galera, estas correcciones estarán por línea o por párrafo según hayan sido marcadas por el corrector de estilo. Una vez corregidas las galeras se trazan los originales con sus cajas correspondientes y se forman para la impresión. Una vez terminados los originales se encamisan; éstos los revisan el diseñador y el cliente, este último debe dar el visto bueno de cada original. Cada original debe ir firmado por el cliente.

29

Una vez hecho esto, el diseñador debe marcar el color en la camisa para que el material pueda pasar al departamento de fotolito.

Armado de negativos y láminas

31

En el departamento de fotolito se sacan los negativos y las planchas para impresión de cada uno de los originales. Este proceso se lleva a cabo de la siguiente manera: se fotografían los originales para sacar el negativo de línea o con pantalla según el caso. Estos negativos se van armando de acuerdo con el machote y según la medida del pliego del papel, de manera que quepan pliegos completos en cada plancha de cinco para impresión. Cuando están impresos se doblan los pliegos según el machote y se refinan.

32

33

Cabe aclarar que esta explicación es para negativos de una, dos o hasta tres tintas. Para selección de color el procedimiento es el siguiente:

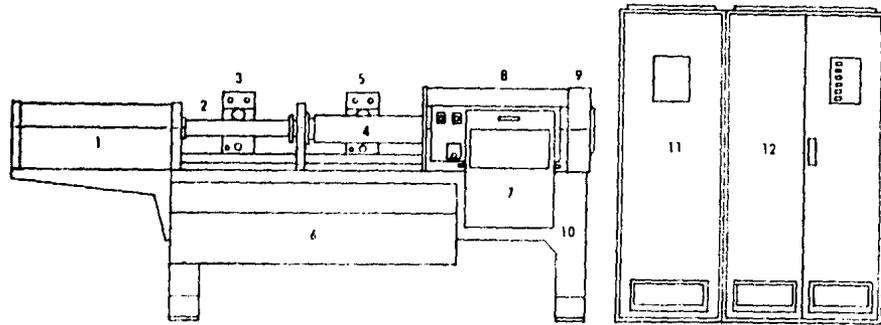
El diseñador entrega al laboratorio de la Imprenta Madero, llamado Magnecolor, la transparencia original y la pide según el tamaño requerido. Este laboratorio la procesa de esta manera:
;

1° Se mide la transparencia y se calcula la proporción a la que se va a reproducir, a continuación se monta en el cilindro transparente de una máquina llamada Lino Scanner 4050.

2° Se monta el cilindro en el brazo exploratorio de la Scanner y se proporciona en el tambor de exposición que mediante una computadora programa la proporción.

3° En la computadora se llama al "programa Scanner"; este programa lo manda el operador para dar un balance de grises exactos, este balance de grises es una tira calibrada que sale adherida a la película que está en proceso. Esta calibración sirve para regular los colores y sus claroscuros.

4° Se hace la separación del color por medio de filtros que son el verde, el rojo y el azul. El filtro verde elimina su color y permite pasar el color rojo, naranja, magenta y violeta. El filtro rojo elimina su color y permite pasar el color azul, verde, morado y violeta. El filtro azul elimina su color y deja pasar el color amarillo, naranja, verde y rojo. Todas las separaciones de color hechas por los filtros son asimiladas por la computadora, para ser utilizadas en la medida que sea necesaria (Fig. 6).



Elementos principales del scanner Chromagraph 100: 1, accionamiento para el avance del equipo explorador y foco de luz para la exposición; 2, cilindro de exploración; 3, cabeza exploradora; 4, cilindro portafilmas; 5, cabeza exploradora de la máscara; 6, cilindro para el avance en grupo de máscaras; 7, cabeza para la película; 8, cámara obscura con cilindro de inscripción y equipo óptico de inscripción; 9, cabezal sistema con accionamiento para el avance del equipo inscriptor; 10, infraestructura; 11, armario del equipo electrónico; 12, armario del equipo de automatización electrónica.

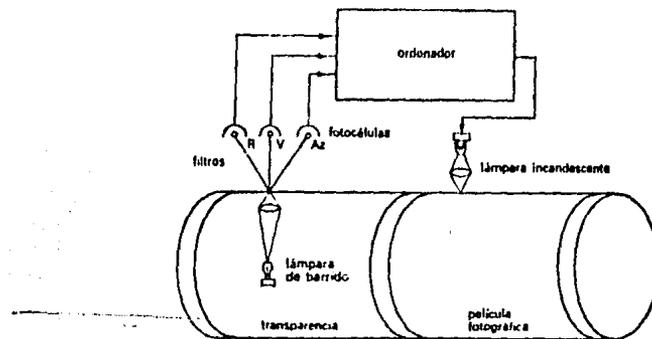


Diagrama de bloques de un scanner convencional de color.

(Fig. 6)

5° Para exponer la película es necesario poncharla³⁴ antes de montarla y cortarla al tamaño que fue pedida. A continuación se monta la película en el tambor de exposición; sobre la película hay que montar una pantalla con el tramado, de acuerdo con el color que se vaya a procesar, ya que la selección de color, como sabemos, consta de cuatro colores por lo que se deben poner cuatro pantallas diferentes para procesar, es decir, cuatro películas de acuerdo con los colores básicos de la selección. Una vez que se haya terminado de exponer cada color, las cuatro películas se meten a revelar en una procesadora. La película en la que se procesó sale positiva, por tanto se le llama positivo tramado para impresión en offset. Una vez procesada la película se quita el velo químico que está

adherido a la película, este velo se limpia con ferrocianuro de potasio e hiposulfito de sodio, se hace la prueba del chromalin₃₅, ésta es una prueba para hacer la corrección del color, si el caso lo amerita, también sirve para comprobar el tamaño marcado por el diseñador y para usarse en el machote del diseño. Para sacar la prueba del chromalin se utiliza papel kromecote o eurocote blanco de 12 pts. Este papel se corta previamente a la medida y se pasa por los cilindros del chromalin a una temperatura de 250 grados para que se adhiera una película sobre el papel en la que se expone el primer color que es el amarillo.

32

Posteriormente se coloca el papel con la película del chromalin encima de una prensa de vacío y se expone encima la película positiva del amarillo, se hace el contacto de emulsión con emulsión, terminando de exponer se levanta la película del chromalin de amarillo. Se revela con pigmento amarillo. Se prepara de igual forma el siguiente color que es el rojo, después el azul, y al final el negro.

Una vez que se tienen los originales fotografiados y armados, si el diseño requiere de selección de color para su impresión, se necesitarán los positivos de cada color que se van a fotografiar por separado en las planchas de cinc para su impresión. Una vez teniendo las planchas se pasa al departamento de impresión.

Impresión

En este departamento existen tres máquinas que pueden imprimir dos colores a la vez y dos que se imprimen a una tinta, estas máquinas son para impresión en off-set. En este departamento hay un jefe de taller que es el que revisa y asesora toda la impresión, éste

junto con el jefe de producción checan la producción. Cuando se está imprimiendo un trabajo es responsabilidad del diseñador checar las pruebas que vayan saliendo, para hacer los ajustes de impresión cuando el trabajo lo amerite.

Una vez que se hayan terminado de imprimir los pliegos se ponen a secar para pasarlos al departamento de acabado.

Acabado

33

De acuerdo con la especificación de cada proyecto, los pliegos se cortarán, se doblarán, se coserán, o se engraparán según sea el caso. En algunos casos los forros₃₆ se laminan, al final de estos procesos se refinan. Una vez terminado el proceso del acabado, se enviará el producto final al cliente. De esta manera se concluye un proyecto de diseño e impresión en la Imprenta Madero.

EJEMPLO No. 1 DESARROLLO DE UNA REVISTA EN IMPRENTA MADERO

Para este primer ejemplo tomaremos como base el rediseño de la revista Guchachi'Reza.

34

Análisis del material

El cliente nos proporcionó las siguientes características:

- Formato: 64x49 Ø (27x21) cm.
- Número de páginas: 32 más forros, o sea, dos pliegos de 16 páginas, más forros.
- Papel para interiores: Litografía, impreso a una tinta.
- Papel para forros: Cartulina Velum, la portada debería ser impresa en selección de color.
2a, 3a, y 4a, de forros, al igual que los interiores impresas a una tinta.
- Propusieron 32 ilustraciones que deberían ser distribuidas en el diseño de los interiores y proporcionarse lo más grande posible.
- El diseño de la revista anterior.
- 72 originales mecanografiados.
- Tiempo de entrega: tres semanas.

Investigación

El primer paso fue el análisis del diseño que tenía la revista anterior, así como el del contenido a fin de poder determinar las bases para el nuevo diseño. Se estudió la relación entre las ilustraciones y el texto viendo cuáles lo ilustraban y cuales no; se analizaron también la distribución del texto, la portada, etc.

A continuación se dan los resultados sobresalientes que surgieron de la investigación del diseño anterior:

35

A) La portada mide aproximadamente 23x17 cm. Tiene una ilustración hecha por Picasso, impresa a una tinta sobre fondo azul, sin separar o delimitar la figura. Encima de la ilustración aparecía el crédito del H. Ayuntamiento Popular de Juchitán, Oaxaca, patrocinador de la revista. Tanto este crédito como el nombre de la revista (cabeza) tenían una disposición arbitraria y sin jerarquía, es decir que el crédito sobre la ilustración, era tan pequeño que parecía una nota sobre ésta, no teniendo la ubicación lógica de un dato de esa importancia; el título por su disposición y tamaño no tenía tampoco la importancia necesaria para su identificación como nombre (Fig. 7).

B) En relación con los anteriores, los textos estaban distribuidos a dos columnas; la tipografía de las cabezas era demasiado grande. La tipografía del texto estaba a 10 pts. en bloque, no tenía subrayados ni juegos tipográficos. Con respecto a las ilustraciones no seguían un criterio determinado en cuanto a tamaño ni en cuanto a acomodo en la diagramación. Tenían plicas verticales que dividían las columnas del texto: la imagen de la revista era siempre simétrica (Fig. 8)

Una vez que se tuvieron los datos anteriores, con los cuales se tuvo una idea general del diseño anterior, se pasó a revisar el material correspondiente a la revista a re-diseñar. Primero se analizó el contenido.

Descripción general del contenido

La revista que había que diseñar correspondía al número 12 de Guchahci'Reza, nombre en lengua zapoteca que significa "Iguana Rajada". Los textos estaban escritos en español con su correspondiente traducción al zapoteco, que es la lengua hablada en la región del Istmo de Tehuantepec, en la cual se distribuye: El público, por tanto era muy específico (interesado en los sucesos ocurridos en dicho lugar). El diseñador también debía tomar en cuenta que se trataba de una revista bilingüe. El contenido incluía poemas, tanto de autores juchitecos, como autores nacionales y extranjeros, unos conocidos y otros pocos conocidos. Contenia una sección política en donde se detallaban "las injusticias cometidas tanto por el Gobierno como por los terratenientes y acaparadores" (SIC) contenía además cuentos y pequeños relatos, artículos y denuncias. Como sucede normalmente en este tipo de revistas, se hizo una cita con el cliente para aclarar algunos puntos importantes, que siempre ayudan a conjugar el diseño general de la publicación con sus objetivos, y lo más importante, conocer el gusto y las limitaciones marcadas por el cliente.

37

Datos proporcionados por el cliente

En la entrevista que se tuvo con la coordinadora de la revista, ésta nos informó que el contenido era una mezcla de cultura popular con acontecimientos políticos y sociales de Juchitán. La publicación está

auspiciada por el H. Ayuntamiento Popular de Juchitán. La dirección de esta revista es colectiva, y su periodicidad es trimestral. Nos dijo que para cada número había un autor determinado que se encargaba de las ilustraciones, tanto de la portada como de los interiores. Siempre llevaría una fotografía en la 2a, y 3a, de forros: todo el material sería proporcionado por el cliente.

Un dato importante es que se podría decidir sobre las ilustraciones que deberían ir en el interior, según lo requiera el diseño y el contenido, pero el cliente se reservaba el derecho de decidir acerca de las ilustraciones de los forros.

38

Sobre la distribución y secuencia con la que el material debería ir a lo largo de las páginas, el cliente lo entregó ya ordenado de acuerdo con el sumario propuesto por ellos. Finalmente, la coordinadora de la publicación pidió que la presentación final de la revista fuera sobria y dinámica, que se incluyera el mayor número de ilustraciones posibles, además de una excelente calidad de impresión, de diseño, sin que se perdiera o se rompiera definitivamente con el diseño anterior.

Planeación y diseño

Los lineamientos del diseño deberían tener dos características principales:

A) Las ideas propuestas y las limitaciones marcadas por el cliente; el tamaño del formato, el tipo de papel, el número de tintas en la impresión, el tiempo de entrega y el público al que iba dirigida la revista, etc.

B) Las bases para el buen desarrollo del proyecto: un buen diseño que cumpliera con las siguientes características: buena composición visual, facilidad de lectura, sencillez y sobriedad. Adaptándose, por supuesto, a las características mencionadas en el punto anterior.

Bocetos

El material en originales mecanografiados era bastante, por lo que se decidió hacerlo a dos columnas lo más grande posible, de acuerdo con la proporción que tenía la revista y poder así proporcionar las ilustraciones lo más grande posible. El proponer un diseño a tres columnas o escoger otro formato ocasionaban alejarse del diseño anterior, además en este tipo de revistas que ya han sido conocidas, y de las que ya han aparecido números anteriores, no es conveniente proponer un diseño muy diferente puesto que ya tienen una cierta imagen en el público lector.

39

Una vez estudiado el material, se bocetó con el fin de planear un posible diseño y escoger el más prometedor. (Fig. 9, 10, 11, 12, 13 y 14).

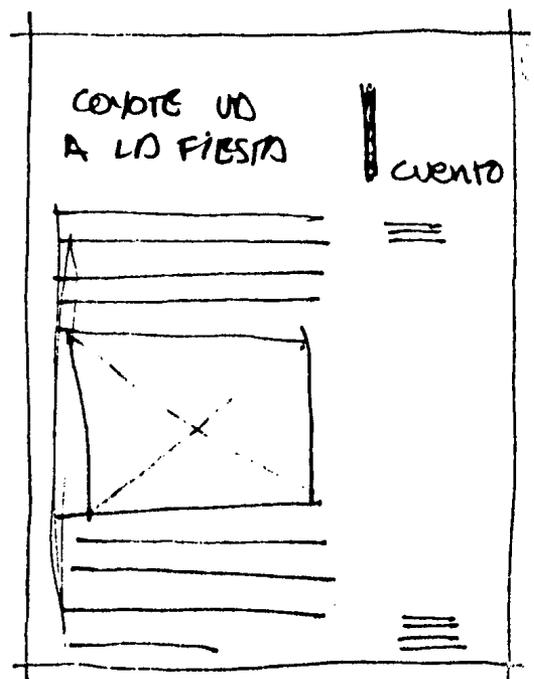
Se escogieron los ejemplos 13 y 14 ya que respetaban la simetría del diseño anterior y permitían un mayor juego con las ilustraciones.

Cabe aclarar que para la ejemplificación de la revista en esta etapa, que es la diagramación, se mostrarán los ejemplos en tamaño extendido para su mejor comprensión, sabiendo que doblando el dibujo por la mitad corresponde a las páginas de la revista. Otro punto aclaratorio es que los bocetos e ilustraciones

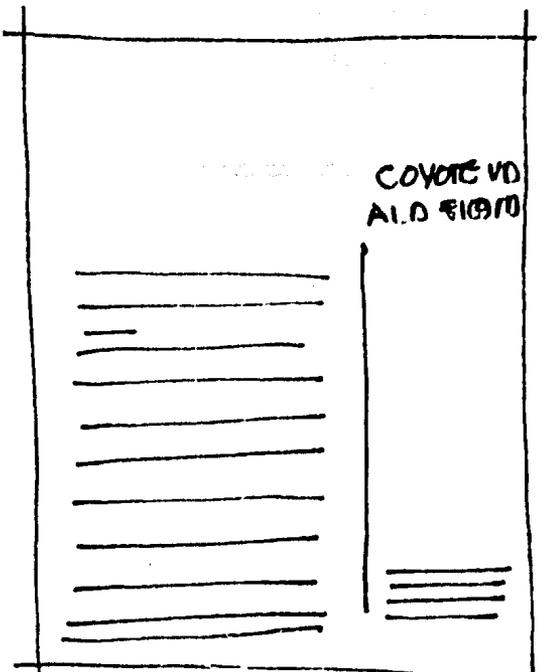
utilizados se han reducido al (35%) aproximadamente para la mejor visualización del ejemplo.



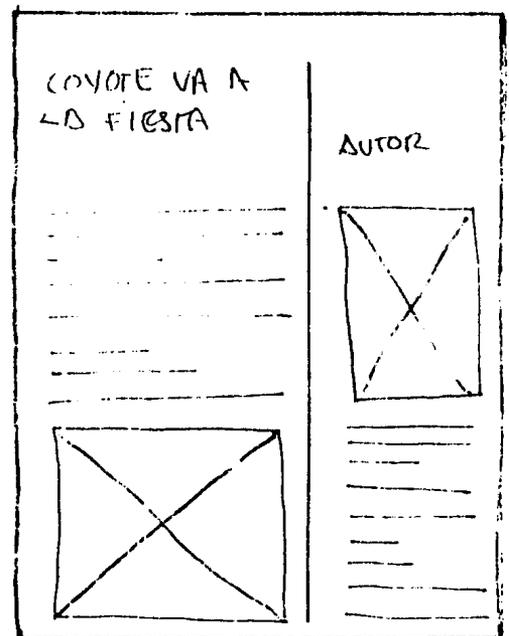
(Fig. 9)



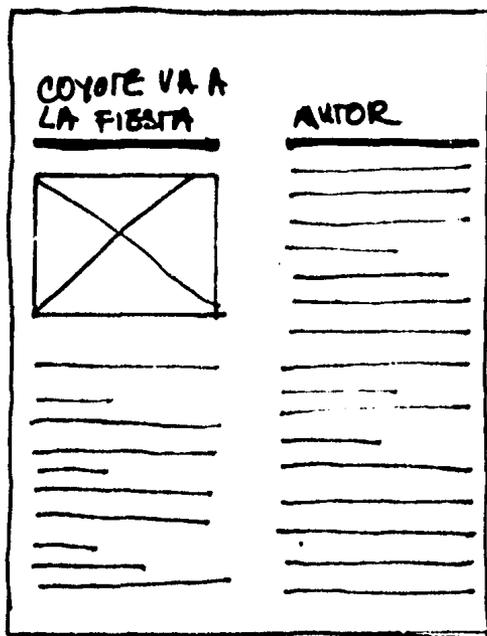
(Fig. 10)



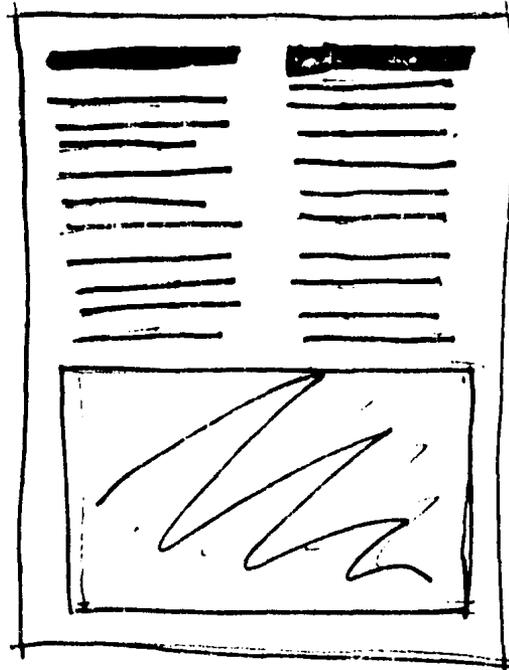
(Fig. 11)



(Fig. 12)



(Fig. 13)



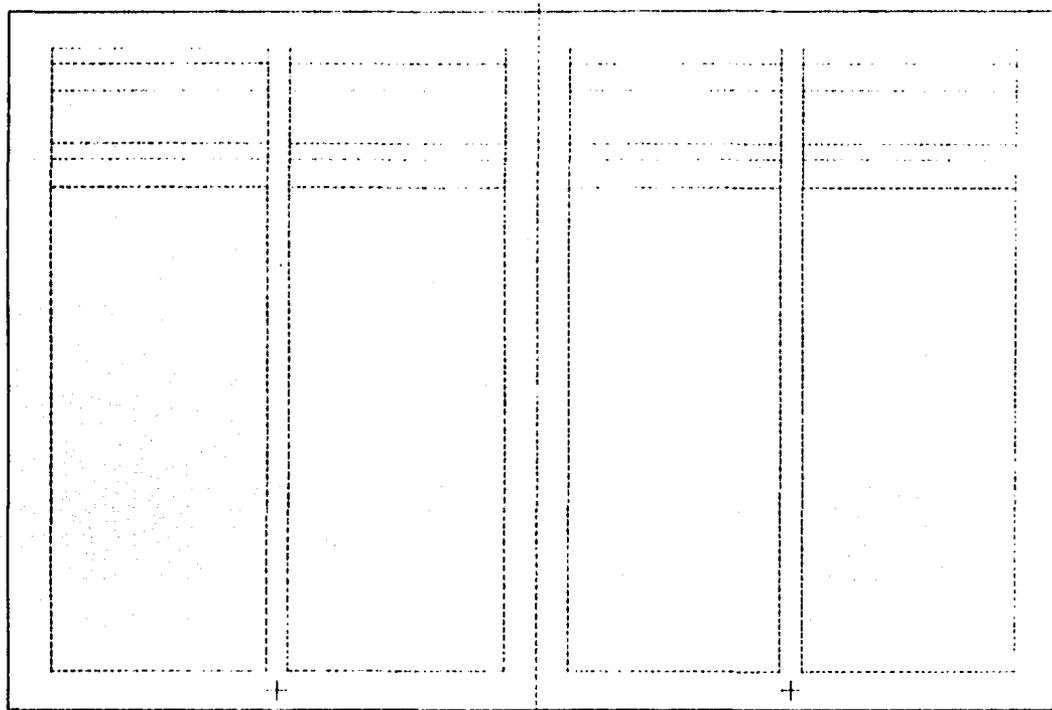
(Fig. 14)

El tamaño final extendido de la revista es de 64x98Ø tamaño doblado de la revista es 64x49 Ø . La diagramación está planeada a dos columnas por página que miden 57 1/2x20Ø.

Los medianiles de lomo miden 3Ø cada uno, el medianil que separa las dos columnas mide 2Ø/ ; el medianil de cabeza mide 3Ø; el medianil de pie mide 4Ø; el medianil de corte mide 4Ø. El folio se colocó en el centro del pie de todas la páginas. (Fig. 15).

Los títulos se colocaron, justificados a la izquierda en la parte superior de la retícula. El nombre de los autores y recopiladores, se justificó a la derecha, colocando la parte inferior de dicho texto a 7 1/2Ø del comienzo de la retícula.

La retícula que se hizo fue de 58x20Ø; al inicio de capítulo, los textos se colocaron a 46Ø del pie hacia arriba.



(Fig. 15)

Para el diseño de los interiores se utilizaron unas plecas que se colocaron en la parte superior de todas las páginas, con el fin de soportar el texto gráficamente y como un detalle decorativo.

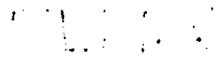
Tipografía

La tipografía juega un papel muy importante en el diseño. El saber dar la importancia y el énfasis necesarios a los párrafos, a las cabezas, a los subtítulos y al texto en general, ayuda al lector a la mejor comprensión del contenido: por otra parte ayuda a dar una atracción visual a la revista.

Una vez que se tiene la idea clara del boceto, uno de los siguientes pasos a seguir, en la producción del diseño, es marcar la tipografía; en nuestro ejemplo, este paso se hizo de la siguiente manera.

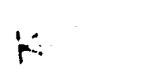
La terminología utilizada para marcar tipografía en la Imprenta Madero es muy sencilla; lógicamente hay muchas más maneras de hacerlo, pero creo que la utilizada en este lugar es la más sencilla y general.

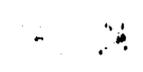
Signos de Corrección Tipográficos

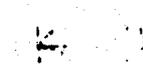
 Cambiar el orden de dos letras, palabras u oraciones.

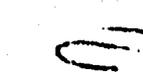
 Cerrar espacios

 Abrir espacios

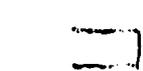
 Texto justificado a la izquierda

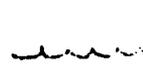
 Texto justificado a la derecha

 Texto justificado (en bloque)

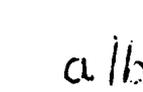
 Punto y seguido o continuación de texto

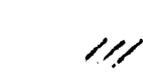
 Punto y aparte

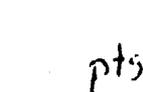
 Poner sangría

 Componer en cursiva

 Poner en negrita (bold)

 Componer en altas y bajas

 Componer en altas o mayúsculas

 Abreviación de puntos

S/p Componer textos sin partir

lxl Componer línea por línea

4 Texto que sale de la composición

A) Datos generales para la revista (cabeza de la portada) (Fig. 16).

Tipo Times 148 pts. mayúsculas

Universo 14 pts. mayúsculas



44

B) Sumario (Fig. 17 y 18).

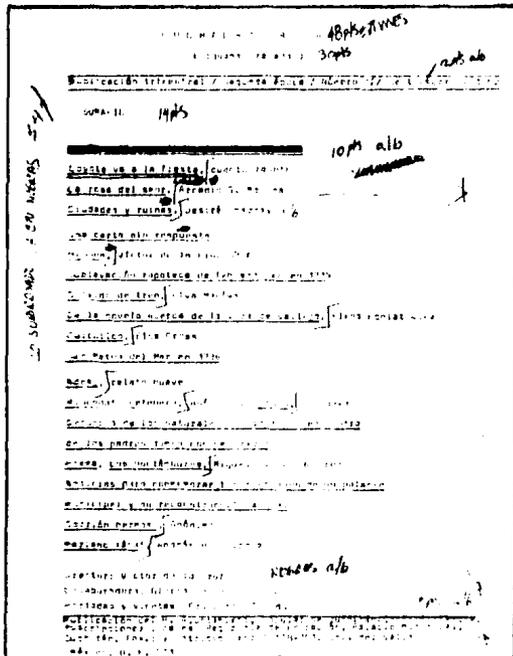
Tipo Times 60 pts. mayúsculas, 24 pts. altas y bajas.

Contenido del sumario (artículos)

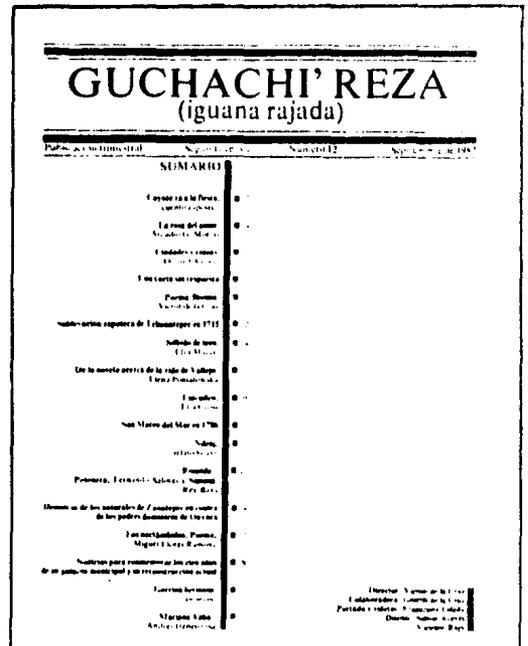
Times 10 pts. negro

Contenido del sumario (autores)

Times 10 pts. blanco



(Fig. 17)



(Fig. 18)

- C) Folio y pie de página
Times 8 pts. altas y bajas
- D) Títulos
Times 18 pts. mayúsculas
- E) Subtítulos, autores y recopiladores
Times 14 pts. negro
- F) Texto general de la revista
Times 10 pts. en columnas de 20ø, cuando se resalte texto se emplea texto en cursivo.
- G) Poemas en 10, 12, 14 ó 18 pts. según la extensión
(Fig. 19)

A B C D E F G H	a b c d e f g h i j
I J K L M N Ñ O	k l m n ñ o p q r s
P Q R S T U V W	t u v w x y z
X Y Z	1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A B C D E F G H I J K L M N	a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z	r s t u v w x y z
	1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

English Times Bold

A B C D E F G H I J K	a b c d e f g h i j k l m
L M N Ñ O P Q R S T	n ñ o p q r s t u v w x y
U V W X Y Z	z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A B C D E F G H I J K L	a b c d e f g h i j k l m n ñ
M N Ñ O P Q R S T U V	o p q r s t u v w x y z
W X Y Z	1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

English Times Medium

(Fig. 19)

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q
r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

English Times Italic

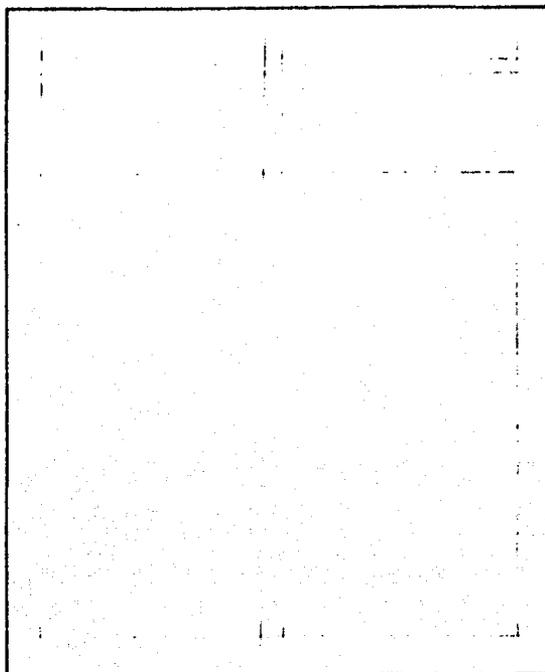
Una vez parada la tipografía, se machoteó de la siguiente manera:

46

Machote

Cuando salió la tipografía de la computadora la persona encargada de ordenarla; según los textos originales mecanografiados, le sacó dos juegos de fotocopias a las galeras, un juego para el corrector de estilo quien revisó que toda la tipografía estuviera correcta y cuando no fue así marcó las correcciones pertinentes. El otro juego de fotostáticas fue para el diseñador quien machoteó la revista siguiendo estos pasos:

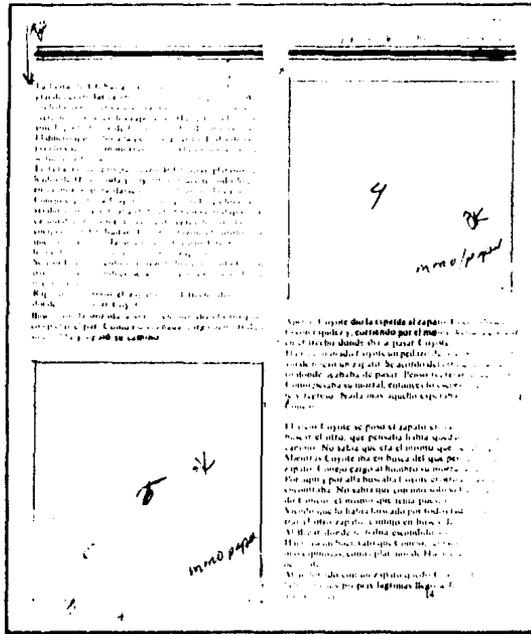
1. El machote se hizo en papel litografía, de treinta y dos páginas y cortado a la medida requerida 64x49Ø.
2. Se hizo el trazo del diagrama, a lápiz, que se mencionó y ejemplificó anteriormente (trazando medianiles, cabezas, espacios para columnas, folio, etc.). Este trazo puede hacerse en todas las hojas o para ahorrar tiempo se puede trazar una sola hoja y las restantes perforarlas con punzón en los trazos más importantes del diagramado (Fig. 20).



(Fig. 20)

3. Se checó que la tipografía estuviera en orden para poderse recortar, y se empezó a pegar en orden por galerías. Este paso es uno de los más delicados, puesto que de acuerdo con el machote se hace el armado de originales. Al mismo tiempo que se pegaron las galerías, se fueron seleccionando las ilustraciones y se proporcionaron de acuerdo con el espacio disponible para las mismas. El espacio de la ilustración se delimitó en el machote por un marco negro, exactamente a la medida, y el dibujante, al hacer los originales para la impresión, colocó una ventana de papel negro. Para el departamento de fotolito esa ventana es necesaria para saber el lugar donde va la ilustración o la fotografía y su tamaño (Fig. 21).

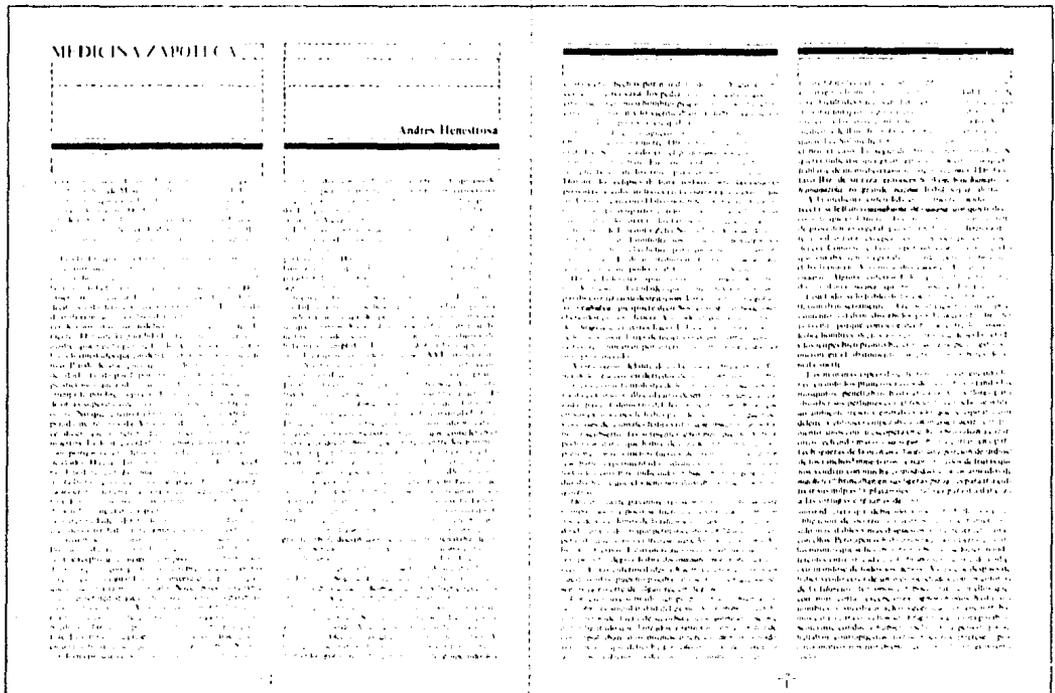
Durante el proceso de machoteo de la revista se encuentra uno a menudo con problemas diversos como el de ajuste, y es entonces cuando se hace un recorrido de texto o ilustración. En este caso la revista machoteada la revisó el cliente. Una vez terminando el machote se pasó al departamento de dibujo y armado de originales.



(Fig. 21)

Armado de originales

Como se explicó anteriormente, como primer paso se pegaron las correcciones en las galeras, el dibujante se dedicó a formar la revista con las especificaciones que traía indicadas el machote (Fig. 22, 23 y 24).



(Fig. 22)

Una vez formados los originales para su impresión se le sacaron copias fotostáticas con el objeto de que el cliente, al revisarlo, hiciera sus correcciones pertinentes (esta es una manera de corregir y la otra es pegarle un albanene encima llamado camisa, en el cual se marcan las correcciones).

Diseño de la Portada.

Se realizó un rápido estudio con el fin de jerarquizar los elementos que incluía la portada: el nombre de la revista es el punto más importante, en segundo lugar el número de la revista por ser una edición seriada, el crédito del editor (publicación del H. Ayuntamiento Popular de Juchitán), y por último, la ilustración que debería imprimirse en selección de color.

50

A continuación se incluye una serie de bocetos con los cuales se trabajó a nivel de primeras imágenes, para escoger el más adecuado, tomando en cuenta la importancia de cada uno de los elementos mencionados. (Fig. de la 25 a la 33).



(Fig. 25)

(Fig. 26)





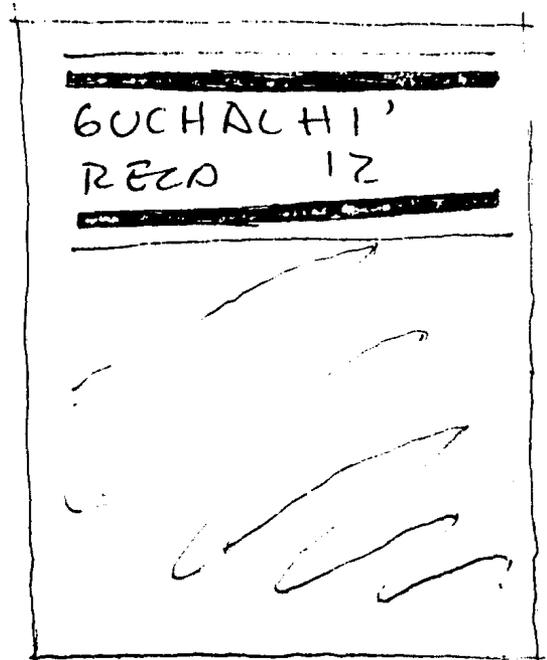
(Fig. 27)



(Fig. 28)



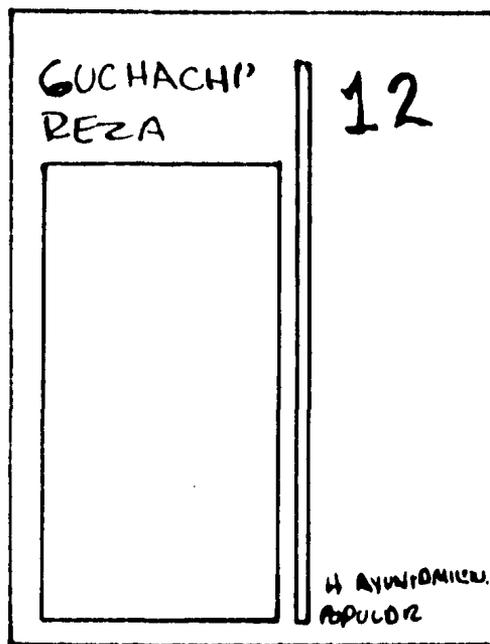
(Fig. 29)



(Fig. 30)

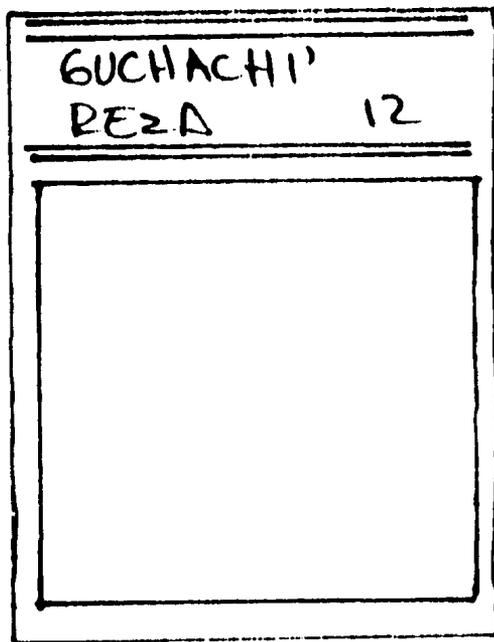


(Fig. 31)



52

(Fig. 32)



(Fig. 33)

Los bocetos que se escogieron fueron el número 32 y 33; después el número 32 fue descartado puesto que la proporción de la ilustración se prestaba más a un formato apaisado por lo tanto el boceto número 33 fue el aceptado.

Habiendo escogido el boceto se trabajó la portada, quedando de la siguiente manera: el nombre de la revista, el número de serie en tipo Times de 148 pts. y delimitados por plecas anchas y delgadas como se muestra en el ejemplo, la cabeza abarca una tercera parte del tamaño final de la revista (Fig. 34)

53



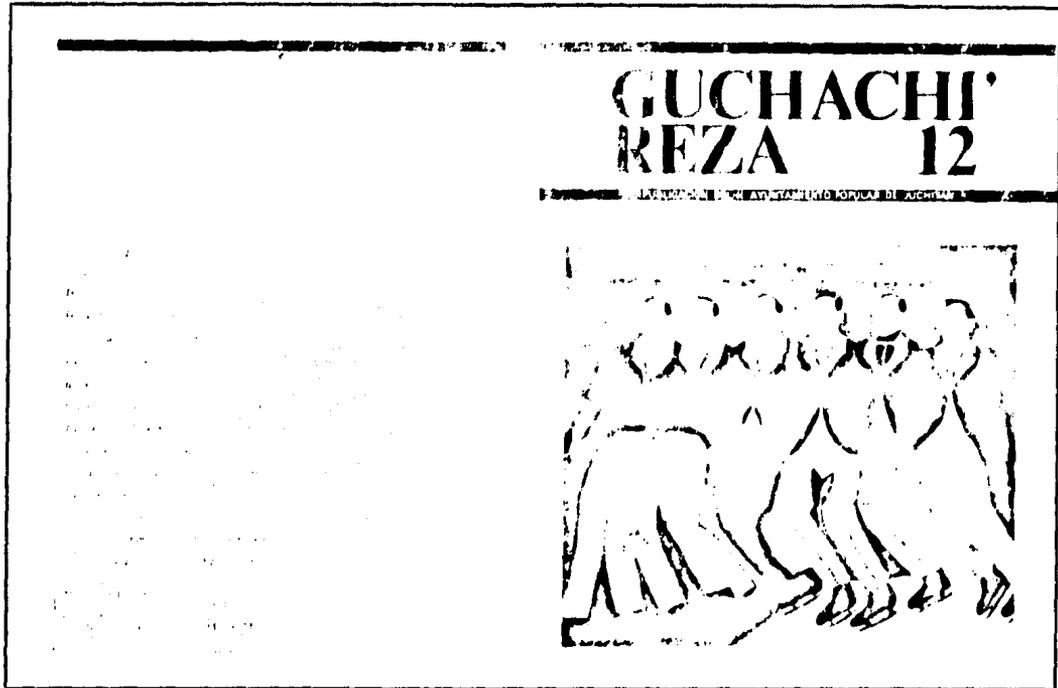
(Fig. 34)

Más adelante se pensó que el crédito debería ir en la parte superior, por tanto se integró la cabeza sobre una de las plecas, la tipografía está hecha en tipo; Universo de 14 pts. como aparece en el ejemplo 35.



(Fig. 35)

Para la ilustración se usaron las dos terceras partes sobrantes de la revista. Esta ilustración se proporcionó a lo ancho de la caja quedando la portada y la cuarta de forro, de la siguiente manera (Fig. 36)



(Fig. 36)

Fotocomposición, Elaboración de Negativos y Armado.

Una vez marcado el color para la impresión, tanto de la portada como de los interiores, se hicieron los negativos y el armado. Como la portada era en selección de color, para el fondeado se eligió uno de los tonos de esa selección, para que luciera el trabajo; las plecas que conforman el tamaño de la letra se imprimieron en un 10% del color del fondo. Como se mencionó la impresión de los interiores se realizó a una tinta. Una vez que se tuvieron los negativos se procesaron las planchas de cinc que servirían para imprimir la revista, de acuerdo con las especificaciones anteriores.

Impresión

Para la impresión de esta revista se hizo el reajuste de máquinas con el fin de checar las pruebas de roll³⁷ y controlar la calidad de impresión, sobre todo cuando se imprimió la selección de color, que es lo más delicado. Una vez impresa la revista se enviaron los pliegos al departamento de acabado que en este caso dobló, engrapó y envió.

Después de ver paso a paso la producción de diseño en la Imprenta Madero, me permito hacer una reflexión sobre algunos puntos importantes.

55

Me parece que en la etapa de los bocetos, mencionada con anterioridad, sería necesario que el diseñador tuviera un poco más de tiempo para poder planear, proyectar y conceptualizar mejor las ideas; de lo contrario, como es el caso en Imprenta Madero ocurre que el diseñador tiene demasiada presión por la entrega, y recurre a un diseño convencional o se decide por resolver el proyecto de una manera ya muy vista. Es en ese momento cuando el diseñador deja de aportar.

Por otro lado, y eso creo que se debe a la mecaniza--ción del trabajo, el diseñador, en muy pocas ocasio--nes, recurre a la utilización de un buen diagramado, esto es, cuando va a realizar el diseño de un libro pocas veces planea detalladamente una retícula, y se atiene a los patrones establecidos de una o dos columnas según la cantidad de material sin tratar de jugar con los espacios blancos y el texto o sin buscar una solución de diseño original para los diferentes tipos de publicaciones ya que cada uno tiene requerimientos distintos.

Por otra parte, el diseñador no debe pasar por alto el machoteo pues, como hemos visto en el punto respectivo, es muy importante y útil para que el armado de originales se haga fluidamente y sin errores, ya que con el machote, tanto el diseñador como el cliente pueden darse una idea exacta del diseño general y de la distribución del material, por lo que permite, antes de formar los originales, que se hagan todas las adaptaciones y/o correcciones necesarias y sin que haya que repetir el trabajo varias veces.



Alfonso Capetillo y Asociados, S.C.
Consultores en Diseño

Algunos antecedentes.

57

Alfonso Capetillo y Asociados, uno de los despachos de diseño más conocidos de la Ciudad de México, fue fundado por Alfonso Capetillo Ponce hace quince años. Este despacho se dedica principalmente a hacer proyectos de identificación corporativa, diseño de empaques, diseño de arquitectura comercial, desarrollo de conceptos y nombres, programas de comunicación y diseño editorial (libros, revistas, folletos y tipografía).

En él han trabajado reconocidos diseñadores gráficos, diseñadores industriales y arquitectos nacionales e internacionales.

Uno de los principales puntos de apoyo para el trabajo de Alfonso Capetillo y Asociados, es el diálogo con el cliente para poderlo satisfacer de modo racional y de acuerdo con sus necesidades, gusto y objetivos.

El primer contacto con el cliente, por lo general, consiste en una entrevista con el Director General, el Director de Mercadotecnia y el Director Creativo a fin de mostrarle al cliente el funcionamiento y los

trabajos que se hacen en el despacho, proyectándole un audiovisual sobre los trabajos realizados anteriormente; asimismo, se le entrega una carpeta con folletos descriptivos e ilustrativos de dichos trabajos con el curriculum vitae de los directores, lista de clientes y normas profesionales de la compañía, de las cuales se citan algunos aspectos importantes.

Algunas de las cuentas que se llevan en el despacho:

-Banamex

Ciudad de México

58

-Operadora de Bolsa, S.A.

Ciudad de México

-Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, Ciudad de México.

-Grupo Pliana

Ciudad de México

-Grupo Industrial Minera México, entre otras.

Normas profesionales

Relación cliente-proveedor: Alfonso Capetillo y Asociados puede contratar directamente los servicios necesarios para la realización de un proyecto.

El despacho se hace responsable ante el cliente, del cumplimiento de los proveedores en cuanto a las especificaciones estipuladas en el contrato. Sin embargo los retrasos que ocasionalmente tienen los proveedores no están bajo su control, y aunque ayuda a encontrar una solución rápida al problema, la firma no asume ninguna responsabilidad al respecto.

Alfonso Capetillo y Asociados advierte que no se encarga de la supervisión de los servicios prestados por los proveedores contratados directamente por el cliente, por lo que éste debe hacerse responsable del resultado de los mismos. La firma recomienda que todos los contratos de servicios se hagan a través de Alfonso Capetillo y Asociados.

Protección de ideas: El trabajo creativo desarrollado en el despacho incluyendo diseños, nombres, y marcas de fábrica es original y no viola los derechos de terceras personas. Como es costumbre en esta profesión, la firma consultora no obtiene el registro de derechos de autor, éstos son responsabilidad de los clientes. Sin embargo se recomienda solicitar consejo legal para registrar y proteger diseños, nombres y marcas ante las autoridades correspondientes.

59

Derecho de idea: Cuando el trabajo creativo ha sido aprobado y utilizado por el cliente, se convierte en propiedad exclusiva de éste. Cualquier otro trabajo que se desarrolle durante el curso del proyecto y que no sea utilizado por el cliente es propiedad del despacho.

Contratos exclusivos: El despacho no establece contratos exclusivos con determinado producto o industria, excepto en casos particulares en los que deberá hacerse, previamente, un acuerdo especial.

Acuerdos legales: Solamente los directores del despacho tienen autorización de establecer acuerdos legales en nombre de la compañía.

Responsabilidad del cliente: Los clientes recibirán copias de los textos que se usen en sus proyectos

(libros, folletos, revistas, guines para audiovisuales, etc.) antes de que éstos se impriman o graben. Es responsabilidad del cliente revisar cuidadosamente los materiales que se le envían, ya que éstos incluyen por lo general información detallada y técnica, que está fuera del campo del conocimiento del personal del despacho. La firma consultora acepta toda la responsabilidad sobre el diseño, derecho de autor y corrección de los manuscritos, pero no sobre la información técnica, lenguaje, y otras descripciones utilizadas en los textos.

60

Retrasos: Alfonso Capetillo y Asociados dará una lista de las fechas de la entrega del material informativo, cualquier retraso en suministrar la información podría alterar el costo original del proyecto. Asimismo la firma consultora no se hará responsable de retrasos en la entrega del trabajo que se deban a la impuntualidad, por parte del cliente, en proveer asistencia, información y material o para dar la aprobación del proyecto.

Administración

El departamento de administración lleva la contabilidad de la empresa y se ocupa de todo lo relacionado con los sueldos del personal, pagos a proveedores, gastos internos, facturación y cobros a clientes, solicitud de material a las casas proveedoras y además el control de mantenimiento y aseo de la empresa.

PROCESO DE DISEÑO DE ALFONSO CAPETILLO Y ASOCIADOS

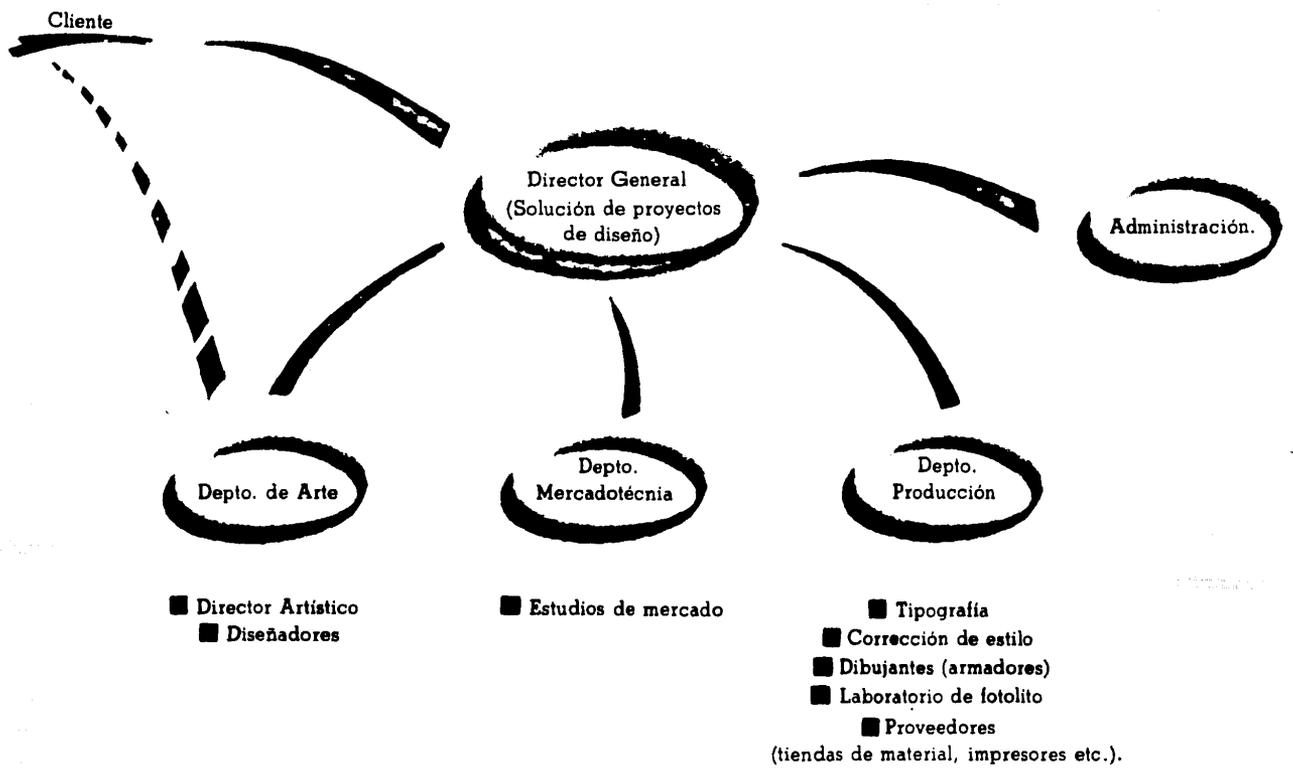
En el momento de la solicitud del trabajo a diseñar, éste es analizado por el Director General, el Director de Mercadotecnia y el Director de Arte (en el caso de ser un cliente nuevo), en ese caso el departamento de mercadotecnia elabora una propuesta de proyecto y un presupuesto que se pone a consideración del cliente. Una vez aprobados proyecto y presupuesto se pasa a la primera etapa. (Fig. 38)

61.

Dependiendo del tipo de proyecto, la primera etapa puede ser el desarrollo de un plan de mercadotecnia y entonces el departamento correspondiente efectúa el estudio de mercado, presentándose al cliente con su respectivo análisis y las proposiciones para la estructuración del proyecto. Acordadas por el cliente, estas proposiciones pasarán al departamento creativo. En el caso en el que no se considere necesario un estudio de mercado, el proyecto pasa directamente al departamento de arte.

En el caso de un proyecto que forme parte de un programa ya iniciado o bien si se trata de un proyecto rutinario de un cliente habitual, el trabajo pasa directamente al departamento de arte.

ALFONSO CAPETILLO Y ASOCIADOS



(Fig. 38)

Departamento de mercadotecnia

Este departamento lo tiene a su cargo un Director, que con su equipo investiga las necesidades del cliente para establecer el carácter del proyecto, sus objetivos y la estrategia a seguir. Como segundo paso, pero paralelamente, se inicia un estudio comparativo de mercado donde se establecen porcentajes de ventas, uso, precios, diseño, y si el caso lo amerita, efectos psicológicos.

En el momento en que se tienen estos puntos realizados se establece una estrategia de comunicación con los conceptos y propuestas de diseño. En esta etapa interviene como hemos dicho el departamento de arte, que es en el que los diseñadores pueden y deben entregarse al trabajo aportando todos sus conocimientos y su creatividad.

63

Departamento de arte

Análisis del material:

En Alfonso Capetillo y Asociados, el análisis del material lo hace el Director de Arte con el diseñador que ha elegido para que realice el proyecto, ya que el Director de Arte ha estado en contacto desde el principio con el cliente, y tiene en sus manos, en su caso, el resultado del estudio del mercado y los objetivos del diseño determinados por éste. El director pasa la información al diseñador con las necesidades, lineamientos y limitaciones del trabajo a realizar. Una vez establecidos, entre los dos, los criterios de diseño, el diseñador se dispone a bocetar.

En el caso en el que el proyecto es muy amplio, con una característica muy especial o bien si hay muchos

otros proyectos en proceso, el despacho recurre a contratar diseñadores free lance especializados en el área del proyecto y con larga experiencia.

Bocetos

El diseñador encargado del proyecto elabora los bocetos que después de consultarlos con el Director de Arte y hacer los cambios pertinentes se presentan al Director General. Se hacen los cambios pertinentes si el proyecto lo requiere, si no es el caso los bocetos aceptados pasan a la siguiente etapa que es el dummy.

64

Dummy o prototipo

Con los bocetos aceptados y las especificaciones del material en el que se realizará el trabajo final, el diseñador elabora un dummy o prototipo, según se trate de un soporte estático o de un diseño tridimensional (empaque, envase, etc.).

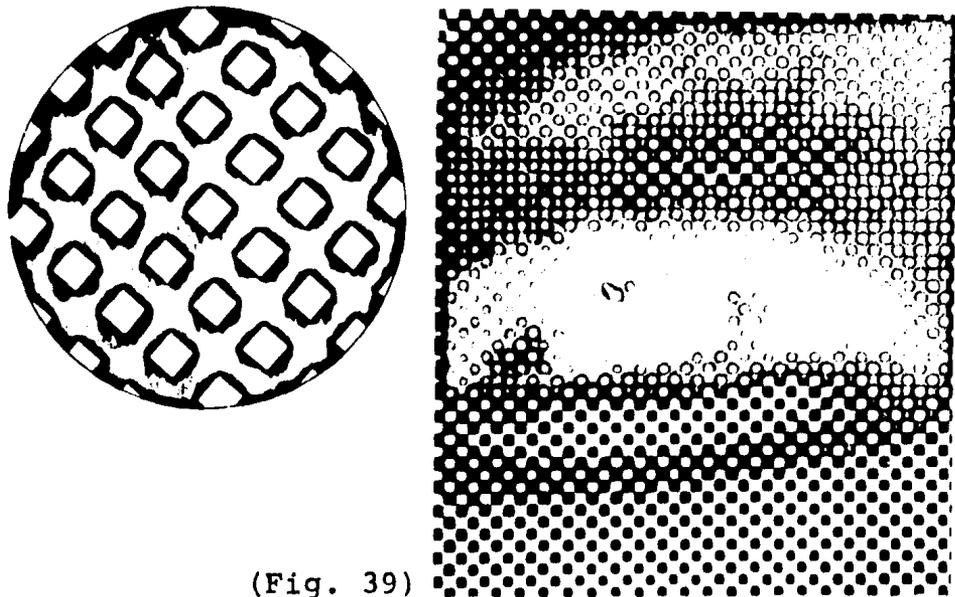
Para ejemplificar este proceso tomaremos el caso de un soporte estático (libro, informe, revista, etc.).

El diseñador analiza los requerimientos del proyecto y determina todos los materiales que se necesitan para hacer el dummy, le solicita éstos al jefe de producción quien se los entrega si los hay en existencia, si no los solicita al departamento de administración. En la mayor parte de los casos el dummy será exactamente igual al ejemplar final, colores y diseño en general.

Los recursos con los que cuenta el diseñador para realizar el dummy son:

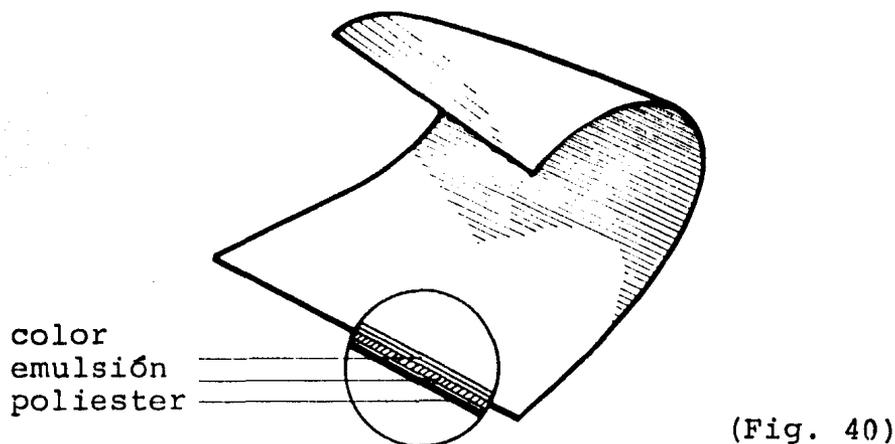
Una gran variedad de tipos de papeles y cartulinas para formar el cuerpo del libro, revista, informe, etc. se puede recurrir a la biblioteca para copiar o reproducir alguna viñeta o fotografía con algún efecto especial. También tiene a su disposición un archivo de recortes de revistas de todo tipo (moda, industrias, deportes, etc.) y un amplio archivo fotográfico donde podrá encontrar fotografías similares a las que sugiere el diseño. Para las portadas, hojas de color o plastas se cuenta con acetatos, pantallas de color adhesivas y algunas veces utiliza gouache (Fig. 39)

65



(Fig. 39)

En cuanto a textos, para las cabezas o textos importantes de las cuales ya tiene el material del cliente mecanografiado, manda hacer la tipografía, a través del jefe de producción en la máquina fotocomponedora con la que cuenta el despacho, con el puntaje y tipo necesario. Para simulación de textos utiliza body type. Cuando se trata de textos de color, manda hacer la galería de texto o el body type en un proceso llamado color key₄₀. Cuando se trata de un trabajo en blanco y negro solicita pruebas finas de las fotografías y textos, que luego monta sobre el papel del cuerpo de la revista o informe (Fig. 40).



En algunos casos en que el cliente lo solicita y hay suficiente tiempo, el diseñador realiza dos o más dummys.

66

El dummy o dummys se presentan al cliente a fin de que dé su aprobación o escoja el ejemplo que le parezca más adecuado. El siguiente paso del diseñador es marcar el material (originales mecanografiados y fotografías en su caso, entregados por el cliente), de acuerdo con su diseño y las características del dummy; éste y el material mencionado se los entrega al departamento de producción.

Departamento de producción

El jefe encargado de este departamento recibe el material especificado por el diseñador y ordena el trabajo correspondiente (tipografía, pruebas de laboratorio, pruebas finas y material de apoyo), cuando tiene la tipografía la pasa al corrector quien coteja con los originales y revisa que todo esté correcto. Una vez visto todo el material, el jefe de producción distribuye el trabajo a los dibujantes para que monten los originales.

Esta etapa la supervisan tanto el jefe de producción como el diseñador. Cuando están terminados los originales el jefe de producción se encarga de enviarlos a la imprenta que habrá seleccionado con anterioridad y cuyo presupuesto habrá sido aceptado por el cliente.

Tipografía

En el despacho se cuenta con una máquina Compugraphic 7500 para la realización de la tipografía; cuando se requiere un trabajo más complicado, se manda hacer a algún proveedor externo, con el objeto de sacar el trabajo sencillo en el despacho y el más delicado fuera, para no atrasar el ritmo del trabajo.

67

Laboratorio

Este departamento tiene las cámaras y materiales necesarios para hacer casi toda la producción fotográfica de un proyecto, cuando éste lo requiera, especialmente cuando se trata de sacar pruebas finas, acetatos y negativos, que es lo más utilizado. Cuando el proyecto requiere una selección de color, o revelado de transparencias se recurre a proveedores externos.

Armado de originales

Este trabajo lo hacen los dibujantes que, como los dos departamentos anteriores, están bajo la supervisión del jefe de producción. Los dibujantes cortan y pegan la tipografía y el material de apoyo en los cartones para originales mecánicos, siguiendo al pie de la letra el dummy y las especificaciones dadas por el diseñador.

Aprobación de los originales por el cliente

Esta etapa es una de las mas delicadas, puesto que después de ella pasarán los originales a impresión.

El departamento de producción se encarga de que se revisen los originales para que haya la menor cantidad de errores; los revisan el corrector de estilo y el diseñador, y si es necesario se hacen las correcciones pertinentes.

De aquí pasan los originales a revisión por el cliente, ya que en él recae la responsabilidad de que su proyecto salga correcto; el cliente tiene la obligación de revisar los originales detenidamente para hacer las correcciones necesarias, ya que cualquier error saldrá impreso y por tanto habría pérdidas de dinero y tiempo.

63

Una vez que se han corregido y revisado los originales, el cliente los firma, dando así la aprobación para que se impriman.

El diseñador y el jefe de producción mandan hacer las correcciones, en su caso, y especifican, sobre los originales, las indicaciones para la impresión: platas negras en los lugares en que aparezca fotografía, indicaciones de porcentaje de pantallas, indicación del color de preferencia con una muestra, suajes, etc.

Impresión

Cuando se pasa a esta etapa, el jefe de producción manda los originales a una imprenta externa, ya que el despacho no cuenta con imprenta propia.

Sin embargo, el despacho ofrece el servicio de supervisión de la impresión y también, cuando el tiempo lo permite, presenta pruebas de roll al cliente para que éste pueda dar el visto bueno. El jefe de producción es quien revisa la impresión, acudiendo a la imprenta las veces que sean necesarias, a fin de ofrecer un buen trabajo con la mayor calidad posible.

EJEMPLO No. 2 DESARROLLO DE UNA REVISTA EN ALFONSO CAPETILLO Y ASOCIADOS

Análisis del material

70

Antecedentes

Para este segundo ejemplo tomaremos como base el diseño de la revista "Participación Democrática".

En la junta que tuvieron los directivos de Alfonso Capetillo con el representante de esta publicación, se trataron puntos acerca de los requerimientos de diseño, finalidades y limitaciones de la revista.

Se trata de una revista editada por la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, en coordinación con la Dirección de Documentación y Publicaciones de la misma dependencia.

Descripción general del contenido

El contenido de la revista es de carácter informativo, está dirigida a altos funcionarios y público en general, interesado en este tipo de publicaciones.

En su sección editorial se indica que el contenido de esta revista fue realizado "con el propósito de difundir las inquietudes, problemas y aspiraciones de los

diversos sectores sociales que participan en las reuniones de trabajo convocadas por el Presidente Miguel de la Madrid y sus diferentes giras por los Estados de la República". (SIC). Este documento incluye peticiones hechas por obreros y campesinos con el fin de ser escuchados por el Señor Presidente. También contiene las respuestas por el Jefe del Ejecutivo, y funcionarios del Gobierno.

Datos proporcionados por el cliente

Participación Democrática debería ser una publicación mensual seriada y numerada. El formato debería ser tamaño carta por ser el más utilizado en este tipo de documentos oficiales. La cantidad del material de una publicación a otra variaría de acuerdo con las ponencias del mes, por tanto no habría un número determinado de páginas. El cliente pidió que el diseño incluyera todo el material proporcionado por ellos, tanto textos como fotografías, de las cuales se seleccionarían las mejores.

71

Todas las revistas deberían contener, en la portada, el nombre de la revista "Participación Democrática", el nombre del Estado en que se habrían realizado las reuniones de trabajo, la fecha de la reunión, el crédito de la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República y el número de la revista; además debería contener una fotografía.

Ellos pidieron que se incluyera en la portada algún símbolo de amistad o de unión como detalle representativo de la palabra Participación Democrática. Para el diseño de los interiores debería tomarse en cuenta el siguiente contenido: una portadilla, el contenido o sumario, las palabras del Señor Presidente pronuncia-

das en el Estado según la publicación, la presentación de la revista y las diferentes ponencias, incluyendo en cada una de ellas la fotografía del ponente.

En cuanto a la imagen de la revista, ésta debería tener un diseño sobrio y elegante, debería planearse de tal manera que contuviera todo el material pero sin extenderse mucho, aunque no había una limitación en cuanto al número de páginas; también debería haber moderación en cuanto a gastos ya que debería "reflejar la política de austeridad del Gobierno" (SIC).

72

Planeación y diseño

Una vez teniendo los requerimientos de diseño y las limitaciones para la realización de la revista se hizo un desglose de los puntos más sobresalientes, los que servirían como base para establecer los criterios de diseño. El Director General y el Director de Arte elaboraron los criterios de diseño y son los siguientes:

- Formato, tamaño carta 66 1/2 ø x 51 ø
- Para la portada se decidió hacer un diseño modelo aplicable a todas las revistas, ya que se deberían respetar las peticiones del cliente y que la revista sería seriada debiendo tener una continuidad en cuanto a imagen en todas las publicaciones.
- El tiempo de entrega para dummies fue de cinco días y el tiempo para entregar la revista ya impresa, era de tres semanas.

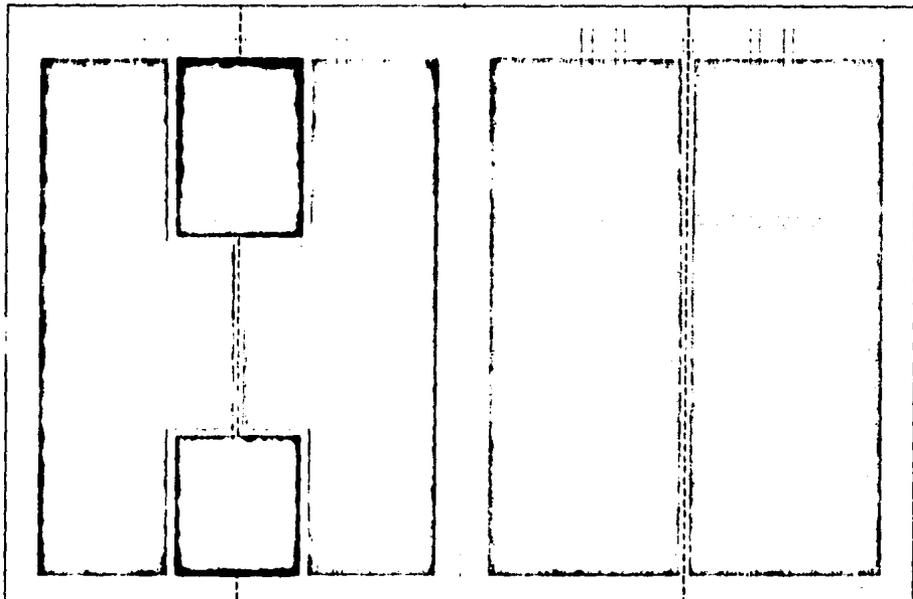
- Se tomó en cuenta el público al que debería ir dirigida la revista y se propusieron dos diseños de acuerdo con las especificaciones del cliente, tales como: sobriedad, elegancia, fácil lectura y sencillez en el diseño. (SIC).

Bocetos

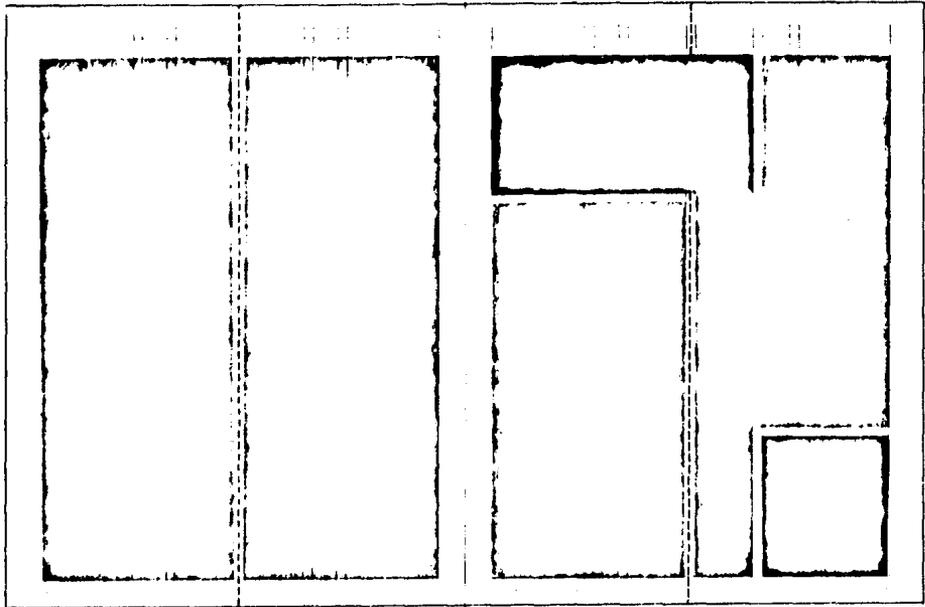
En esta etapa la manera de realizar los bocetos fue la siguiente:

El Director Creativo teniendo claros los lineamientos del diseño se lo planteó al diseñador para empezar a bocetar; estos bocetos estaban muy bien trazados, limpios y al tamaño requerido. Se realizaron los bocetos delimitando zonas de texto y fotografía, como se muestra en el ejemplo. El material mecanografiado era bastante, por lo tanto el diseño se planeó a dos, tres y cuatro columnas con el objeto de hacer un diseño dinámico. Se realizaron varios con el objeto de escoger el que se presentaría al cliente a nivel de dummy. (Fig. de la 41 a la 44)

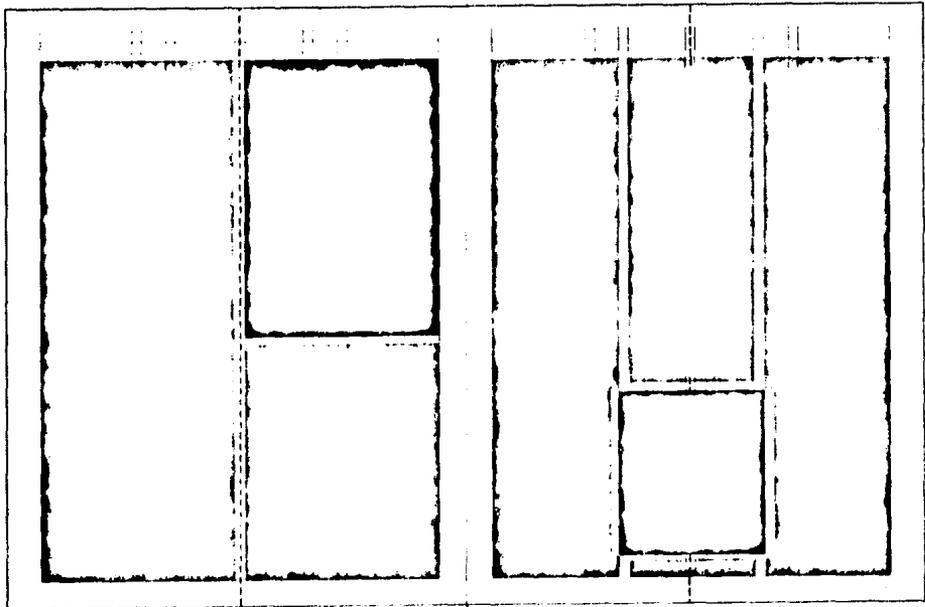
73



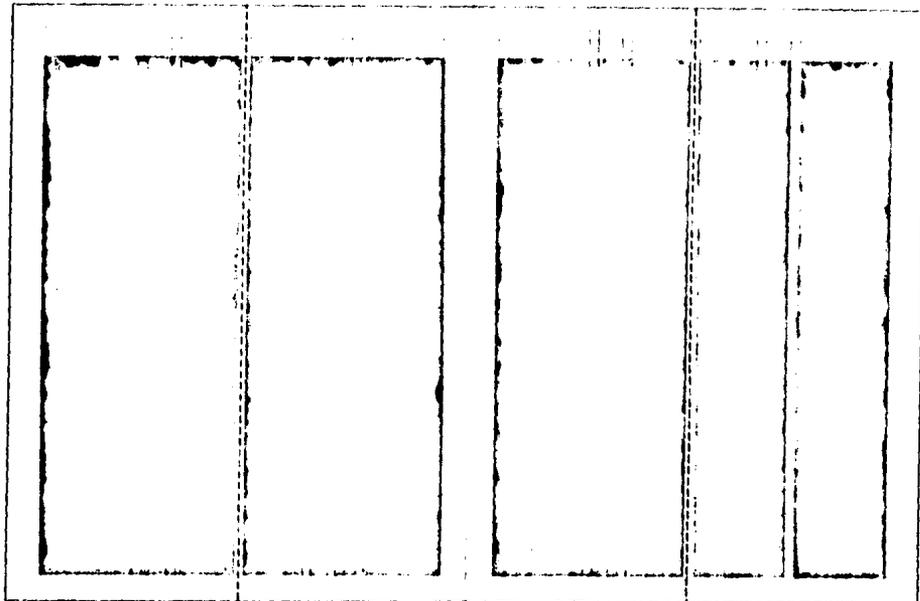
(Fig. 41)



(Fig. 42)



(Fig. 43)



(Fig. 44)

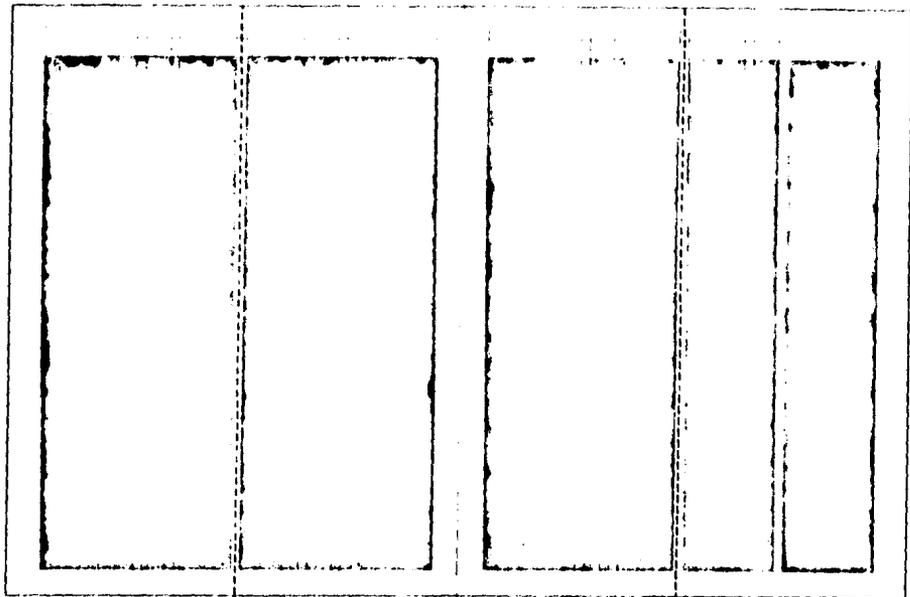
Dummy

En esta etapa, ya definidos los lineamientos del diseño junto con los bocetos, se procedió a trabajar en el dummy; la manera de presentarlo fue la siguiente:

Se presentó a nivel de manual en prueba fina, con un trazo de línea preciso y limpio; se utilizaron pantallas adheribles cuando era necesario; para la simulación de texto se empleó body type, para la explicación del manual se mandó parar tipografía.

Este manual se elaboró para fijar los alcances y normas que regirían un nivel adecuado de comunicación.

El manual contenía las explicaciones técnicas necesarias para poder realizar una labor de comunicación y que se obtuviera del público una respuesta aceptable.



(Fig. 44)

Dummy

En esta etapa, ya definidos los lineamientos del diseño junto con los bocetos, se procedió a trabajar en el dummy; la manera de presentarlo fue la siguiente:

Se presentó a nivel de manual en prueba fina, con un trazo de línea preciso y limpio; se utilizaron pantallas adheribles cuando era necesario; para la simulación de texto se empleó body type, para la explicación del manual se mandó parar tipografía.

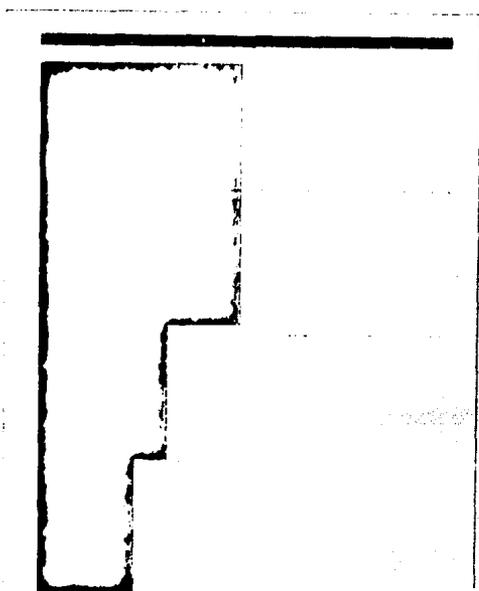
Este manual se elaboró para fijar los alcances y normas que regirían un nivel adecuado de comunicación.

El manual contenía las explicaciones técnicas necesarias para poder realizar una labor de comunicación y que se obtuviera del público una respuesta aceptable.

El manual además contenía todos los factores técnicos, teóricos y prácticos considerados indispensables, para facilitar las tareas propias de la comunicación. Todas las medidas estaban dadas en picas. En este manual colaboraron: el Director Creativo, el diseñador, el departamento de producción integrado por dibujantes, laboratoristas, tipografía y correctores de estilo. Algunos ejemplos del manual son los siguientes:

La red tipográfica se diseñó para lograr una legibilidad buena y sencilla. La red se dividió en cuatro, tres y dos columnas que ayudarían a dividir las diferentes secciones de la revista. En la parte superior se calculó un espacio destinado para colocar placas que recorrerían a lo largo de la revista, como detalle de unidad de la misma. (Fig. 45)

76

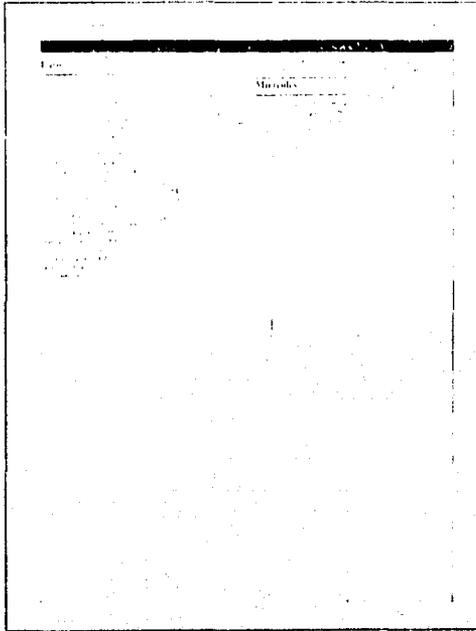


(Fig. 45)

Red tipográfica a cuatro columnas:

Esta red se utilizaría específicamente en los resúmenes de noticias y en las citas de la semana. Ambos serían identificados por una placa de medio centímetro de ancho en pantalla al 50%. Las citas de la semana

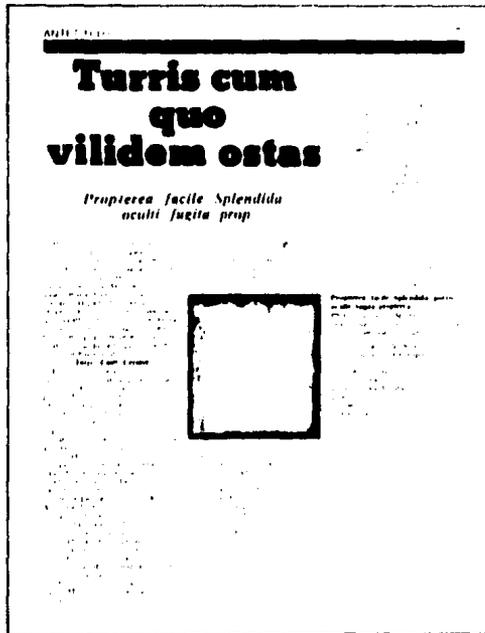
serían divididas por días. El resumen de noticias estaría dividido por títulos inherentes al mismo; esta sección llevaría fotografías chicas relacionadas con el mismo argumento. (Fig. 46)



(Fig. 46)

Red tipográfica a tres columnas:

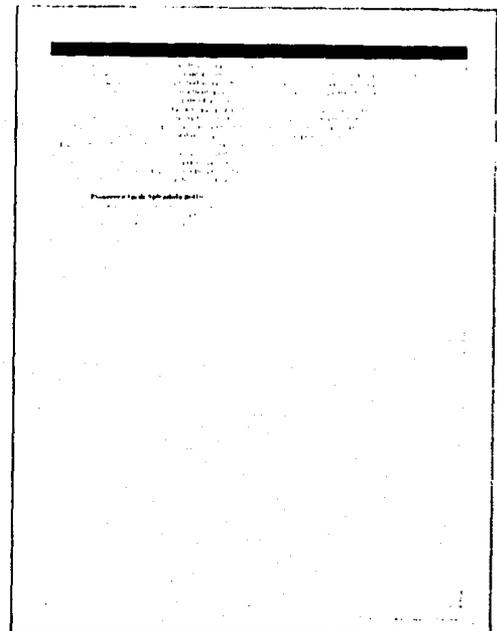
Toda la revista en general estaría formada de tres columnas. Los títulos podrían ocupar de dos a tres co--lumnas, según la compaginación y la necesidad del di--seño de la página. Los títulos tendrían que ser de mucho impacto. Los subtítulos estarían compuestos en forma de epígrafe debajo de los títulos. Las fotogra--fías en blanco y negro irían enmarcadas en líneas de dos milímetros de ancho para lograr una separación de blanco y gris y al mismo tiempo alcanzar un impacto apropiado. (Fig. 47)



(Fig. 47)

Red tipográfica a dos columnas.

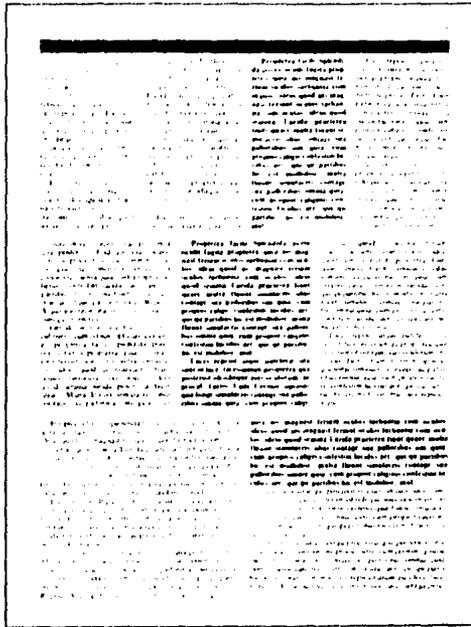
La red a dos columnas se usaría para reportes muy especiales, cortos y de fácil lectura utilizando recursos de subrayados tipográficos como son la letra en bold o en cursivo (Fig. 48).



(Fig, 48)

Tipografía

Se sugirió que la tipografía fuera justificada a las medidas de la red tipográfica cualquiera que fuera el tipo de compaginación. Para resaltar alguna expresión importante del contenido del texto, debería hacerse respetando el ancho normal de las columnas y de ser necesario, se pondrían en tipo bold (Fig. 49)

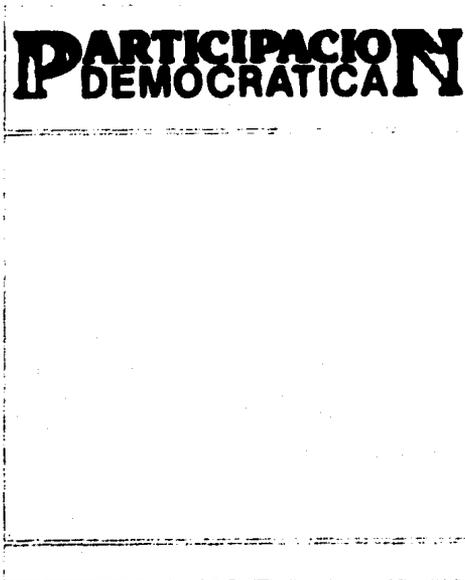


(Fig. 49)

La Portada:

La portada comprendía los siguientes elementos: la parte superior del logotipo que conforman las palabras "Participación Democrática", delimitada por un marco negro que contendría en el espacio restante el nombre del Estado. La portada llevaría siempre una estructura firme que permitiría ordenar la información que cada vez fuera requerida. En la parte inferior llevaría los datos generales de la revista como: número, fecha y crédito. El elemento básico de la portada podría ser: a) una foto o ilustración rebasada) un

fondo de color con una foto o ilustración centrada como lo indica la línea diagonal en el ejemplo aquí presentado (Fig. 50)



(Fig. 50)

80

Después de elaborado el manual se realizó el dummy que consistió en presentar la portada e interiores con las características del manual antes citadas; la portada se presentó a tres tintas, con tipografía adecuada y una fotografía al tamaño. Los interiores se presentaron en pruebas finas, con el objeto de simular el cuerpo de la revista.

Corrección y aceptación del dummy por el cliente

Una vez presentado el dummy al cliente, éste lo revisó y se hicieron las correcciones pertinentes.

Observaciones:

A) La portada fue aceptada en cuanto al diseño y distribución del material, faltando el símbolo que el cliente había pedido en un principio, que era una

imagen alusiva o representativa de la palabra "Participación Democrática". La tipografía de la portada fue aceptada.

B) En la portadilla el cliente sugirió que se repetirían los mismos conceptos de la portada; el espacio que ocupaba la fotografía se dejaría en blanco para colocar el nombre de la reunión.

C) Para los interiores sólo se permitió la red tipográfica a dos columnas cuando se trataba de representar el contenido.

81

La red tipográfica fue aceptada para los interiores a tres columnas. En esta etapa hubo que considerar algunos aspectos que modificaron el diseño como son: el cambio de textos; estos textos fueron cambiados por conveniencia de intereses del cliente mismo, en ellos se excluían los textos por semana (Ver fig. 46); excluían también el material fotográfico por carecer de éste (como lo marca la fig. 47). Ellos sugirieron que de acuerdo con cada ponencia se colocara sólo una fotografía del ponente; si alguna fotografía llegara a faltar, ese número de la revista no llevaría fotografías de ponentes, por tanto el nuevo diseño debía ponerse ya sea con fotografías o sin ellas.

Conclusiones para realizar el nuevo dummy :

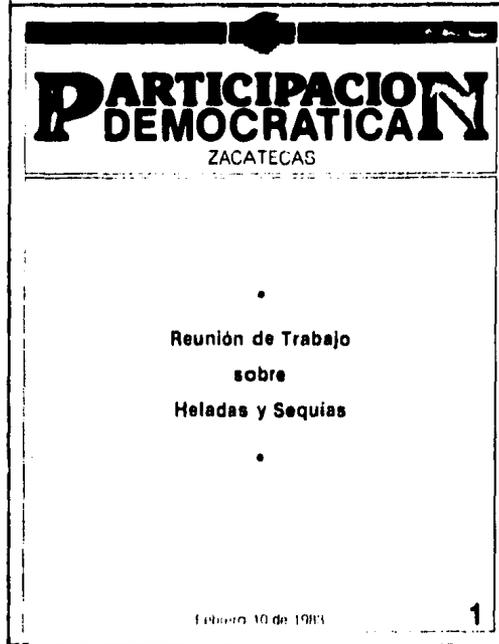
A) Incluir símbolo alusivo a la palabra "Participación Democrática".

Al buscar un símbolo representativo del título de la revista, se pensó inmediatamente en dos manos entrelazadas, puesto que esta imagen es alusiva tanto a la idea de Democracia como la de Participación; sin embargo, viendo que dos manos sin soporte alguno podrían

parecer como amputadas, se pensó en la posibilidad de una pleca, en el mismo lugar que las del interior, que pudiera muy esquemáticamente, representar los brazos, unidos en el centro dándose la mano (Fig. 51).



B) Realizar la portadilla igual que la portada, excluyendo fotografía (Fig. 52).



82

(Fig. 52)

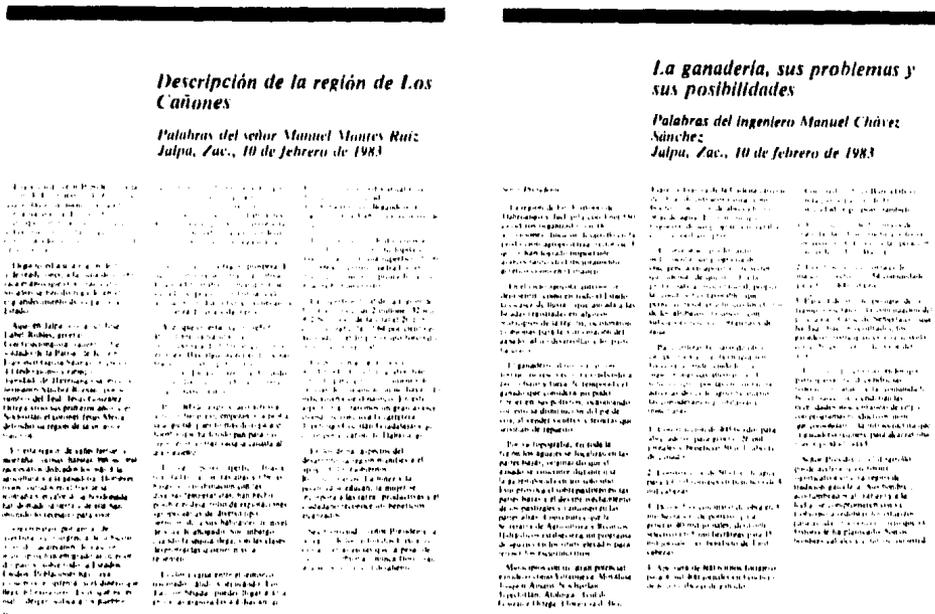
C) Realizar red tipográfica a dos columnas para presentar el contenido de la revista (Fig. 53).

Contenido	
<p>PRELIMINARES</p> <p>Intervención del licenciado Manuel de la Madrid, Presidente Constitucional de la Unión, Estado de México. Zacatecas, Z., 10 de febrero, 1963.</p> <p>Intervención del licenciado Roberto Guzmán, Secretario de Agricultura y Fomento del Estado de Zacatecas, sobre "El problema del agua para la zona rural regional". La Moravia, Villa Guzmán, Z., 10 de febrero, 1963.</p> <p>Palabras del señor Jesús Cuervo, Comandante en Jefe de Villa Guzmán, Zacatecas, sobre "El problema del agua para la zona rural regional". La Moravia, Villa Guzmán, Z., 10 de febrero, 1963.</p> <p>Palabras del licenciado Roberto Guzmán, Secretario de Agricultura y Fomento del Estado de Zacatecas, sobre "El problema del agua para la zona rural regional". La Moravia, Villa Guzmán, Z., 10 de febrero, 1963.</p> <p>Palabras del señor Esteban Estrella, Secretario general de la UTEZ, Zacatecas, sobre "El problema del agua para la zona rural regional". La Moravia, Villa Guzmán, Z., 10 de febrero, 1963.</p> <p>Palabras de la profesora Luciana Tapia, representante de la minoría campesina sobre "El agua y la zona rural regional". La Moravia, Villa Guzmán, Z., 10 de febrero, 1963.</p>	<p>Palabras del profesor Ricardo Arroyo, presidente municipal de Villa Guzmán, Zacatecas, sobre "El agua y la zona rural regional". La Moravia, Villa Guzmán, Z., 10 de febrero, 1963.</p> <p>Palabras del licenciado Esteban de la Cruz, presidente de la UTEZ, Zacatecas, sobre "El agua y la zona rural regional". La Moravia, Villa Guzmán, Z., 10 de febrero, 1963.</p> <p>Palabras del señor Manuel Montiel, Secretario de la UTEZ, sobre "El agua y la zona rural regional". La Moravia, Villa Guzmán, Z., 10 de febrero, 1963.</p> <p>Palabras del señor Manuel Montiel, Secretario de la UTEZ, sobre "El agua y la zona rural regional". La Moravia, Villa Guzmán, Z., 10 de febrero, 1963.</p> <p>Palabras del licenciado Manuel Estrella, Secretario de Agricultura y Fomento, sobre "El agua y la zona rural regional". La Moravia, Villa Guzmán, Z., 10 de febrero, 1963.</p> <p>Palabras del licenciado Manuel Estrella, Secretario de Agricultura y Fomento, sobre "El agua y la zona rural regional". La Moravia, Villa Guzmán, Z., 10 de febrero, 1963.</p> <p>Palabras del señor Nicolás Estrella, Secretario de la UTEZ, sobre "El agua y la zona rural regional". La Moravia, Villa Guzmán, Z., 10 de febrero, 1963.</p> <p>Palabras del señor Manuel Estrella, Secretario de Agricultura y Fomento, sobre "El agua y la zona rural regional". La Moravia, Villa Guzmán, Z., 10 de febrero, 1963.</p>

(Fig. 53)

D) Analizar el nuevo material mecanografiado y proponer red a tres columnas.

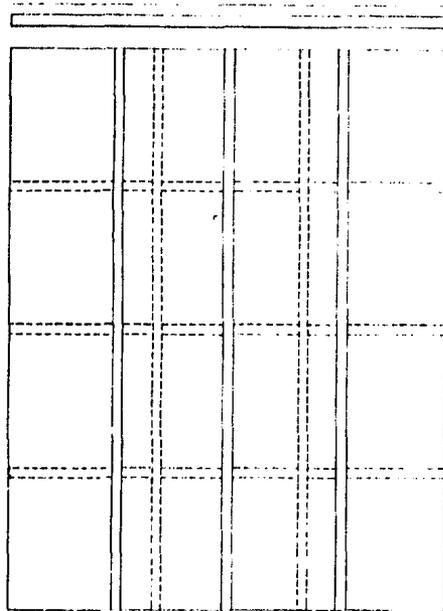
E) Presentar un diseño de ponencia en el que se incluya una fotografía del ponente; los títulos a nivel de cabeza deberían llevar el nombre de la ponencia, el nombre del ponente, el lugar y fecha (Fig. 54).



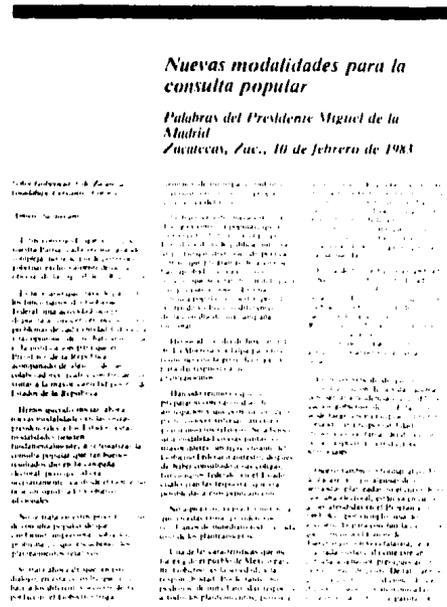
(Fig. 54)

F) De acuerdo con las limitaciones del material fotográfico antes mencionado, las revistas deberían contener de dos a tres fotografías rebasadas al tamaño carta, colocadas al principio de la revista (Fig. 55).

Una vez hechas las correcciones para el nuevo dummy y aceptado por el cliente, se pasaría al departamento de producción.



(Fig. 55)



Producción de la revista:

Una vez teniendo el dummy aceptado, el diseñador marcó la tipografía, la red de trazo para los originales, mando hacer al laboratorio las pruebas finas de los logotipos, etc., es decir, todo lo necesario para armar los originales.

El jefe de este departamento se encargó de entregar al diseñador todo el material tal como fue pedido, supervisando calidad y tiempo. A continuación se darán ejemplos del proceso de producción de la revista.

Tipografía

La manera de marcar la tipografía en Alfonso Capetillo y Asociados es también muy sencilla.

Signos de corrección tipográficos

A y B	Parar en altas y bajas
A	Parar en altas
Bold	Parar en tipo bold
Light	Parar en tipo light
italico	Parar en cursivo
⏏	Cerrar espacios
⏏	Abrir espacios
⏏	Cambiar de orden letras o palabras
⏏	Punto y aparte
⏏	Poner sangría
⏏	Punto y seguido
⏏	Indica que sale texto de la composición

85

A continuación se presenta un glosario de la tipografía que se utilizó para la revista con los tamaños correspondientes.

A) Datos generales de la revista (portada) Beton extra bold 48 pts. , Helvética light 48, 24 y 12 pts.

B) Títulos de las ponencias Times bold cursivo 24 pts nombre del ponente Times bold cursivo 18 pts.; lugar de la reunión, Times bold cursivo 18 pts.

C) Textos generales de la revista Times 10 pts. (Fig. 56 y 57).

A B C D E F G H I J K L
M N Ñ O P Q R S T U V
W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n
ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

English Times Bold

A B C D E F G H I J K L
M N Ñ O P Q R S T U V
W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n
ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

English Times Bold Italic

86

A B C D E F G H I J K L
M N Ñ O P Q R S T U V
W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n
ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

English Times Medium

A B C D E F G H I J K L
M N Ñ O P Q R S T U V
W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n
ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

English Times Medium Italic

A B C D E F G H I J K L M
N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ
o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Helvetica Light

Armado de originales

Primeramente se hizo el trazo de la caja tipográfica y su diagramación correspondiente a un tamaño carta. La caja tipográfica: constituida por tres columnas que miden $42 \frac{1}{2} \emptyset$ x $14 \emptyset$ c/u, con dos medianiles de separación entre las dos columnas de $1 \emptyset$, el medianil del pie mide $3 \frac{1}{2} \emptyset$, el medianil de la cabeza mide $2 \emptyset$, el medianil por la parte derecha mide $3 \frac{1}{2} \emptyset$ por su parte izquierda mide $3 \emptyset$. En la parte de arriba tiene colocadas dos plecas, una trazada con el grafo No. 3 a una distancia de $1 \frac{1}{2} \emptyset$ del corte de la revista, la otra pleca está colocada a una distancia de la anterior del \emptyset con un ancho de $1 \frac{1}{2} \emptyset$ con una pantalla de 10% de negro. El primer cuadrante de la diagramación hacia la izquierda estaba destinado a la fotografía del ponente, que mide $13 \frac{1}{2} \emptyset$ x $14 \emptyset$, los dos cuadrantes restantes del lado derecho estaban destinados dos para el nombre de la ponencia, el nombre del ponente y la fecha, estos dos cuadrantes miden 29 x $14 \emptyset$.

87

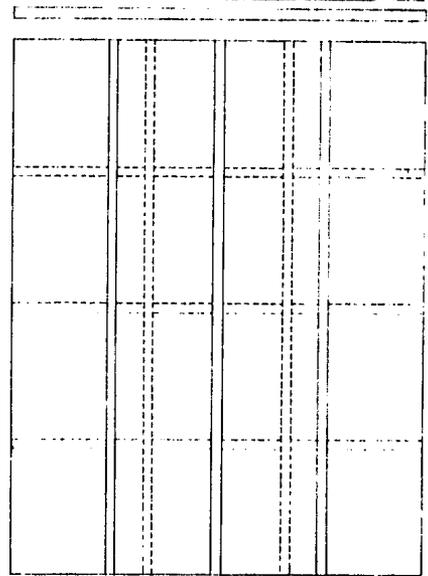
Cabe aclarar que el primer cuadrante de la diagramación estaba destinado a la fotografía del ponente, en este primer número de la revista del Estado de Zacatecas no se logró conseguir el material fotográfico, por lo tanto no aparecieron fotos de los ponentes pero se respetaron los cuadrantes en blanco y en los números siguientes aparecieron las fotografías; las cabezas se colocaron como se mencionó anteriormente (Fig. 58, 59 y 60).

PARTICIPACION DEMOCRATICA

ZACATECAS



(Fig. 58)



(Fig. 59)

El primer punto que se debe considerar es el de la necesidad de una reforma constitucional que permita la participación democrática en el gobierno local.

En segundo lugar, es necesario que se establezca un sistema de elección directa de los ayuntamientos, lo que permitirá a los ciudadanos elegir directamente a sus representantes locales.

En tercer lugar, es necesario que se establezca un sistema de participación ciudadana que permita a los ciudadanos intervenir directamente en la gestión pública.

En cuarto lugar, es necesario que se establezca un sistema de control social que permita a los ciudadanos supervisar el desempeño de los funcionarios públicos.

En quinto lugar, es necesario que se establezca un sistema de transparencia que permita a los ciudadanos acceder a la información pública.

En sexto lugar, es necesario que se establezca un sistema de rendición de cuentas que permita a los ciudadanos exigir responsabilidades a los funcionarios públicos.

En séptimo lugar, es necesario que se establezca un sistema de participación ciudadana que permita a los ciudadanos intervenir directamente en la gestión pública.

(Fig. 60)

El segundo punto que se debe considerar es el de la necesidad de una reforma constitucional que permita la participación democrática en el gobierno local.

En segundo lugar, es necesario que se establezca un sistema de elección directa de los ayuntamientos, lo que permitirá a los ciudadanos elegir directamente a sus representantes locales.

En tercer lugar, es necesario que se establezca un sistema de participación ciudadana que permita a los ciudadanos intervenir directamente en la gestión pública.

En cuarto lugar, es necesario que se establezca un sistema de control social que permita a los ciudadanos supervisar el desempeño de los funcionarios públicos.

En quinto lugar, es necesario que se establezca un sistema de transparencia que permita a los ciudadanos acceder a la información pública.

En sexto lugar, es necesario que se establezca un sistema de rendición de cuentas que permita a los ciudadanos exigir responsabilidades a los funcionarios públicos.

En séptimo lugar, es necesario que se establezca un sistema de participación ciudadana que permita a los ciudadanos intervenir directamente en la gestión pública.

El tercer punto que se debe considerar es el de la necesidad de una reforma constitucional que permita la participación democrática en el gobierno local.

En segundo lugar, es necesario que se establezca un sistema de elección directa de los ayuntamientos, lo que permitirá a los ciudadanos elegir directamente a sus representantes locales.

En tercer lugar, es necesario que se establezca un sistema de participación ciudadana que permita a los ciudadanos intervenir directamente en la gestión pública.

En cuarto lugar, es necesario que se establezca un sistema de control social que permita a los ciudadanos supervisar el desempeño de los funcionarios públicos.

En quinto lugar, es necesario que se establezca un sistema de transparencia que permita a los ciudadanos acceder a la información pública.

En sexto lugar, es necesario que se establezca un sistema de rendición de cuentas que permita a los ciudadanos exigir responsabilidades a los funcionarios públicos.

En séptimo lugar, es necesario que se establezca un sistema de participación ciudadana que permita a los ciudadanos intervenir directamente en la gestión pública.

Descripción de la región sureste del Estado de Zacatecas

Palabras del diputado Roberto Luévano Moya
La Montaña, Villa García, Zac.,
10 de febrero de 1988

El primer punto que se debe considerar es el de la necesidad de una reforma constitucional que permita la participación democrática en el gobierno local.

En segundo lugar, es necesario que se establezca un sistema de elección directa de los ayuntamientos, lo que permitirá a los ciudadanos elegir directamente a sus representantes locales.

En tercer lugar, es necesario que se establezca un sistema de participación ciudadana que permita a los ciudadanos intervenir directamente en la gestión pública.

En cuarto lugar, es necesario que se establezca un sistema de control social que permita a los ciudadanos supervisar el desempeño de los funcionarios públicos.

En quinto lugar, es necesario que se establezca un sistema de transparencia que permita a los ciudadanos acceder a la información pública.

El segundo punto que se debe considerar es el de la necesidad de una reforma constitucional que permita la participación democrática en el gobierno local.

En segundo lugar, es necesario que se establezca un sistema de elección directa de los ayuntamientos, lo que permitirá a los ciudadanos elegir directamente a sus representantes locales.

En tercer lugar, es necesario que se establezca un sistema de participación ciudadana que permita a los ciudadanos intervenir directamente en la gestión pública.

En cuarto lugar, es necesario que se establezca un sistema de control social que permita a los ciudadanos supervisar el desempeño de los funcionarios públicos.

En quinto lugar, es necesario que se establezca un sistema de transparencia que permita a los ciudadanos acceder a la información pública.

El tercer punto que se debe considerar es el de la necesidad de una reforma constitucional que permita la participación democrática en el gobierno local.

En segundo lugar, es necesario que se establezca un sistema de elección directa de los ayuntamientos, lo que permitirá a los ciudadanos elegir directamente a sus representantes locales.

En tercer lugar, es necesario que se establezca un sistema de participación ciudadana que permita a los ciudadanos intervenir directamente en la gestión pública.

En cuarto lugar, es necesario que se establezca un sistema de control social que permita a los ciudadanos supervisar el desempeño de los funcionarios públicos.

En quinto lugar, es necesario que se establezca un sistema de transparencia que permita a los ciudadanos acceder a la información pública.

Una vez realizados los originales mecánicos para impresión, se enviaron al cliente para la revisión y corrección. Cuando los originales tuvieron correcciones, como en este caso, se corrigieron lo más rápidamente posible para enviarlos nuevamente al cliente que dio el visto bueno para mandarse a impresión.

Impresión

Alfonso Capetillo y Asociados ofrece el servicio al cliente de impresión de su trabajo y formula cotizaciones en diferentes imprentas para conseguir un buen precio, impresión y servicio. Para este caso específico se pidió cotización en tres imprentas, el cliente revisó los presupuestos y decidieron imprimir en los Talleres Gráficos de la Nación. El despacho también ofrece el servicio de supervisión de imprenta si el cliente lo solicita. La impresión de la revista quedó de la siguiente manera: forros: portada impresa a tres tintas en papel couché paloma de noventa kilos, con una fotografía en duo-tono, contraportada impresa a una tinta y plastificada, formato tamaño carta 66 1/2 Ø x 51 Ø. Número de páginas interiores 60, o sean tres pliegos de 16 páginas y un pliego de 12 páginas. Papel interiores: Bond impreso a una tinta. Para este caso se hizo la supervisión de impresión y se envió al cliente.

29

Este fue el proceso que se siguió para la realización de la mencionada revista.

Después de haber visto en este ejemplo los pasos que se siguen en un proceso de diseño, se concluye que uno de los puntos más importantes es que el concepto de diseño vaya de acuerdo con los requerimientos del

proyecto y con la petición del cliente.

A pesar de que el diseñador hace una labor de convencimiento al cliente sobre el diseño que él considera más conveniente, siempre la última palabra la tiene el cliente, por lo que el diseñador debe ser flexible y tener la capacidad de aceptar ciertos puntos con los que no está de acuerdo y tratar de encontrarles una solución de diseño adecuada y que corresponda a los requerimientos y gustos del cliente.

Ahora bien, si realmente las ideas que tiene sobre un diseño dado no van de ninguna manera de acuerdo con los conceptos, criterios y opiniones del diseñador, y si el trabajo de éste no depende de la decisión de un jefe superior, el diseñador podrá rechazar el trabajo para no hacer cosas en contra de sus opiniones.

90

Otro punto sobre el que me parece importante hacer énfasis, es que el diseñador debe conocer bien todos los lugares en los que puede imprimirse o reproducirse su diseño de acuerdo con las necesidades del mismo, pues él debe ser responsable del resultado final de todo el proyecto.

En algunos casos, como en éste de la revista, el cliente escoge a su proveedor pero, aún en ese caso, el diseñador debe supervisar el trabajo y producción externos, para que el resultado final sea el deseado. De nada serviría que el diseño fuera bueno si su impresión o reproducción es mala.

En algunos casos los proveedores tienen su propio control de calidad pero en muchos otros no; de todas maneras, en ambos casos, el diseñador deberá supervisar el trabajo, aunque es aconsejable que elija al mejor

proveedor y que nunca deje a la decisión de éste el resultado del trabajo, a menos que el cliente se responsabilice en la etapa de la impresión; sin embargo este es un caso que debe tratar de evitar el diseñador.

CONCLUSIONES Y PROPUESTA

Para los dos ejemplos presentados, que aparentemente son un mismo tipo de proyecto y que se llevaron a cabo según procesos muy parecidos, la concepción básica de su ejecución fue distinta en cada caso, ya que las dos empresas seleccionadas, a pesar de tener funciones similares, son muy diferentes en sus intereses, políticas y su funcionamiento.

92

Como se ha visto en la Imprenta Madero aparte de su función como imprenta maquiladora (casi exclusivamente impresión de carácter cultural), es una empresa dedicada a la producción, desde la concepción del diseño, hasta la impresión y/o encuadernación de proyectos editoriales siempre relacionados directamente con la cultura. Esto puede considerarse como único en nuestro país ya que por lo general, podríamos decir siempre, las imprentas son empresas dedicadas a la producción de impresos de todas clases, comercial o cultural.

Sin embargo el tipo de cliente que puede solicitar los servicios de Imprenta Madero tiene que ser una gran institución o bien, un cliente capaz de solventar los altos costos que esta empresa exige

Pero en cuanto a la presentación de los trabajos mecánicos ante el cliente, en Imprenta Madero no se hace como en otros lugares, no elaboran dummys debido a falta de tiempo y altos costos y lo que se presenta al cliente, si es que éste lo solicita, es el machote, sobre el cual se hacen las correcciones que solamente pueden ser de distribución de texto o cambio de fotografías, ya que hacer cambios de diseño o de tamaño y/o familia tipográfica elevarían mucho el tiempo y el costo.

Cuando le llega el trabajo al diseñador, raras veces está el cliente presente para proponer o sugerir su idea, por lo general confía en la empresa, para que le entregue el trabajo a su gusto. Esto quiere decir que el diseñador se responsabiliza para hacer un buen trabajo, con plena libertad, ya que tiene una formación académica y/o larga experiencia en el campo.

93

El diseñador puede proponer para un proyecto cualquier idea que vaya de acuerdo con las necesidades solicitadas por el cliente, también es libre de proponer y realizar cualquier diseño pues está respaldado por la empresa.

Sin embargo, el tiempo del que dispone es tan corto que poco le queda para echar a andar su imaginación, por lo que se deja llevar por costumbre y los recursos de diseño que utiliza llegan a ser siempre los mismos (mismas viñetas, mismas fotografías, mismos efectos especiales, mismas soluciones técnicas de impresión, etc.). Y así la mayoría de las publicaciones llevan la misma línea, y si pudiéramos los trabajos realizados en esta imprenta mezclados con otros, podríamos con una simple mirada reconocerlos. Esto en sí mismo no es malo y determina una imagen firme de

la empresa, pero no debe olvidarse que el diseño es un campo abierto a la creatividad y originalidad.

Por otro lado las políticas establecidas en Alfonso Capetillo y Asociados, son el ideal deseable para cualquier despacho de diseño o diseñador independiente, sin embargo en un país como México, éstas son difícilmente mantenibles y, en vez de hacer excepciones a estas reglas sólo en algunos casos, ocurre lo contrario que es que sólo en casos excepcionales se siguen al pie de la letra dichas políticas.

94

El proceso que lleva un proyecto, como el del ejemplo de la revista o bien el de un libro, informe anual, manual de aplicaciones de una imagen, etc., es por lo general siempre la misma. Es decir que se siguen los mismos pasos: análisis, bocetos, dummy etc. Sin embargo, en Alfonso Capetillo y Asociados, en lo que respecta al análisis del material y al enfoque del diseño, existen varios puntos cuestionables sobre su forma de llevarse a cabo.

El análisis del material se hace casi exclusivamente en cuanto a cantidad y tipo de soporte estático, es decir (revista, libro, informe, etc.), cuando es indispensable que se haga un análisis profundo del contenido tanto literario como gráfico, así como del público al que está dirigido, pues de este análisis se deduce el enfoque del diseño (no se puede enfocar de la misma manera el diseño de un informe financiero, que el de un libro de arte o que el de una revista política) En Alfonso Capetillo y Asociados el enfoque del diseño de un trabajo editorial, en la mayor parte de los casos se hace principalmente desde un punto de vista estético con base en un diseño convencional y siguiendo un prototipo standard para cada tipo de soporte

estático, con pequeñas variaciones. Esto no quiere decir que los diseños no sean buenos ya que cumplen las necesidades básicas del cliente, lo que yo quiero decir es que el diseñador gráfico no es sólo, como puede pensar mucha gente, un realizador de imágenes bonitas y artísticas, ni tampoco un hacedor automático de trabajos en cadena. Cada proyecto debe ser un nuevo reto, un nuevo campo de realización de su capacidad creativa combinando conocimientos, inteligencia e imaginación.

También en el caso de esta empresa ocurre que quien ha visto alguna vez un informe anual o un libro realizado en ella podrá reconocer cualquier otro que se haya hecho en Alfonso Capetillo y Asociados. Sin embargo la experiencia en proyectos editoriales, sobre todo de folletos e informes anuales, hace que la realización global de un proyecto de este tipo, presentaciones de dummys ante el cliente, producción interna (tipografía, corrección, laboratorio, limpieza, claridad y exactitud de los originales), así como la selección de la imprenta o proveedor necesario para la realización del proyecto sean de una calidad excelente. Casi podríamos decir que la única falla de la realización de un proyecto en este despacho sea, algunas veces, el convencionalismo o la similitud de sus diseños.

Ahora bien, ya que en Alfonso Capetillo y Asociados se cuenta con grandes diseñadores y además se contratan otros por especialidad, este problema pienso que se debe a que aceptan una gran cantidad de trabajos a realizarse en tiempos récord, impidiendo un trabajo pensado o bien coordinado. De todo ello podemos decir que un diseñador debería estar siempre consciente de que el tiempo necesario para realizar un proyecto no

es tan sólo el de su realización práctica y material sino que una gran parte de ese tiempo será indispensable para analizar, documentarse, pensar, imaginar y proyectar ideas en bocetos, antes de llegar a un boceto presentable que tenga relación directa con los objetivos del proyecto.

Por otra parte, el plantear los dos procesos que he descrito en este trabajo, a partir de mi experiencia profesional, a sido con el fin de que el estudiante de diseño pueda, a partir de ejemplos reales, saber en qué consiste el trabajo del diseñador y escoger una metodología u otra, o bien tomar parte de cada una de ellas para crear la suya propia, de tal manera que con ella pueda resolver el tratamiento de cualquier proyecto gráfico que emprenda. En seguida se presenta una serie de reflexiones y consejos que podrían ayudarle.

96

A continuación se muestran en una tabla comparativa los pasos que lleva el proceso de elaboración de un proyecto, en las dos empresas presentadas, así como el proceso de producción real y deseable de un proyecto en el caso de un diseñador independiente (free lance) (Fig. 61).

Ahora bien, en estos dos casos que hemos analizado surge como problema común el factor tiempo, cosa que un diseñador independiente podría controlar mucho más fácilmente, aunque casi siempre en México la mayor parte de los trabajos del tipo que sean, se solicitan para hacerse en tiempos récord. Siendo independiente el diseñador podría organizarse de tal manera que le rinda más el tiempo, trabajando las horas que necesite sin estar supeditado a horarios fijos; podrá saber

PROYECTO	IMPRESA MADERO	ALFONSO CAPETILLO Y ASOCIADOS	FREE-LANCE (regularmente)	FREE-LANCE (óptimo)
----------	----------------	-------------------------------	---------------------------	---------------------

1a. Entrevista Necesidades del cliente	✓	✓	✓	✓
Análisis de las necesidades del cliente. Requerimientos y limitaciones	✗	✓	✓	✓
Elaboración de un programa-presupuesto (etapas, tiempos y costos aprox).	✗	✓	✗	✓
2a. Entrevista Se analiza el programa-presupuesto se modifica o no, según sea el caso hasta que este quede aceptado.	✗	✓	✗	✓
Programa-presupuesto aceptado, se paga un % porcentaje.	✓	✓	✗	✓
Realización de las imágenes y bocetos.	✓	✓	✗	✓
3a. Entrevista Aceptación del ante-proyecto y dummy	✓	✓	✓	✓
Correcciones	✓	✓	✓	✓
Aceptación de bocetos y dummies finales	✗	✓	✓	✓

Producción del proyecto

✓ SIEMPRE

✗ EN ALGUNOS CASOS

con quién o con qué cuenta para llevar a cabo la producción de su diseño y así podrá decidir si puede o no aceptar el trabajo y entregarlo en el tiempo solicitado, rechazarlo o bien, llegar a un acuerdo con el cliente para realizar un diseño menos elaborado o tener más tiempo.

Por otra parte, cuando el diseñador trata directamente con el cliente tiene en sus manos la posibilidad de exponerle sus puntos de vista y discutir las ideas tanto del cliente como las suyas y respetándolo, tratar de convencerlo de las posibilidades de un diseño dado para su solicitud particular. También puede de-terminar si al él le conviene o no realizar un trabajo dado o tratar con un cliente particular, y tendrá la ventaja de que su diseño será aceptado o rechazado únicamente por el cliente.

97

Sin embargo, el trabajo de un diseñador independiente no es cosa fácil, ya que, primero no tiene la seguridad de tener siempre un cliente a la puerta, y segundo va a tener que cumplir con las funciones no sólo de diseñador y director de arte, sino también tendrá que ser contratista, productor, administrador y en muchos casos, el ejecutor directo del proyecto, por tanto, si tiene una falla no habrá quien lo respalde, ni quien le solvete pérdidas debidas a errores.

Por todo ello el estudiante o egresado de la carrera de Diseño deberá enfrentarse al campo profesional por el mejor camino y éste, desde mi punto de vista, es trabajar en algún despacho o agencia, haciendo al principio trabajos de dibujante o paste-up hasta ir aprendiendo los trucos de su oficio, que le permitirán trabajar de free lance y desempeñar su trabajo de manera confiable y segura.

Un diseñador, ya sea independiente o empleado de un despacho, debe estar conciente de que el cliente es la palanca que pone en movimiento el delicado mecanismo tanto de producción como de administración. El cliente que acude a un proveedor va en busca de las siguientes cuestiones fundamentales: calidad en el trabajo aunada a exigencias en el tiempo de entrega y costos razonables y un buen desarrollo del concepto para su proyecto o servicio.

Bob Gill, famoso diseñador gráfico, considera que el problema principal de un diseñador consiste en obtener las instrucciones adecuadas: "uno tiene que ayudar al cliente para que éste le dé las instrucciones apropiadas, si no se consiguen las instrucciones adecuadas, uno no puede empezar a pensar la solución". Este principio está tan arraigado en él que se niega a tratar la cuestión de lo que debería hacer un diseñador con malas instrucciones.*

98

En muchas ocasiones el diseñador no sabe por donde guiar al cliente ni qué preguntas hacerle para obtener los datos básicos que podrá complementar de acuerdo con la necesidad específica que se esté tratando.

A manera de sugerencia propongo unas "formas de control" y algunas recomendaciones que espero le sean útiles al diseñador en el momento de abordar un proyecto.

El primer punto importante que debe considerar siempre el diseñador, al tener el primer contacto con el

* Ray Murray, Manual de Técnicas, pag. 32.

cliente, en la primera entrevista, es olvidarse de sus opiniones, ideas y casi de quién es él, y escuchar al cliente atentamente, poniéndose en su lugar para captar bien la idea que éste querrá exponerle, pero no hay que olvidar que el cliente no será forzosamente un buen orador o no tendrá un conocimiento profundo de la actividad del diseñador. Una vez expuesto el problema por el cliente, el diseñador le repetirá sus ideas resumidas y con un concepto de diseño, sin proponerle nada específico, y así sucesivamente hasta que se llegue a un concepto elemental en el cual estén de acuerdo los dos. Según el tipo de solicitud, el diseñador podrá, o no, hacer en ese momento una propuesta, sugerencia o recomendación de cómo podría abordarse el diseño, aunque no es esencial en la primera entrevista.

99

A continuación sugiero una forma para la primera entrevista que el diseñador podrá ir llenando con los detalles que le vaya dando el cliente (ver forma No.1)

Después de la primera entrevista, el diseñador analizará las necesidades del cliente y los datos proporcionados por el mismo. Elaborará un plan de trabajo y el presupuesto correspondiente que podrá presentar al cliente en la forma "Programa-Presupuesto" (ver forma No. 2). Sobre esta forma cabe aclarar que la descripción de las etapas debe ser clara y muy precisa, indicando el número de prototipos o dummys que le entregará al cliente, y también deberá indicarse el costo que implicarían uno o más dummys si el cliente rechaza los primeros. Todo lo anterior porque el diseñador debe tener siempre un papel que respalde el trabajo por el que cobra y para que todo trabajo extra le sea pagado. Cuando hay una modificación al programa-presupuesto o imposibilidad de cumplir, por cualquier

ra de las partes, algún punto de dicho programa, se deberá siempre notificar por escrito, para lo cual propongo una forma de memorándum, a fin de que todo quede bien estipulado y no haya lugar a confusiones o malos entendidos. (ver forma de memorándum).

Al mismo tiempo o posteriormente a la entrega de la forma número 2 (con copia), según el tiempo de que se disponga, se dará también una cotización de la impresión que podría resumirse en la forma No. 3 (cotización de impresión).

100

Una vez aprobado el programa-presupuesto por el cliente, es aconsejable que el diseñador le solicite o le exija a éste un porcentaje razonable sobre dicho presupuesto antes de iniciar el trabajo, y esto es por dos razones principales: la primera es que podrá contar con fondos para los materiales necesarios para realizar los dummys, y la segunda que asegurará el pago de su trabajo pues, en muchos casos, los clientes piensan que el trabajo de los bocetos y el dummy no merecen ser pagados.

Ahora bien, estas recomendaciones que acabamos de ver podrían hacerse casi para cualquier tipo de trabajo profesionalista, ya que cuando una persona trabaja por su cuenta tiene que tener especial cuidado en su organización, administración y contabilidad. En el caso de un diseñador existen puntos muy particulares, que merecen especial cuidado y atención, como son el derecho y protección de ideas y la asignación de responsabilidades entre el cliente y el diseñador; sobre estos puntos podría hacer las recomendaciones siguientes:

La última recomendación sobre el pago de un anticipo tiene mucho que ver con la protección de idea, ya que si el cliente a pagado una parte del trabajo, por lo general espera que se termine el proyecto y en el caso en el que no sea así, por lo menos el diseñador habrá recibido el pago de su tiempo aunque no el de su creatividad. Por ello es indispensable que el diseñador se proteja, no sólo económicamente, sino sobre todo en la cuestión creativa. Existe una manera legal de registrar diseños, imágenes, logotipos, etc. Pero esto, por lo general es para trabajos terminados y aún en esos casos un mismo diseño con una ligerísima modificación deja de estar protegido. Por ello lo recomendable es que nunca el diseñador se desprenda de un diseño aunque sea en boceto mientras no haya sido concluido y pagado en su totalidad. Además como se ha visto en las Normas Profesionales en Alfonso Capetillo y Asociados todo diseño no pagado o no utilizado por el cliente es propiedad del diseñador.

101

Otro punto importante, como hemos dicho, es el de la definición de las responsabilidades que le corresponden a cada una de las partes.

Responsabilidades del diseñador:

- Más que en la mayoría de las otras profesiones, el diseñador debe tener una gran disciplina en su trabajo, en cuanto a puntualidad, honradez y sobre todo limpieza y precisión en la presentación de los trabajos. En cuanto al trabajo en sí, es responsabilidad absoluta del diseñador el concepto del diseño y su realización; el presentar los originales mecánicos para impresión con una calidad óptima, cuidando el no dejar a la imaginación del cliente o del impresor los datos importantes, anotando siempre

todas las especificaciones necesarias; además, en algunos casos, cuando la realización total del proyecto queda a cargo del diseñador, éste deberá hacerse responsable de todo trabajo efectuado por los proveedores que participen en dicho proyecto.

Responsabilidades del cliente:

-Para que un diseño no se atrase y para lograr el buen desarrollo de las etapas planeadas y presupuestadas, es indispensable que el cliente se responsabilice en entregar puntualmente, al diseñador, el material necesario para la realización de la etapa correspondiente; de lo contrario el trabajo se retrasa y hay pérdidas para el diseñador ya que el tiempo que habrá planeado para ese proyecto será mayor y además los costos que se habrán presupuestado pueden ya no ser los mismos; por lo tanto es recomendable que todo presupuesto lleve una cláusula que especifique que éste es válido sólo por 30 días a partir de su presentación; también es aconsejable que no se incluyan los materiales en el presupuesto y que estos queden a cargo del cliente, ya que los precios suben constantemente y sin previo aviso. Por otro lado el cliente tiene como responsabilidad el revisar cuidadosamente todo el material que él entregue como el que le presente el diseñador para revisión, y así todo cambio o corrección de un original aceptado por el cliente, con su firma, tendrá cargos suplementarios para el cliente (en este caso es aconsejable que para la revisión por el cliente se le entreguen copias fotostáticas de los originales a fin de que éstos no se maltraten).

102

Podría hacerse muchas otras recomendaciones para circunstancias diversas que pueden presentarse en la etapa

boración de un proyecto pero, como puede entenderse, sería demasiado extenso enumerarlas; además cada proyecto tiene por lo menos una característica propia y sólo sobre la marcha, el diseñador podrá encontrar el método adecuado a seguir para llevar a cabo su realización.

PRIMERA ENTREVISTA

Fecha:

Cliente:

Tipo de servicio:

Diseño Ilustración Fotografía Audiovisual Otro

Presupuesto aproximado del cliente

104

Descripción:

Notas:

Nombre del entrevistado:

Nombre del encargado del proyecto por parte del cliente

Teléfono del cliente:

Dirección del cliente:

MEMORANDUM

Fecha:

Para:

De:

Asunto:

Recibió

COTIZACION DE IMPRESION

Cliente: Fecha:

No. de proyecto:

Título del trabajo:

Tamaño final:

No. de páginas:

107

No. de dobleces:

No. de tintas:

Método de separación:

Pruebas:

Papel: (Interior)
 (Cubierta)
 (Otro)

Encuadernación:

Suaje:

Cantidad:

Costo unitario: Costo total

Notas:

INDICE DE TERMINOS TECNICOS (POR NUMERO)

1 Diseño Gráfico.* La definición dada por un grupo de profesores de la Licenciatura de Diseño Gráfico de la E.N.A.P., U.N.A.M. es:

109

"El Diseño Gráfico es la disciplina que pretende satisfacer necesidades específicas de comunicación visual mediante la configuración, estructuración y sistematización de mensajes significativos para su medio social".

Ahora bien, el diseño en sí podría definirse de mil maneras desde la definición tomada de una enciclopedia hasta la definición de cualquier diseñador gráfico. Transcribo aquí la que, conceptualmente describe el diseño o lo que es el diseño desde mi punto de vista.

1.1. Diseño y Diseñar: reflexiones.

Diseñar es programar. Programar y proyectar. Proyectar en el espacio, proyectar en el tiempo. Programar

* Al final del índice de términos técnicos (alfabético) se encontrará la fuente de la cual fueron obtenidos los términos en general.

es ordenar secuencias y relaciones. Diseñar es ordenar secuencias y relaciones para solucionar problemas. La solución de un problema es siempre precedida por la definición del problema. El diseñador, en muchos casos, es también el descubridor del problema.

Diseñar es descubrir, definir, ordenar y solucionar. Solucionar un problema de diseño de comunicación visual es establecer puentes. Puentes comunicacionales entre cliente y público. Puentes laborales entre diseñadores con diferentes especialidades. Puentes informacionales entre diseño y disciplinas auxiliares.

110

Diseñar es unir, relacionar, coordinar. Coordinar un diseño es atender a los requerimientos simultáneos impuestos por diferentes aspectos del problema a solucionar así como también, es encontrar la solución que no desatiende a ninguno de ellos.

Coordinar en diseño implica relacionar texto e imagen, texto y tipografía, tipografía y espacio, color y forma, mensaje y forma, código y público, unidad y serie, unidad y contexto, connotación y denotación, poesía y ciencia.

Diseñar es descubrir, definir, programar, coordinar, relacionar, unir, intentar, proyectar, solucionar, implementar y evaluar. Diseñar es también, y fundamentalmente, pensar en imágenes; es ver, es imaginar. Diseñar es visualizar mental y gráficamente; es esbozar, garabatear, jugar con el lápiz, dibujar. Diseñar es ajustar detalles al fin del proceso, es afinar, retocar, corregir. Porque diseñar es implementar, el diseñador trabaja en detalles que sólo el diseñador ve. El público sólo siente. El diseñador sabe que el diseño excelente presenta su excelencia al mensaje y con-

tribuye a la calidad de nuestra vida.

Si diseñar es descubrir, definir, programar, coordinar, relacionar, unir, proyectar, implementar, y evaluar mensajes ¿cuál es el rol de la educación para el diseño?

Tipografía, fotografía, ilustración, son sólo medios, elementos del lenguaje; el buen diseñador se distingue del mal diseñador no sólo por el conocimiento del lenguaje sino, fundamentalmente, por el uso del lenguaje visual. El uso del lenguaje requiere desarrollo conceptual. El diseño se basa en la concepción de mensajes, no en el dibujo de signos.

111

Diseñar es fundamentalmente, concebir, pensar. Dibujar es necesario, pensar es imprescindible. Conocer los elementos del lenguaje visual es necesario; saber usarlos excelentemente, una rara virtud. El diseñador no repite, inventa. Su "inspiración", su "creatividad" no son otra cosa que inteligencia cultivada, una inteligencia que combina lo racional con lo no racional, que usa lo que sabe y lo que no sabe que sabe. El diseñador "piensa" con todo el cuerpo.

Si este es el caso, ¿cómo formar diseñadores, cómo favorecer el desarrollo de estas capacidades?

Este desarrollo no puede darse en escalones discretos, en procesos aditivos; debe darse en estructuras complejas, continuas, fluidas, y de complejidad creciente. En otras palabras, la mejor manera de aprender a diseñar es diseñando. Esto no debe llevar a pensar que un empleo como diseñador es la mejor escuela. En el empleo el objetivo es el desarrollo exitoso del producto diseñado. En la escuela el objetivo es el

desarrollo exitoso del estudiante. Los proyectos en la escuela son seleccionados y escalonados para proveer el mejor crecimiento posible en el menor tiempo posible. En la escuela los créditos son seleccionados para proveer una formación completa variada y extensa.

La función de la escuela es la de romper moldes, destruir esquemas (incluso esquemas útiles). El objetivo de la escuela no es sólo la práctica profesional y su enseñanza sino también, y fundamentalmente, la experiencia y el avance del conocimiento en la materia.

En la escuela el objetivo está siempre más allá de la realización, siempre existe la posibilidad de pensar en una mejor alternativa, de desafiar la inteligencia y la habilidad del estudiante y el profesor. En la escuela de diseño y particularmente, en las escuelas situadas en universidades, varias disciplinas contribuyen a enriquecer la educación del diseñador. La mejor manera de aprender a diseñar es diseñando, sí, pero diseñando en la escuela. En una buena escuela de diseño.

112

Diseñar en nuestro campo es diseñar para comunicar. Educar para el diseño de comunicación es formar profesionales capaces de comunicar visualmente en forma efectiva, socialmente responsable y consciente de la influencia del diseño gráfico en el desarrollo de la vida humana de sus actividades y el medio ambiente.

2 Proyecto Gráfico. El proyecto gráfico es el factor básico, la manifestación primera y concreta del instrumento que se puede utilizar para efectuar una comunicación impresa. El proyecto es la programación completa de todos los pormenores del ciclo de trabajo, o si se prefiere, es documento que reúne los datos necesarios y convenientes para realizar una determinada

labor, en todas sus fases. Definición común a todo proyecto industrial, que sirve también perfectamente para designar el proyecto gráfico, elaborada con datos técnicos, artísticos y científicos pero destinado a la reproducción y multiplicación mediante procedimientos ordinariamente industriales. Nótese que hablamos de proyecto en el sentido amplio; reunión y coordinación de datos técnicos, artísticos y científicos, económicos y comerciales. Desde este punto de vista el boceto y el presupuesto que frecuentemente pide el cliente, p. ej. son únicamente dos de los varios componentes del proyecto gráfico.

113

3 Artes Gráficas. Nombre general que abarca las diversas especialidades y procedimientos que intervienen en la realización de los impresos. Habiendo evolucionado el arte gráfico hacia la industria con la adopción de las modernas tecnologías-, actualmente se sustituye, con frecuencia, esta denominación por la de Industrias Gráficas, que comprenden principalmente las especialidades siguientes, las cuales a su vez se subdividen en otras varias: fotorreproducción, fotomecánica, composición, fotocomposición, impresión y encuadernación. Las Artes e Industrias Gráficas, actualmente, están integradas por gran número de especialidades inspiradas en el Arte, pero orientadas, desarrolladas y perfeccionadas por la Tecnología y la investigación científica.

4 Impresión. Estampar o imprimir es la reproducción repetida de imágenes o grafismos sobre un soporte partiendo de una forma impresora mediante una substancia colorante o también en seco, reproducción que se obtiene generalmente ejerciendo una presión. Para efectuar la reproducción en numerosos ejemplares idénticos es

necesario que la imprenta o imagen de la forma sea fácilmente transferible al papel, ya que es el soporte más difundido. Esta transferencia de la imagen de la forma al soporte se efectúa mediante dos operaciones sucesivas: el entintado y el contacto mediante presión entre el soporte y la forma.

5 Tipo movable. El carácter de imprenta, considerado sólo como tipo movable es un prisma rectangular o bloque paralelepípedo de aleación tipográfica o, excepcionalmente de madera o de material plástico, que tiene en la cara superior en relieve y al revés, la imagen de una letra o signo para la impresión por sistema tipográfico. En la invención de los tipos movibles estriba, principalmente, la originalidad y el mérito de Gutenberg. Hay que distinguir entre los tipos movibles de imprenta los de composición manual, fundidos previamente, y los de composición mecánica, obtenidos en monotipia.

114

6 Tipografía. Procedimiento de composición con tipos movibles y de impresión con formas en relieve de materiales rígidos, a diferencia de la flexografía que utiliza formas en relieve de materiales elásticos. La tipografía -tipos movibles- es el genial invento de Gutenberg, el primer y hasta hace pocos años principal sistema de composición e impresión. Establecimiento gráfico equipado para impresión por el procedimiento tipográfico. Por extensión, erróneamente, se emplea la palabra tipografía como sinónimo de imprenta aunque no se utilice en ella el procedimiento tipográfico de componer e imprimir. Hablando de escuelas o corrientes artísticas y estéticas, se da al vocablo tipografía un sentido general, sin reparar en los sistemas de composición y de impresión.

7 Offset. Este procedimiento de impresión indirecta, está basado en la litografía y fue descubierto casualmente a principios del siglo XX por el impresor Ira Rubel de Nueva Jersey, Estados Unidos. En el offset la impresión no pasa directamente de la plancha al papel, como sucede en la litografía, sino que de la plancha se transmite el caucho y de éste al papel, es decir, el papel recibe la imagen por calco. Este es el sentido del vocablo inglés offset, de uso internacional, que significa ceder, soltar., V. Offset rápido, offset seco.

115

8 Fotocomposición. Sistema de composición mecánica en frío, que se impone actualmente ante los sistemas de composición mecánica en caliente, basados en la composición y fundición de caracteres de metal sueltos o de línea. La fotocomposición o composición fotográfica proporciona los textos en película o papel fotográfico aptos para el pasado inmediato a la plancha offset o al cilindro de huecograbado -a través del papel pigmento- y aún a tipografía, particularmente con planchas o láminas de fotopolímeros. Son evidentes los adelantos conseguidos en pocos años por la impresión offset y por el huecograbado, que se han situado a la cabeza de los procedimientos de impresión, y esto ha acelerado la introducción y el perfeccionamiento de la fotocomposición, que evita el largo y costoso proceso de la composición tipográfica en dispositivos.

Es fácil predecir que la composición en metal quedará seguramente relegada a las imprentas de ambientes rurales y a obras de corta extensión y de tirada reducida, porque las fotocomponedoras de las distintas generaciones se adaptan a la composición de toda la diversidad de impresos -particularmente libros y revistas

de gran extensión- proporcionando textos de gran nitidez, cualitativamente muy superiores a los del procedimiento tradicional. Son numerosos los equipos de fotocomposición, máxime teniendo en cuenta que por tratarse de una materia todavía en constante perfeccionamiento, no cesan de aparecer nuevas marcas y modelos; pero podrían encuadrarse todos en cuanto a generaciones, aunque algo reúna características de varios sistemas.

Uno de los detalles más comentados sobre fotocomposición es la velocidad, prácticamente limitada en los equipos de la tercera y de la cuarta generación que pueden componer hasta 20 millones y aún más caracteres por hora, a razón de varios millares por segundo; la velocidad en los equipos de fotocomposición depende del grado de automatización que incorporen: si las de teclado directo fotocomponen según la habilidad del operario, con la introducción de los ordenadores o computadores que reelaboran la cinta perforada o magnética, con los videocorrectores, los discos magnéticos, los lectores ópticos, los rayos catódicos, el láser... se alcanzan velocidades insospechadas sin merma de la calidad. Resumiendo, las ventajas de la composición sobre los sistemas tradicionales son indudables por la perfección del trabajo, la limpieza y comodidad y hasta por la economía y rapidez, si se cuenta con las instalaciones complementarias adecuadas que aseguren el proceso normal de realización total de la obra gráfica.

116

9 Scanner. Fotorrepr. Del inglés to scan: explorar, barrer, recorrer con la vista; seleccionador, explorador, analizador electrónico, en español. En la selección y corrección del color, este aparato sustituye por sí sólo al procedimiento convencional, que consti

tuye un verdadero sistema que engloba distintas operaciones. El analizador o scanner, por un procedimiento óptico-electrónico explora la información contenida en un original y después de procesarla, la transfiere a una película fotográfica o directamente a la forma impresora. En líneas generales, el método consiste en efectuar una exploración o barrido del original montado generalmente en un cilindro giratorio; transformar la luz procedente del barrido, después de haber atravesado los filtros selectores del color, en una corriente eléctrica proporcional mediante unos fotomultiplicadores o fotocélulas; introducir las correcciones necesarias mediante ordenador para compensar las desviaciones que hay entre los espectros de absorción teóricos y prácticos de las tintas de imprimir, así como aquellas a que obliguen la clase de máquina impresora, el papel, la tinta, el orden de impresión de los colores, etc.; llevar a cabo la exposición sincrónica sobre una película fotográfica montada en un cilindro coaxial con el de exploración del original.

117

Los sacanners más avanzados pueden ampliar o reducir la imagen dentro de una amplia escala, combinar imágenes, reproducir películas de selección tramadas, algunos de estos aparatos generan la trama mediante rayos láser con ayuda de un ordenador.

10 Selección de color. La selección de color se compone de cuatro colores (uno para cada plancha de impresión en offset) que son el cian, el magenta, el amarillo y el negro. La imagen multicolor de una selección observada con un cuenta hilos se compone de un gran número de puntos de diversos tamaños. Ver scanner.

11 Litografía. La palabra litografía significa grabado en piedra. El proceso litográfico de impresión fue inventado por Senefeld en el año 1776.

La litografía se basa, principalmente, en la propiedad que tiene el agua de rechazar la tinta grasa. Actualmente el procedimiento del offset ha hecho desaparecer la litografía clásica. Ver offset.

12 Soporte estático. Carteles, empaques, etiquetas, folletos, símbolos, papelería, portadas, revistas, señalamientos, etc. Se caracterizan también porque se tiene todo el tiempo para observarlos.

118

13 Original. En sentido general, toda obra o tema realizado o existente en un solo ejemplar, en contraposición a toda copia o reproducción del mismo; es decir, lo que es o puede ser origen de otra cosa. En el campo editorial original literario es el texto, manuscrito o mecanografiado, consignado por el autor o remitido a un editor o impresor para la confección de copias impresas. En el campo de la reproducción gráfica inicialmente se entiende por original el tema u objeto del cual se reproduce la imagen mediante los distintos procedimientos de obtención de matrices impresoras y de impresión. En esta acepción, el original gráfico es, generalmente, una representación bidimensional -negativo o positivo fotográfico, dibujo, pintura, impresión-, y por lo tanto una creación original directa a una reproducción por medios manuales, fotográficos o de impresión de la creación misma o de un tema o escena de la naturaleza.

Originales de línea. Dibujos de trazos negros duros sobre un fondo blanco, por ejemplo dibujos al lápiz o

tinta, impresiones de tipos, ilustraciones a base de rayados o graneados.

Originales de tono. Ilustraciones hechas en blanco y negro, pero con tonos intermedios de diferentes densidades; por ejemplo copias fotográficas, dibujos al carboncillo, bosquejos al lápiz y acuarelas.

Originales de color. Imágenes con líneas y tonos en color por ejemplo, diapositivas, copias fotográficas y hasta impresos en colores, pinturas y dibujos de línea en color.

119

14 Machote. El machote es una manera de presentar el trabajo o proyecto ordenadamente para hacer sobre éste las observaciones pertinentes.

15 Cálculo tipográfico. En un sentido muy amplio es tantear o contar el número de caracteres que se tienen por escrito con la finalidad de ajustar éstos a un diseño X con un tamaño y tipo de letra requeridos por el diseño, V. Caja, Caja Tipográfica, composición gráfica y sus características, composición tipográfica manual, composición tipográfica semimacánica y mecánica.

16 Apoyos Gráficos. Es todo elemento gráfico, fotografía, ilustración, viñeta, placa en algunos casos color que por su propia naturaleza, visualmente, complete y apoye lo que se quiera expresar.

17 Viñeta. Diminutivo de viña, porque antiguamente se presentaban estos adornos racimos y hojas de vid --símbolos eucarísticos--, que se prodigaban en las miniaturas de los misales y breviarios manuscritos e incunables, puestas al principio y al final de los libros y

de los capítulos o contorneando las páginas. Por extensión, en la actualidad este término designa las ornamentaciones y elementos meramente decorativos que se introducen en un libro o impreso.

18 Fitolito. Fototipo, película con alguna imagen, apta para insolar o pasar a la plancha. Ver fotolitografía.

19 Pantallas de punto o de línea. Ver trama de efectos.

120

20 Pruebas finas. Esto viene siendo papel fotográfico en el cual se han reproducido fotografías de línea o medio tono con el proceso de fotorreproducción.

21 Texto calado. Se le llama al texto blanco sobre algún texto en color.

22 Duo-tono. Es un medio tono de dos colores sacado de una fotografía blanco y negro normal. Se hace una plancha para el negro resaltando las áreas de sombra y de alta luz. Se hace una segunda plancha para el segundo color y se sacan los tonos medios. Al imprimir estas dos planchas producen una reproducción a color monocromática con todos los tonos.

23 Tri-tono. Significa imprimir a tres tonos. Ver duotono.

24 Diseño de la caja. Ver diagrama.

25 Galera. Utensilio empleado en la composición tipográfica para colocar los moldes a medida que se componen o compaginan, constituido por una plancha de hierro o cinc guarnecida por tres desilados por unos

listones; los dos más largos paralelos, sobresalen un poco de la plancha para poderla apoyar y sacar los moldes grandes deslizándolos sobre una mesa o platina de imponer. Hay galeras con rebajo en los listones metálicos por donde se introduce otra plancha llamada pala o voladera, que sale de la galera junto con el molde colocado sobre ella.

Galera de compaginación. Galera grande, alargada, para compaginar con material tipográfico.

Galera se le llama también a la tipografía que sale impresa en papel fotográfico. Ver fotocomposición.

121

26 Pliego. Hoja de papel. Hoja de la tirada, correspondiente a un formato básico de papel. Cada una de las hojas de tamaño grande impresas y dobladas al tamaño del libro para formarlas. Ver formato.

Pliego apaisado. Pliego doblado de manera especial, quedando sus hojas más anchas que altas.

Pliego de impresión. Hoja de papel de formato adecuado para recibir la impresión de los grafismos de una determinada forma de impresión. Los pliegos de impresión o de máquina, llamados -también pliegos impresos o pliegos base-, se introducen uno por uno en las máquinas de imprimir a cada impresión, o se cortan de la banda o cinta después de cada impresión en las máquinas de imprimir alimentadas por bobinas.

Pliego irregular. El impreso con una forma constituida por un casado irregular.

Pliego regular. El impreso con una forma constituida por un casado regular.

27 Folian. Folian del verbo foliar que significa la colocación del número de páginas, debe ser satisfactorio desde los puntos de vista funcional y estético.

28 Diagramar. Realizar el boceto o proyecto de un libro o de un impreso cualquiera, esquemático o detallado. Ver Diagrama, boceto, proyecto y retícula.

Diagrama. Representación gráfica de una función matemática o de las variaciones de cualquier magnitud variable, mediante líneas o superficies, referidas a ejes o a planos.

122

29 Medianiles. Blancos que separan las páginas por sus costados, pudiendo ser medianiles o márgenes de corte y de lomo. Blancos que separan las columnas de una misma página. El filete que se coloca cuando el blanco es escaso, se llama corondel.

30 Encamisan. Ver camisa.

31 Planchas para impresión. Mucho tiempo ha transcurrido desde que la primitiva litografía se puso en marcha. Tomó su nombre de la piedra -litos- que fue la plancha pionera de esa industria.

Basada la piedra en sus propiedades litográficas en su porosidad, que la hace buena receptora, lo mismo de tinta que de agua. La piedra ha sido sustituida primero por el cinc y más tarde por el aluminio y otros metales y por todo un alud de sistemas muy perfeccionados.

Antes de pasar a los tipos de planchas es conveniente hacer un comentario acerca del grano que contiene la plancha.

El grano es una textura o rugosidad que se produce en las planchas litográficas con varios fines. El primero y más importante es el de favorecer la sujeción de la laca impresora y de los productos utilizados en la copia de la plancha. También cumple la importante función de retener la humedad y conseguir las características humectadas en las áreas de no impresión. Estrictamente podría imprimirse sin grano y hay métodos para ello, pero el sistema de grano es, la postre, más cómodo y eficaz.

123

Los tipos de plancha para impresión son: cinc, aluminio, óxido de aluminio, aluminio cromado, acero, cobre y cromo.

32 Negativo. En sentido general, toda reproducción o copia de un original que presenta tonos invertidos respecto a los del original. En sentido más estricto, por negativos se entiende el negativo fotográfico, es decir, la placa o película fotográfica que contiene la imagen de tonos invertidos de un sujeto, una escena viva u original, obtenida mediante exposición, revelado y fijado de la capa fotosensible que recubre la placa o película. Se dice de la impresión o reproducción heliográfica con grafismos claros sobre fondo oscuro,

33 Planchas de cinc. La plancha de cinc sirve para la impresión en offset, el cinc es un metal con gran capacidad para ser doblado sin romperse, lo que facilita su colocación en la máquina, se encuentra en la na

turalaleza en forma de blenda -sulfuro-, smith, sonita, carbonato, cincita, óxido y calamina.

34 Ponchar. Es la acción de perforar para registrar negativos, película, o láminas para impresión.

35 Chromalín. Es la prueba procesada en papel para corregir selección de color.

36 Forros. Ver forro.

Forro. Cubierta de libro. Puede ser de papel, tela, piel, etc.

124

37 Pruebas de roll. La prueba de roll se le llama a la primera impresión de las formas ya sea de composición tipográfica o en offset para que se puedan controlar los errores y corregirlos antes de que el trabajo pase a las prensas de imprimir. Ver corrector de pruebas.

38 Color key. Es un tipo de película que requiere un proceso particular para obtener ciertos efectos, por abuso del lenguaje muchas veces se usa el nombre de color key para referirse al proceso o efecto.

Ahora bien la película color key es una película de poliéster con una cubierta de emulsión como los negativos y otra de un X color.

Se utiliza para reproducir fotográficamente en un solo color ya sea en positivo o en negativo, imágenes de línea como pueden ser textos, logotipos o símbolos para ser utilizados en dummies o prototipos. Ver fig. No. 40.

INDICE DE TERMINOS TECNICOS (ALFABETICO)

Boceto. Sinónimo de esbozo, bosquejo. Breve descripción. Carácter literario. Proyecto esquemático de un impreso. También puede hacerse detallado, según los datos que sean necesarios para guía de cuantos intervienen en el proceso de realización. Ver proyecto y diseño. 126

Caja. Espacio rectangular que ocupa en la página del papel el bloque impreso. Para hacer el proyecto de un libro es necesario determinar y señalar, en primer lugar, la caja y los márgenes. Ver caja tipográfica, diagramación y retícula.

Caja tipográfica. Cajón de madera o de plástico de forma rectangular, subdividido en cajetines o compartimientos en los que están dispuestos y ordenados todos los caracteres sueltos o movibles del mismo cuerpo de una determinada serie y familia, y el surtido de blancos tipográficos para el espaciado, para el sangrado y para completar las líneas cortas.

Camisa. Sobre cubierta o guardapolvo de los libros. Recubrimiento exterior del revestimiento del cilindro impreso.

Compaginación. Seguramente es esta la operación más importante dentro del proceso de preparación de un impreso. Consiste en reunir armónicamente todos los elementos que deben integrarlo: texto, ilustraciones, blancos, titulares, etc., haciendo páginas exactamente iguales en sus medidas. Todo impreso debe ser compaginado, naturalmente; pero se comprende que es en el libro y en la revista donde esta operación reviste singular importancia, por el número de páginas que suelen tener y por la complejidad del trabajo, en el que hay que considerar todos los aspectos estéticos y técnicos buscando la mayor eficacia, haciendo que cada elemento ocupe el lugar más conveniente para la mejor presentación y para la más fácil exposición y comprensión del tema. Ver composición.

127

Composición. En el sentido más amplio, composición es el conjunto de operaciones necesarias para idear, seleccionar y después coordinar los componentes de un impreso, soporte y grafismos, y para acoplar conforme al original y al proyecto o boceto los grafismos y demás elementos para elaborar la forma o matriz de impresión. El trabajo de selección de los componentes gráficos y de disposición de los grafismos y contragrafismos se llama diseño o proyecto gráfico o sencillamente composición, y comprende estudios de carácter técnico, estético y económico.

Composición gráfica. La composición gráfica, propiamente dicha, consiste en la reunión de caracteres, signos alfabéticos y extra alfabéticos, formando palabras, líneas y páginas para imprimir directamente textos o para elaborar otras formas de impresión. Los procedimientos que se usan hoy, a escala industrial, se clasifican en composición manual, composición simétrica, composición mecánica -con caracteres movibles y monolineales-, fotocomposición y dactilocomposición.

Composición tipográfica manual. Es el procedimiento tradicional de composición empleado desde Gutenberg introdujo los caracteres movibles, y que se ha mantenido inalterable sustancialmente hasta hoy, salvo los perfeccionamientos lógicos motivados por el progreso técnico general: nuevos materiales y nuevos métodos para fabricar los mismos caracteres. La composición a mano ha sido casi totalmente sustituida por la composición mecánica, en sus distintas modalidades, incluso en lo que parecía hasta hace pocos años su campo propio: textos breves, títulos, impresos comerciales, publicitarios, tablas, módulos, textos científicos con variedad de signos, etc., en los elementos de las composiciones realizadas mecánicamente.

128

Composición de textos. Consiste en colocar caracteres movibles -letras y otros signos alfabéticos- espacios e interlíneas formando palabras, líneas y galeradas, siguiendo el texto del original. El mobiliario y los utensilios de que dispone, propiamente, el operario compositor son: chibalete o comodín, la caja, la galerada, el componedor y las pinzas.

Composición tipográfica semimecánica y mecánica. La mecanización del trabajo de composición se remonta a la primera mitad del siglo XIX; pero sólo al final del mismo siglo se afianzan las diversas clases de máquinas componedoras que son las que aún hoy se usan exclusivamente para la composición en metal. Las primeras máquinas de componer se limitaban a ejecutar las tres operaciones fundamentales de la composición manual: alineación de los caracteres y de los espacios, justificación de la línea y por último, distribución de los caracteres en sus cajas respectivas.

Corrector de estilo. Llámese así a la persona con gran preparación gramatical y literaria que a las órdenes del editor o del regente del taller gráfico y de acuerdo con el autor tiene como misión dejar el original perfectamente a punto para que la composición se efectúe sin dificultades y por tanto, debe vigilar no sólo la puntuación y la ortografía, sino también los posibles giros o frases incorrectas, etc.

Corrector de pruebas. Operario que corrige las pruebas de imprenta -en algunos lugares le llaman lector-obtenidas en papel por distintos medios según los sistemas de composición.

129

Diseñador. Equivale a grafista, maquetista, proyectista, bocetista del libro o del impreso. Ver diseño.

Diseño. En la segunda década del presente siglo se empezó a trabajar con ahínco en aplicar el arte a la industria, mediante el diseño industrial. Objetos varios de uso cotidiano, máquinas, muebles..., en fin, todos los productos de las artes aplicadas, adquirirían nuevos valores con la adopción de formas distintas, la línea adecuada al gusto del día y las necesidades de su función. Fue en la Bauhaus donde empezó a utilizarse el diseño industrial aplicado a la tipografía, contribuyendo desde entonces a la conservación y a la dignificación del arte gráfico, a pesar del rápido proceso de industrialización. El Diseño Gráfico no es, pues, un boceto sencillo, un esquema aproximado. Su condición de diseño industrial exige que sirva de guía seguro para la elaboración total de un producto de la industria; en esto se distingue esencialmente, un diseño de un dibujo o de una pintura: éstos son realizados por un artista obedeciendo a su inspiración, sin pensar en su posible reproducción gráfica

ni en los problemas que puede acarrear; en cambio, el diseñador necesariamente debe añadir a su preparación artística el conocimiento técnico de los materiales y procedimientos de elaboración para que el impreso se realice íntegramente sin dificultades. Por tanto, tiene que considerar todos los aspectos: artístico, técnico, económico, comercial, funcional. Ver proyecto, compaginación, boceto.

Formato. Tamaño de un libro o de un impreso -resultado de doblar una o más veces por la mitad, sucesivamente, la hoja básica del papel- que adopta una forma determinada por sus dimensiones y por su posición; p. ej.: 16 x 33 cm., apaisada. Así pues, el vocablo formato parece más concreto que el de tamaño. Superficie de una hoja de papel o de cartón todavía no utilizada, enunciada en este orden: anchura y longitud o altura, indicándose la anchura con la dimensión menor. La palabra formato se deriva de forma, nombre que se daba al tamiz utilizado en la fabricación del papel antiguamente, a mano, en la tina o cuba.

130

Fotolitografía. Procedimiento gráfico que se basa en la elaboración y empleo de formas litográficas. Impresión obtenida con dicho procedimiento. Ver fotorreproducción.

Fotorreproducción. Llamada también fotomecánica, procedimiento de reproducción gráfica que comprenden una o varias operaciones fotográficas. Según el procedimiento de impresión para el que se realiza, la fotorreproducción tipográfica, fotograbado, fotorreproducción planográfica o fotolitografía y fotorreproducción calcográfica.

Offset rápido. Instalación gráfica que se ha difundido mucho en la actualidad. Taller u oficina donde se confeccionan con gran rapidez algunos impresos de orden interior calidad ordinaria y tirada reducida: circulares, octavillas, listas de precios, etc., utilizando máquinas offset de oficina de pequeño formato. El pasado a la plancha se hace directamente del original facilitado por el cliente, o bien, realizando la composición con máquina dactilocomponedora, títulos de caracteres adhesivos, dibujos, etc.

Offset seco. Denominación impropia que a veces se usa, en el lenguaje ordinario, para indicar el procedimiento de impresión tipográfica indirecta.

131

Pleca. Filete corto de una sola raya que se emplea en finales de capítulo, separación de títulos, etc. Raya inclinada (/), diagonal, o vertical (|) usadas con el mismo fin.

Proyecto. He aquí la verdadera génesis de la materialidad del impreso, la primera etapa del proceso gráfico. Dejando aparte la idea o fantasía inicial, elemento indispensable, en todo su complejo proceso evolutivo- es el proyecto gráfico el factor básico, la manifestación primera y concreta del instrumento que se pretende utilizar para efectuar una comunicación impresa. El proyecto es la programación completa de todos los pormenores del ciclo de trabajo o, si se prefiere, es el documento que reúne los datos necesarios y convenientes para realizar una determinada labor, en todas sus faces. Definición común a todo proyecto industrial, que sirve también perfectamente para designar el proyecto gráfico, elaborado con datos técnicos, artísticos y científicos, pero destina-

do a la reproducción y multiplicación mediante procedimientos ordinariamente industriales. Nótese que hablamos de proyecto en el sentido amplio: reunión y coordinación de datos técnicos, artísticos, científicos, económicos, comerciales. Desde este punto de vista, el boceto y el presupuesto que frecuentemente pide el cliente, p. ej., son únicamente dos de los varios componentes del proyecto gráfico. Ver compaginación, diseño, boceto.

Retícula. El empleo de la retícula como sistema de ordenación constituye la expresión de cierta actitud mental en que el diseñador concibe su trabajo de forma constructiva. Esto expresa una ética profesional, el trabajo de un diseñador debe basarse en un pensamiento de carácter matemático, a la vez que debe ser claro, transparente, práctico, funcional y estético con la retícula, una superficie bidimensional o un espa-cio tridimensional se subdivide en campos o espacios, pueden tener las mismas dimensiones o no.

132

La retícula es empleada por tipógrafos, diseñadores gráficos, fotógrafos y diseñadores de exposiciones para la solución de problemas visuales bio tridimensionales. El Diseñador Gráfico y el tipógrafo se sirven de ella para la configuración de anuncios, prospectos, catalogos, libros, revistas etc., el diseñador de exposiciones, para la concepción de exposiciones, escaparates etc.

Sopote gráfico. Medio que permite almacenar la información y ésta puede ser representada por tres tipos de soportes para la comunicación. Ver soporte estático soporte dinámico, soporte mixto.

Soportes dinámicos. Animación, títulos, créditos, y efectos especiales.

Soportes mixtos. Aplicaciones en volúmen, identidad institucional corporativa, audiovisuales y material didáctico.

Trama. En sentido propio y estricto, es el conjunto de hilos transversales de un tejido que se entrelazan con la urdimbre -hilos longitudinales-. En sentido figurado, es el conjunto de hechos descritos en una obra literaria, de teatro, etc. Retícula o trama de fotorreproducción. La reproducción de una ilustración directa o tramada se nos presenta -observando con una lupa cuentahilos- descompuesta en una superficie con líneas formando cuadrícula o llena de puntos más o menos gruesos que mirada a distancia de la sensación de la imagen fotorreproducida. La transformación de la imagen de continua en discontinua hace que, en la impresión por cualquier procedimiento, se consiga la graduación de sus diversas tonalidades, a pesar de recibir toda ella una capa de tinta del mismo espesor. La trama hace posible la interpretación del claroscuro de una imagen, desde el blanco al negro a través de la escala de grises.

FUENTES DE DONDE FUERON OBTENIDOS LOS TERMINOS TECNICOS (POR NUMERO).

1. ALFONSO MIRANDA, Conferencia sobre Diseño Gráfico para la Universidad de Guadalajara.
- 1.1. JORGE FRASCARA, Revista Magenta No.3, pág. 23.
2. E. MARTIN y L. TAPIZ, Diccionario Enciclopédico de las Artes e Industrias Gráficas, D.E.I.A.G., pág. 506.
3. E. MARTIN y L. TAPIZ, ob. cit. pág. 56.
4. E. MARTIN, Artes Gráficas (introducción general), pág. 70.
5. E. MARTIN y L. TAPIZ, Diccionario Enciclopédico de las Artes e Industrias Gráficas, D.E.I.A.G., pág. 106.
6. E. MARTIN y L. TAPIZ, ob. cit. pág. 106.
7. C. y M. GOTTARDELLO, Impresión en Offset, pág.32.
8. E. MARTIN, La Fotocomposición en las Artes Gráficas, pág. 54.
9. E. MARTIN y L. TAPIZ, D.E.I.A.G., pág. 569.
10. E. MARTIN y L. TAPIZ, ob. cit. pág.
11. Ibidem, pág. 348.
12. ALFONSO MIRANDA, Conferencia sobre Diseño Gráfico para la Universidad de Guadalajara.
13. E. MARTIN y L. TAPIZ, D.E.I.A.G., pág. 412.
14. SILVIA ACEVES, definición.
15. SILVIA ACEVES, definición.
16. Ibidem.
17. E. MARTIN y L. TAPIZ, D.E.I.A.G., pág. 636.
18. J.W. BURDEN, La Fotocomposición de las Artes Gráficas, pág. 89.
19. E. MARTIN y L. TAPIZ, D.E.I.A.G., pág. 616.
20. SILVIA ACEVES, definición.
21. Ibidem.
22. E.JACKSON, HARTLEY, Introducción a la Práctica de las Artes Gráficas, pág. 324.

23. E. JACKSON, HARTLEY, ob. cit. pág. 420.
24. MÜLLER JOSEPH-BROCKMANN, Sistemas de retículas (un manual de diseñadores gráficos), pág. 36.
25. E. MARTIN y L. TAPIZ, D.E.I.A.G., pág. 273.
26. JOSE MARTINEZ DE SOUSA, Diccionario de Tipografía y del Libro, pág. 150.
27. E. MARTIN y L. TAPIZ, D.E.I.A.G., pág. 251.
28. MÜLLER JOSEPH-BROCKMANN, Sistemas de Retículas (un manual de diseñadores gráficos), pág. 28.
29. E. MARTIN y L. TAPIZ, D.E.I.A.G., pág. 383.
30. E. MARTIN y L. TAPIZ, ibidem. pág. 93.
31. LOPEZ ISLA J., Procesado de Planchas para Offset pág. 68.
32. E. MARTIN y L. TAPIZ, D.E.I.A.G., pág. 398.
33. LOPEZ ISLA J., Procesado de Planchas para Offset pág. 69.
34. SILVIA ACEVES, definición.
35. SILVIA ACEVES, definición.
36. JOSE MARTINEZ DE SOUSA, Diccionario de Tipografía y del Libro, pág. 169.
37. SILVIA ACEVES, definición.
38. SILVIA ACEVES, definición.

FUENTES DE DONDE FUERON OBTENIDOS LOS TERMINOS TECNICOS (POR ORDEN ALFABETICO).

Boceto: E. MARTIN Y L. TAPIZ, D.E.I.A.G., pág. 59.

Caja: E. MARTIN Y L. TAPIZ, ob. cit. pág. 86.

Caja Tipográfica: HERBERT SPENDER, Pioneros de la Tipografía Moderna, pág. 36.

Camisa: E. MARTIN Y L. TAPIZ, D.E.I.A.G., pág. 93.

138

Compaginación: E. MARTIN Y L. TAPIZ, ob. cit. pág. 136

Composición: ibidem 139.

Composición Gráfica: ibidem 140.

Composición Tipográfica Manual: ibidem 140.

Composición de Textos: ibidem 141.

Composición Tipográfica semimecánica: ibidem.

Corrector de Estilo/ Pruebas: ibidem pág. 149

Diseñador: ibidem 188.

Diseño: ibidem 188.

Formato: GERMANI-FABRIS, Fundamentos del Proyecto Gráfico, pág. 60.

Fotolitografía: FERNANDO DE LABORDERIE, Arte y Técnicas de la Impresión, pág. 98.

Fotorreproducción: FERNANDO DE LABORDERIE, ob. cit.
pág. 101.

Offset Rápido: C. y M. GOTTARDELLO, Impresión en Off-
set, pág.35.

Offset Seco: C. y M. GOTTARDELLO, ob. cit. pág. 36.

Pleca: GRAIG JAMES, Production for the graphic desig-
ner, pág. 67.

Proyecto: GRAIG JAMES, ob. cit. pág. 39.

139

Retícula: ALLEN HERBURT, The Grid, pág. 54.

Soporte Gráfico: ALFONSO MIRANDA, Conferencia sobre
Diseño Gráfico para la Universidad de Guadalajara.

Soportes Dinámicos: ob. cit.

Soportes Mixtos: ibidem.

Trama: E. MARTIN y L. TAPIZ, D.E.I.A.G., pág. 618.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

BOSCH GARCIA, Carlos

Técnica de Investigación Documental, México, Facultad de Ciencias Pláticas y Sociales, 1982.

BURDEN, J.W.

La Fotorreproducción en las Artes Gráficas, Barcelona, Ediciones Don Bosco, 1978 Vol. 8, Col. Nuevas Fronteras Gráficas.

CORRIPIO, Fernando

Gran Diccionario de Sinónimos Bruguera, Barcelona, Editorial Bruguera, 1979.

141

FABRIS, Germani

Fundamentos de Proyecto Gráfico, Barcelona, Ediciones Don Bosco, 1973.

GARZA MERCADO, Ario

Manual de Técnicas de Investigación, México, Colegio de México, 1972.

GOTTARDELLO C. y M.

Impresión de Offset, Barcelona, Ediciones Don Bosco, 1973.

HELBURT, Allen

The Grid, New York, Van Nostrand Reinhold Company, 1976

JACKSON, E. Hartley

Introducción a la Práctica de las Artes Gráficas, México, Trillas, 1977.

JAMES, Graig

Production for the Graphic Designer, New York, N.Y. Edited by Margit Malmstrom, 1974.

KODAK

Publicación Kodak No. XQ-75, El color en Fotomecánica.

Publicación Kodak No. Q-500-25p Flexografía Vo. 2

LABORDERIE, Fernando de

Arte y Técnicas de la Impresión, España, Acribia
Zaragoza, 1966.

LEWIS, John

Principios Básicos de Fotografía, México Trillas,
1971.

LOPEZ ISLA J.

Procesado de las Planchas para Offset, Barcelona,
Ediciones Don Bosco, 1978, Vol. 9, Col. Nuevas
Fronteras Gráficas.

MAROGNA-GODEN-CAGNIN

Impresión Tipográfica, Barcelona, Ediciones Don
Bosco, 1975.

142

MARTIN E.

La Fotocomposición en las Artes Gráficas, Barcelo-
na, Ediciones Don Bosco, 1976, Vol. 1, Nuevas Fron-
teras Gráficas.

Artes Gráficas, Barcelona, Ediciones Don Bosco,
1975, Vol. 6, Col. Nuevas Fronteras Gráficas.

MARTIN E. y TAPIZ L.

Diccionario Enciclopédico de las Artes e Industrias
Gráficas, Barcelona, Ediciones Don Bosco, 1981.

MARTINEZ DE SOUSA, José

Diccionario de Tipografía y del Libro, Barcelona,
Labor, 1974.

MULLER, Joseph- BROCKMANN

Sistemas de Petículas (Un manual para diseñadores
gráficos), Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S.A.
1978.

MURRAY, Ray

Manual de Técnicas, Barcelona, Gustavo Gili, 1977.

PARDINAS, Felipe

Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias
Sociales, México, Siglo XXI Editores, 1980.

R. RANDOLPH Karch

Manual de Artes Gráficas, México, Editorial Trillas
1982.

ROJAS SORIANO, Raúl

Gufa para realizar Investigaciones Sociales, México,
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1981

SPENCER, Herbert

Pioneros de la Tipografía Moderna, U.S.A., Lund
Humphries, Publishers, 1969.

TONELLO, G.

Fotocomposición, Barcelona, Ediciones Don Bosco,
1974.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Origen, desarrollo y protección de la Imprenta Mé-
xico, México, Primera Edición, Universidad Nacional
Autónoma de México, 1981.

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA

AGUILAR M.

Una experiencia editorial, Madrid, Aguilar, 1963.

LIGGS J.

Basic Typography, Londres, Faber, 1968.

BILL Gray

Consejos prácticos para diseñadores gráficos y dibujantes, Barcelona, Ediciones Gustavo Gili, 1983.

CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

Guía completa de ilustración y diseño, técnicas y materiales, España, 1981.

145

CAPETTI, F.

Técnicas de Impresión, Barcelona, Ediciones Don Bosco, Vol. 5, 1975, Col. Nuevas Fronteras Gráficas

CASALS R.

Offset: Departamento Fotográfico, Barcelona, 1979, Howson-Algraphy, 1979.

Offset: el montaje, Barcelona, Howson-Algraphy, 1978

Offset: planchas positivas, Barcelona, Howson-Algraphy, 1977.

CERIG

Introducción a las Tintas de Impresión, Bilbao, Asociación de Investigación de la Industria Gráfica 1969.

CRAIG J.

Designing with Type: a basic course in typography, New York, Watson-Guptill, 1978.

Production for the graphic designer, New York, Watson-Guptill, 1977.

DAWSON; John

Guía completa de diseño e impresión, técnicas y materiales, España, Quill Publishing Limited, 1981.

DEMONEY Jerry-MEYER Susan

Montaje de Originales Gráficos para su Reproducción (Un manual práctico), Barcelona, Gustavo Gili, 1983.

FOREST D.

Dibujando para las Artes Gráficas, Barcelona, Ed. CEAC, 1971.

GERMANI-FABRIS

Fundamento del Proyecto Gráfico, Barcelona, Ediciones Don Bosco, 1973.

GOTTARDELLO C. y M.

Impresión Offset, Barcelona, Ediciones Don Bosco, 1973.

JONES, Christopher

Métodos de Diseño, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1982.

146

LEWIS J.

Principios Básicos de Tipografía, México, Trillas, 1974.

LOPEZ ISLA J.

Procesado de planchas para offset, Barcelona, Ediciones Don Bosco, 1978.

LLOVET

Ideología y Metodología del Diseño, Barcelona, Ediciones Gustavo Gili, 1982.

MAINER, Manfred

Procesos elementales de proyectación y configuración, Barcelona, Vol. 1, 2, 3 y 4. Ed. Gustavo Gili, 1982.

MARTIN, A.G.

Encuadernación: Técnicas Clásicas y Modernas, Barcelona y Madrid, Ed. Don Bosco-Paraninfo, 1978.

MARTIN, E.

La Composición en las Artes Gráficas, Barcelona, Ed. Don Bosco, Vol. 2, Col. Nuevas Fronteras Gráficas, 1975.

MARTIN J.

Fundamentos del color, Bilbao, Asociación de Investigación de la Industria Gráfica, 1974.

MELI P.

Control de Calidad en la Industria Gráfica, Barcelona, Ed. Don Bosco, 1975.

MORRISON, S.

Principios Fundamentales de la Tipografía, Madrid, Aguilar, 1975.

RAMOS MARTINEZ, R.

Corrección de Pruebas Tipográficas, México, UTHEA, 1963.

RANDOLPH, Karch

Manual de Artes Gráficas, México, Trillas, 1966.

RODRIGUEZ C.

Diccionario Bilingüe de las Artes Gráficas, (inglés --español español-inglés, Nueva York, Humprey, 1966

RUDER, Emil

Manual de Diseño Tipográfico, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1982.

S'AGARO, J.

Arte de la Composición Publicitaria, Barcelona, LEDA, 1982.

SPECTOR, C.

La Dirección de la Industria Gráfica, España, Ed. Paraninfo, 1973.

TONELLO, G.

Fotocomposición, Barcelona, Ed. Don Bosco, 1974.

La Automatización en la Fotocomposición, Barcelona, Ed. Don Bosco, 1973.

TRENC E.

Las Artes Gráficas en la Epoca Modernista en Barcelona, Barcelona, Gremio de Industrias Gráficas, 1977.

VERTY, Enid

Color-observed, New York, Van Nostrand Reinhold Company, 1980.

WATSON-GUPTILL

Olvide todas las reglas que le hayan enseñado sobre Diseño Gráfico, Nueva York, Gustavo Gili, 1981.

WIRZ B.

Introducción al control de calidad en la industria gráfica, Bilbao, Asociación de Investigación de la Industria Gráfica, 1969.