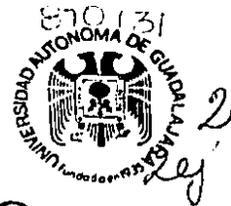


**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA**  
**INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**  
**ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO**



# *REVISTA DE DISEÑO GRAFICO*

*ARQ. GUILLERMO DE LA TORRE*  
PRESIDENTE DE LA COMISION  
REVISORA DE TESIS

*ARQ. y MA. GUILLERMO DE LA TORRE*  
DIRECTOR  
ESCUELA DE ARTES PLASTICAS

TESIS CON  
FOLIO DE ORIGEN

**TESIS PROFESIONAL QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO**

**PRESENTA:  
MIRIAM YOLANDA CEBREROS NORIEGA**

**JUNIO 1989**

*Graficamente*  
**DISEÑO**



## **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.

# INDICE

INTRODUCCION .....	5	VII.- SISTEMAS DE IMPRESION.....	37
I.- ANATOMIA DE LA REVISTA .....	6	a) Prensa Tipográfica.....	39
II.- VENTAJAS .....	9	b) Offset.....	40
III.- CONTRATACION.....	11	c) Flexografía.....	45
IV.- SECUENCIA.....	13	d) Hueco grabado.....	46
a) El formato.....	15	e) Serigrafía.....	47
b) Los blancos.....	16	f) Papeles.....	48
c) La mancha.....	18	g) Tintas.....	49
d) La plantilla.....	19	VIII.- INTRODUCCION AL DISEÑO GRAFICO	51
e) La retícula.....	20	CONCLUSION.....	57
f) La fotografía en el sistema reticular.....	22	- Desarrollo de la Revista "Gráficamente Diseño".....	53
g) El folio.....	23	- Introducción.....	59
h) Diferencias entre líneas.....	24	- Reticulas.....	61
i) La tipografía.....	25	- Bocetos y originales de portada.....	63
j) Planeación del Dummy.....	29	- Dummy.....	71
k) Diseño de la cubierta.....	30	BIBLIOGRAFIA.....	88
V.- ESTRUCTURA PUBLICITARIA.....	31		
VI.- SISTEMAS DE ENCUADERNACION.....	34		

# INTRODUCCION

Un diseñador Gráfico, da forma a las ideas organizándolas dentro de una sola. Pudiéndose valer de diversos elementos, principalmente la tipografía, la fotografía y la ilustración, los cuales terminan por combinar y organizar dentro de una estructura básica con el único fin de poder transmitir un mensaje de la manera más adecuada.

Además de una creatividad, el diseñador debe tomar en cuenta otros aspectos importantes para poder realizar un buen trabajo, tales como el conocimiento de las diferentes técnicas y sus materiales, así como también los factores económicos que puedan intervenir.

Uno de los medios más comunes que se utiliza para difundir un mensaje es la "revista", la cual llega a un gran número de personas; jugando así un papel muy importante en cualquier medio socio-económico, ya que todos los públicos ven satisfechas en ellas sus diferentes personalidades.

Esto nos lleva a la necesidad de crear una revista especializada para "EL DISEÑO GRAFICO" con el fin de poder difundir las últimas tendencias, las nuevas técnicas y materiales, la fotografía e ilustraciones y algunas que otras informaciones en general que puedan ser útiles para estudiantes, agencias de publicidad, maestros y todos aquellos interesados en el campo del Diseño Gráfico.

---

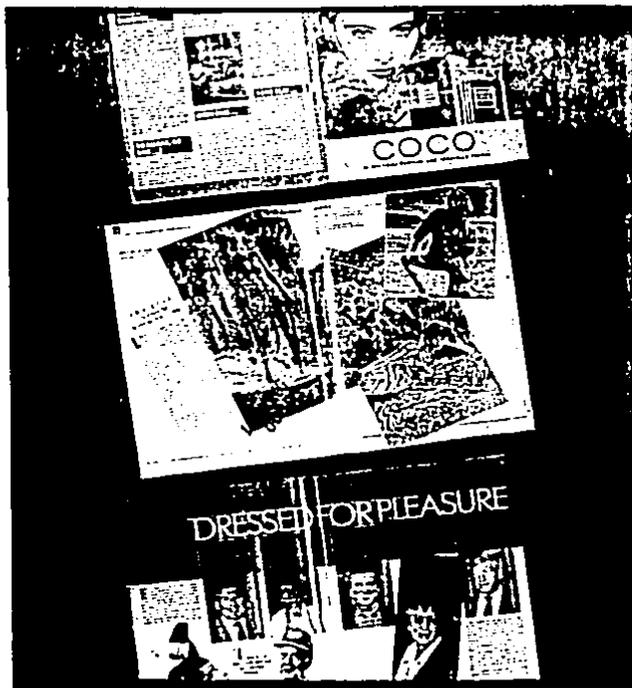
**CAP. I**  
**ANATOMIA DE**  
**UNA REVISTA**

Cada medio impreso tiene su particular anatomía, la revista se caracteriza por una presentación agradable, generalmente impresa en papeles de buena calidad y su producción hecha en medios tonos y algunos de sus originales en color.

Los tamaños varían, aunque los más comunes son carta, doble carta, media carta y otras. Algunas de estas medidas se emplean en las revistas impresas en offset, tipografía y algunas en rotograbado.

Las revistas tienen mucho más páginas en color y calidad reproducción muy superior a la producción periodística, al mismo tiempo tienen fechas de cierre más tempranas y pocas





ediciones. Su fuerza radica en la variedad de temas y en que son dirigidas a diferentes sectores de la población como, puede ser: Mujeres, hombres de negocios, fanáticos de alta fidelidad y otros más, lo que las convierte en el medio ideal para muchos anunciantes.

El término revista, abarca una multitud de publicaciones mensuales sobre diferentes temas; además de revistas para el consumidor hay otras más, dirigidas a la economía, finanzas, técnicas, y otras diferentes actividades dedicadas a estudiar su problemática.

---

CAP. II  
VENTAJAS

La fuerza que puede tener una revista en términos de audiencia es muy variable, ya que esta, puede tener tiradas largas y cortas dependiendo de los sectores de población. Hoy en día se publican muchas revistas profesionales que se distribuyen gratuitamente y su calidad de circulación es controlada.

Las revistas tienen todas las ventajas de los periódicos y algunas más, ya que pueden llevar mucha más información, ser guardadas y con el tiempo vueltas a leer para consultarlas, lo que le conviene a los anunciantes y a sus publicaciones son vistos otra vez.

Además de estas ventajas existen otras como incluir cupones de descuentos y overtas de información editorial, y

como las revistas tienen una mejor calidad y están impresas en color dan mejor impacto visual por lo que los anunciantes hacen mejores sus publicaciones.

How Peter Pan can help get your child off to a flying start.

Like the best of Peter Pan books, this one is a real winner.

Get your child off to a flying start with Peter Pan books.

Write for your free coupon today.

Este anuncio publicado en una revista reúne ilustraciones en color, gran calidad de información y un cupon para inscribirse en un club de libros infantiles. Ningun medio ofrece tantas cosas juntas.

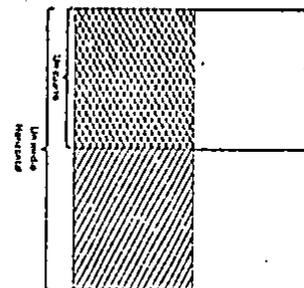
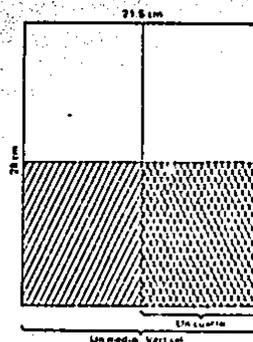
---

**CAP. III**  
**CONTRATACION**

Los tamaños de los anuncios generalmente se clasifican en: Plana, media, un cuarto de plana, media columna y robaplana (según el tamaño de la revista se abarca por columnas), pero los espacios de las revistas son vendidos en diferentes tamaños y los más frecuentes son los que utilizan media página.

Los anunciantes deben conocer al público al cual le van a dar un mensaje pues cada revista contiene un público diferente. Para esto se requiere de un presupuesto y las características que se deben tomar en cuenta, son cualidades del producto o servicio que se anuncia, conocimiento del público, beneficios técnicos y sociales de la revista.

Tomando en cuenta que la publicación de una revista es periódicamente, algunas en forma semanal, mensual o bimestral.



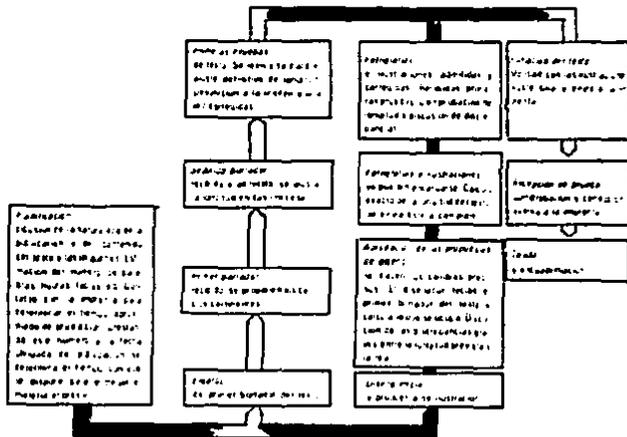
Aprovechamiento de las planas en las revistas.

---

**CAP.IV**  
**SECUENCIA EN LA**  
**PRODUCCION**

Antes de iniciar cualquier material impreso, lo único que se sabe al principio, es el tiempo de que dispone, por lo que es importante trazarse un programa y cumplirlo.

Los encargados de elaborar una revista son un gran número de personas algunas de las más importantes, las mencionaremos a continuación: Escritores, corresponsales y diseñadores gráficos; son los de mayor responsabilidad de esta creación.



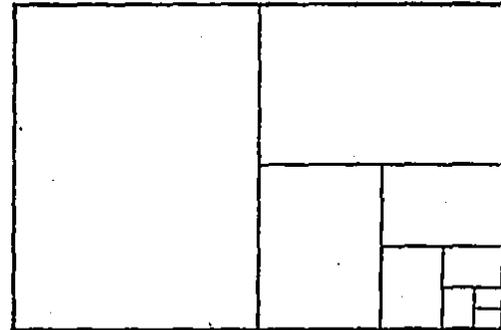
## a) El formato

Para la elección de un buen formato es necesario considerar la información que se va a ofrecer, las circunstancias en que se va a leer, el tamaño óptimo en cuanto a lo económico, producción y distribución.

Cada formato tiene un costo diferente. Dependiendo de las dobles páginas que puedan caber en un pliego que es metido a una prensa. Tomando en cuenta los costos de producción. Es preciso escoger un formato que pueda ser fácilmente encuadernado por el impresor, y pensar que el de la revista puede ser enviado por correo debiendo caber en un sobre de tamaño normal.

La fase de planificación debe ser considerada para no hacer correcciones pesadas y costosas. Un formato

apropiado a la información que deba contener para que no se desperdicie mucho papel.

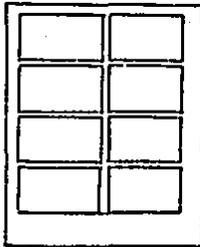


Elija un formato apropiado a la información que ha de contener y que no desperdicie mucho papel. En los papeles normalizados, cada tamaño es la mitad del anterior.

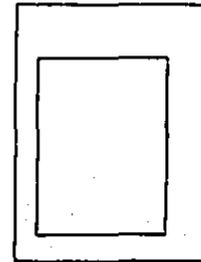
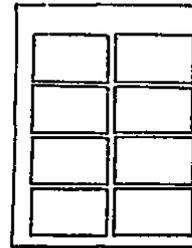
## b) Los blancos.

En cuanto a los blancos una relación armónica y proporcionada en las dimensiones de los blancos de cabeza, pie, corte y lomo da un efecto tranquilizador y agradable.

Los blancos, son los espacios que rodean a la mancha; para lograr una composición armónica, así el texto y las ilustraciones quedan rodeadas de los blancos.



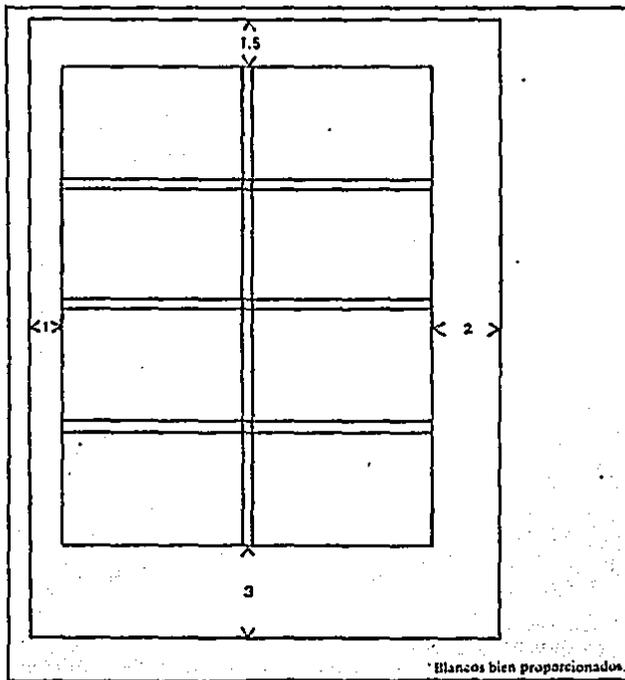
Proporciones poco sugestiva de los blancos.



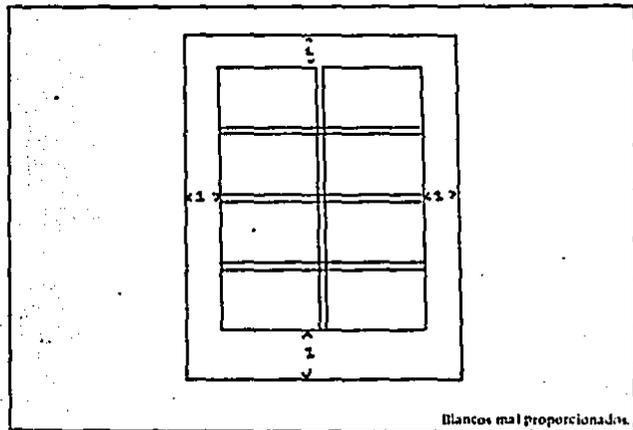
Proporciones funcionalmente inadecuadas de los blancos.

Se hacen varias recomendaciones como las siguientes:

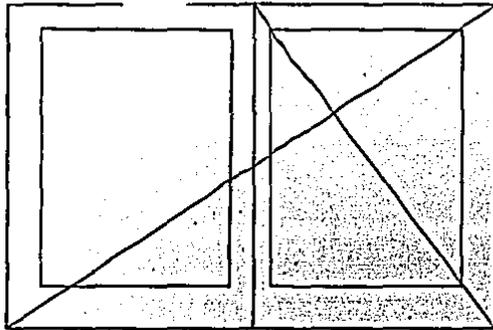
- 1.- No dejar la anchura de los blancos muy pequeñas, para que no se vea saturada la página.
- 2.- No dejar la anchura de los blancos muy grande para evitar dar la sensación de derroche.



- 3.- Cuidar los blancos superiores para que no dé la sensación de escaparse hacia arriba.
- 4.- Cuidar los blancos inferiores para que no dé la sensación que cae.



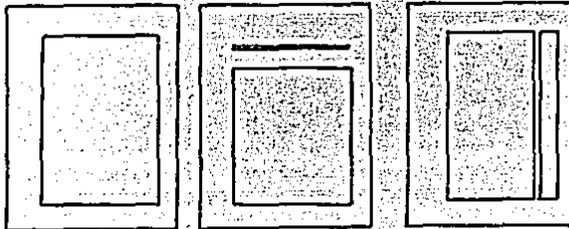
## c) La mancha



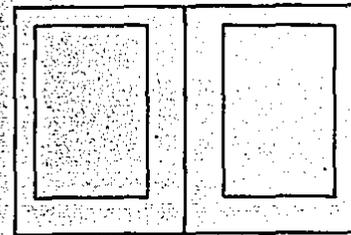
Mancha y márgenes en la relación área.

La mancha puede ser ajustada al formato de impresión. Para determinar la anchura y la altura de la mancha, así como también el tamaño de los tipos; debe saberse de antemano la amplitud de texto y el número de páginas.

Puede ser determinada la mancha cuando el diseñador ya conoce la amplitud de la información gráfica y textual.



Ejemplos de configuración de la mancha con 2 columnas.



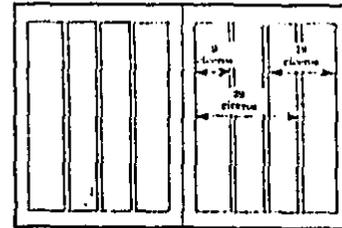
La mancha ocupa la mitad del área del papel.

## d) La plantilla

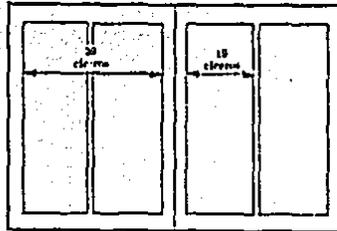
La plantilla es un instrumento para dividir espacios, es útil a diseñadores, impresores, tipógrafos e ilustradores.

La plantilla se crea a doble página, como si la revista estuviere abierta.

Conviene, que la línea no tenga ni menos de 30 caracteres ni más de 70, lo importante es la flexibilidad de



Plantilla de cuatro columnas.



Plantilla de dos columnas.

ésta. La anchura de las columnas deben calcularse en cuádratines; entre columna y columna no debe quedar menos de un cuádratin.

Las páginas de las revistas se dividen en columnas y páginas, pueden tener 2, 3 y 4 columnas y saber como obtener el mayor provecho de ellas.

## e) La retícula

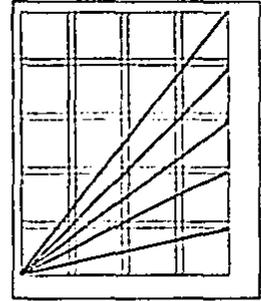
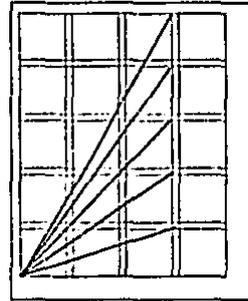
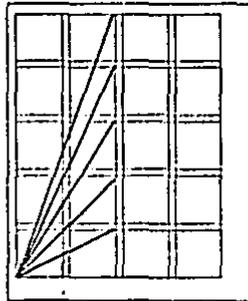
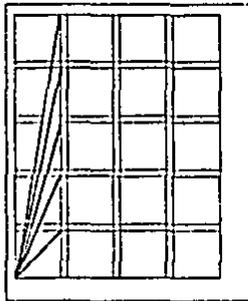
La retícula es una subdivisión del campo en espacios a modo de reja.

Es empleada por tipógrafos, diseñadores gráficos, fotógrafos y diseñadores de exposiciones para la solución de problemas visuales.

Los diseñadores gráficos y los tipógrafos la utilizan para configurar anuncios, prospectos, catálogos, libros

y revistas.

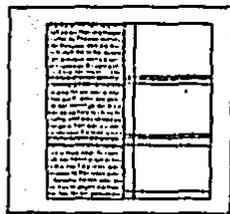
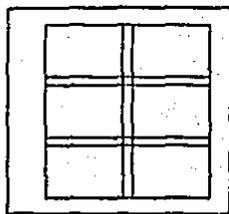
Trabajar con el sistema reticular es someterse a reglas universalmente válidas. Después de aclarar el problema de la distribución, se deberá tener aclarada la cuestión del formato, del material textual gráfico de las leyendas, del tipo de letra, de las modalidades de impresión y de la



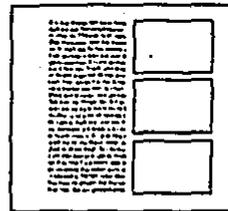
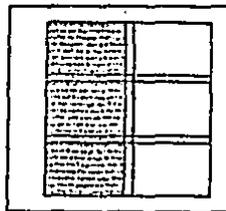
Diferentes tamaños en una retícula de 20 campos.

calidad del papel, lo que se deberá esbozar son las columnas en las que van a dividirse las páginas, sin olvidar que la anchura de las columnas en las que van a dividirse las páginas, dependen del tamaño de los tipos de letra, de la longitud de las líneas del interlineado.

En la actualidad el diseñador, tiene a su disposición un sinnúmero de tipos de letras, desde la invención de caracteres móviles por Gutenberg, hasta el nuevo desarrollo técnico de la época, como es la composición por computadoras que ha traído nuevos tipos de letra.



Separación de los campos de la retícula



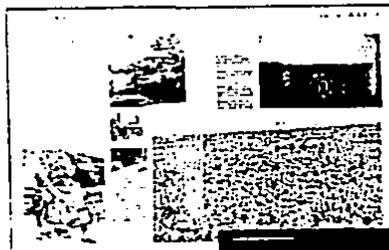
Retícula definitiva con 6 campos. Las líneas del texto alineadas con los campos de la retícula.

## f) La fotografía en el sistema reticular

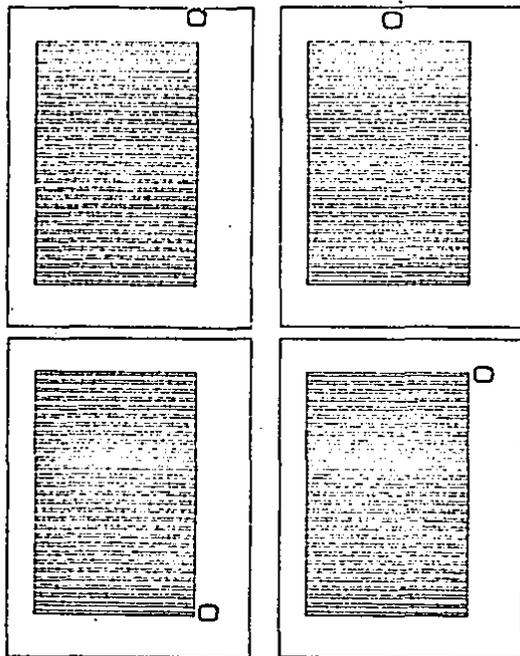
No siempre coincide en la retícula, por lo que deben ser ajustadas a ella, pero si los fotógrafos y diseñadores trabajan en colaboración, resultaría posible que las fotos coincidiesen en la retícula.

Si el diseñador desarrolla una retícula para fotografías, el fotógrafo podría concebir sus tomas con ayuda de la retícula elaborada por el diseñador.

Las fotografías, casi siempre se eligen del fondo de un archivo y muchas veces no se adaptan a lo que se desea. Por lo que se aconseja imprimir sólo un detalle de la foto, destacar un detalle deseado, adaptarla a un fondo y destacando un primer plano o bien que el fotógrafo sepa elegir un tamaño adecuado a sus negativos.



## g) El folio



Possibilidades para la colocación de la foliación.

Es la colocación del número de página, que debe aparecer algo funcional y estético. Puede ser colocado arriba, abajo, a la derecha o a la izquierda de la mancha. Debemos tener en cuenta que no es conveniente colocarlo en el blanco de corte para evitar que salga fuera de la página.

Si el número de las páginas es colocado debajo o encima de la mancha, es decir, hacia arriba o hacia abajo, debe corresponder a una o más líneas vacías, según el tamaño del margen. Si el número de páginas se pone a la izquierda o derecha, la distancia será normalmente igual al espacio intermedio entre las columnas.

## h) Diferencia entre líneas

En la longitud de las líneas deben cuidarse los espacios entre los mismos, o sea, el interlineado; ya que las líneas demasiado próximas entre sí, perjudican la velocidad de la lectura. En el interlineado excesivo, también resulta perjudicial para el lector ya que le cuesta trabajo encontrar la unión de las líneas siguientes, por lo que resulta importante un interlineado correcto entre los renglones.

Werden wir einen Rückblick auf das, was auf der Schweiz während der verflochtenen Jahre gelebt geblieben war, insofern als alle Schriftformen unterordnen, ganz im Gegensatz zu den viel beachtung machen, daß mit wenigen Ausnahmen vorigen Jahrhunderts und der folgenden Epochen

Zetungen sehr leicht herauszufinden; denn diese und namentlich ihren Anzeigenstil, so werden Zetungen verschiedener Länder zur Hand und durchaus gesunde Erscheinung bezeichnet wie Konservatismus zuzuschreiben, der aber, zu und seinem Sinn für das Bodenständige; es ist vielleicht seine Ursache haben in der dem Se deutscher, holländischer, französischer oder in

Líneas con palo seco de 10 puntos, con 8 y 16 puntos de interlineado.

En el sistema reticular ya perfeccionado, están alineadas todas las figuras, leyendas, títulos y subtítulos.

Wer sich der Fülle und in aller Art bei einer Sicht eht, wird notwendig notwendig versuchen und dasen unterteilen. Wir eine stre Art und Anlage ersuche er Gestaltung und geTr

zu dem Anteil der ir untr zeugnissen, bei Materiphische gering, ja in Gr zum zweiten zu der teilk on ausgesprochen seki ist. Die ersterscheiden e graphie umschließt für

Líneas con palo seco de 20 puntos, sin interlinea y con 2 puntos de interlineado.

Se recomienda que en un formato normal se vea una distancia de 30-35 cm., y además cuidar el tamaño de la letra que no sea ni muy grande ni muy pequeña, para no cansar al lector. Según una norma empírica debe haber por medio de 7 palabras por línea y un espacio visual entre letra y letra.

## i) La tipografía

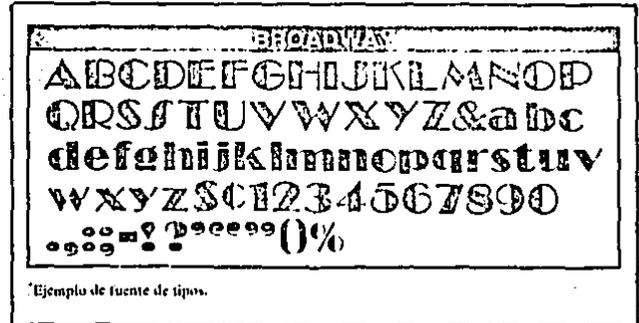
Es importante que un diseñador tenga conocimiento de las familias tipográficas, de la mecánica de fotocomposición y de la metodología tipografía.

La fotocomposición es el método más usado en la actualidad y gratamente aceptado por Diseñadores y tipógrafos por diferentes razones. Permite mayor libertad de espaciamento, la letra es más nítida y mejor definida, es más rápida ya que opera a una velocidad mayor que el linotipo.

ESTA LINEA ESTA COMPUESTA EN MAYUSCULAS ROMANAS.  
Esta línea está compuesta en romanas, mayúscula inicial y raso baja.  
ESTA LINEA ESTA COMPUESTA EN MAYUSCULAS CURSIVAS.  
Esta línea está compuesta en cursivas, mayúscula inicial y raso baja.  
ESTA LINEA ESTA COMPUESTA EN VERSALES Y VERSALITAS.

[Algunas formas para usar una fuente de tipos]

La tipografía es un símbolo visual visto en páginas impresas. A estos símbolos se les denomina caracteres e incluyen letras, números, signos de puntuación y otros símbolos ("\$&").



El tipo se organiza por: grupos, familias, fuentes y series.

Las letras se clasifican en mayúsculas y minúsculas.

GRUPOS: Se toma en cuenta el desarrollo histórico y forma estructural.

- 1.- Letra de texto.- Se asemeja a la caligrafía que usaban los monjes alemanes del tipo de Gutenberg.
- 2.- Tipo Romanos.- Son las mas usadas y numerosas y se caracterizan por sus rasgos suaves y fuertes.
- 3.- Gotico.- También se les denomina sean serif o palo seco. Ocupan el segundo lugar en frecuencia de uso. Son monótonas y esqueléticas.
- 4.- Letra manuscrita y cursiva.- La letra cursiva no está unida y la manuscrita aparenta estarlo. Se pueden clasificar como "de moda".
- 5.- Letras decorativas y novedosas.- No entran en ninguna clasificación

de texto, palo seco, romana, manuscrita o cursiva.

1  
ABCDEFGHIJKLMNO  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

2  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

3  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

4  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

5  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

- 1.- Letras de texto.
- 2.- Letras tipo Romano.
- 3.- Letras tipo Gótico.
- 4.- Letras manuscritas o cursivas.
- 5.- Letras decorativas.

FAMILIAS:

Caslon, futura, stymie, script comercial, hobo, etc. Dentro de una familia puede variar en cuanto al peso, amplitud y posición, y recibe el nombre de extra light (clara), demibold (seminegra), bold (negra) y extrabold (extranegra), Condensada, Ext, Outline.

**Aurora Bold Condensed**

Adonis Extended

*Adonis Ext. Italic*

*Times Roman Italic*

*Times Roman Bld. It.*

Times Roman

Celtic	Helvetica
Caslon Openface	Helvetica Thin
Century Expanded	Helvetica Med
Century Nova	Century Shaded
Stymie Obelisk Med. Cond.	Century Nova Italic
Commercial Script	Futura Bold
Diana Script Light	Futura Demibold
Diana Script Bold	Futura Black

Las letras inclinadas hacia la derecha se les denomina itálicas o cursivas y con la posición normal hacia arriba se les nombran romana o redonda.

**SERIES:**

Es la variación en los tamaños de las ramas de una familia.

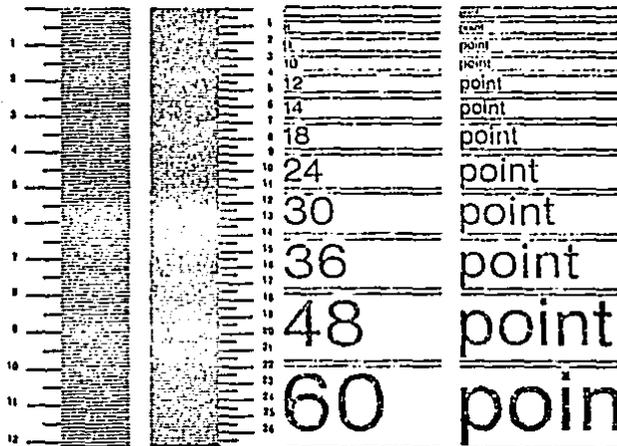
Medidas usadas en la composición tipográfica.- Las unidades de medición en la comunicación gráfica, se encuentran el punto y la pica.

**EL PUNTO:** Los tamaños de los puntos son de 4 pts a 72 pts., aunque algunas maquinas tienen hasta 144 pts.

**LA PICA:** La medida o longitud de una línea se mide en función de número de picas o picas y puntos. Además se usa para medir:

- El ancho de la columna (horizontal).
- La altura de la columna (vertical).

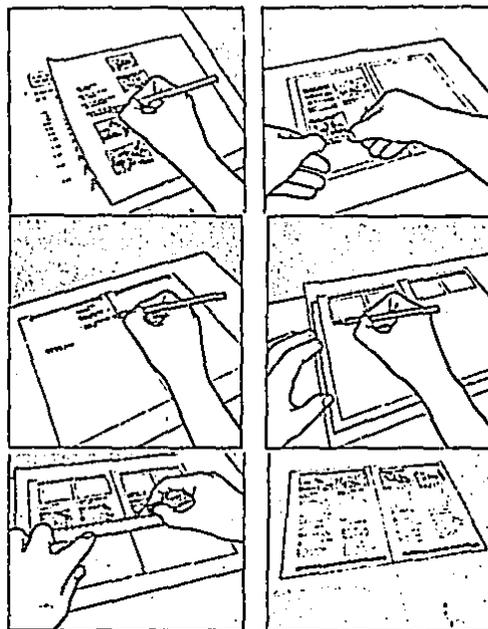
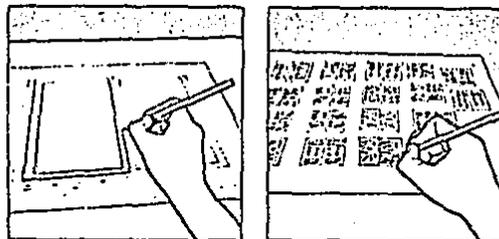
- Los márgenes y espacios en blanco entre columna y columna.
- Los tamaños de las ilustraciones.



Denominación de medidas tipográficas y cuerpos de 6 a 60 puntos.  
Univers.

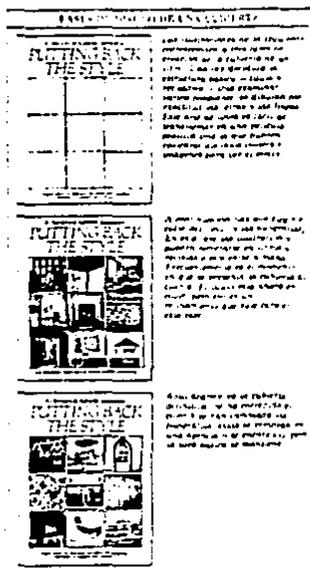
## j) Planeación de Dummy.

Se empieza por escoger un formato y se dobla la página dibujándose una línea central del doblez marcándolo con un tipometro el espacio que ocupará el texto. La distribución de los textos, títulos e ilustraciones son representados en el formato por varios rectángulos, se calca el texto de los títulos y se dibuja a tamaño real y las ilustraciones son recortadas.



## K) Diseño de la cubierta

El diseño de la cubierta debe llamar la atención del cliente, mantenerla y seguir el contenido del interior de la revista. El tema central de la publicación con la razón que ha llevado a producirla y su contenido editorial destaca en la cubierta.

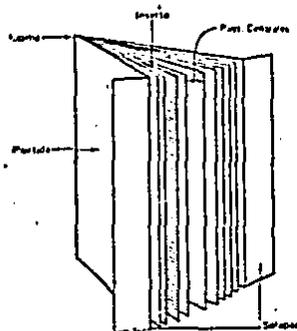


---

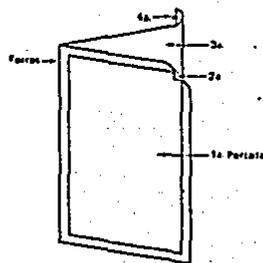
**CAP.V**  
**ESTRUCTURA**  
**PUBLICITARIA**

Al momento de armar la revista debemos tener un orden y no olvidar su estructuración principal.

5.1 LA PORTADA.- Que es el gancho para despertar el interés del público.



Estructura publicitaria de las revistas.



5.2 SOLAPA.- Algunas revistas cortan el papel de los forros de manera que dan una prolongación de 5 cm. quedando doblado hacia adelante.

5.3 EL INSERTO.- Es una hoja de papel más gruesa y va añadido entre sus páginas sin corresponder a la numeración. Algunos insertos pueden ir cosidos y otros pegados a la revista.

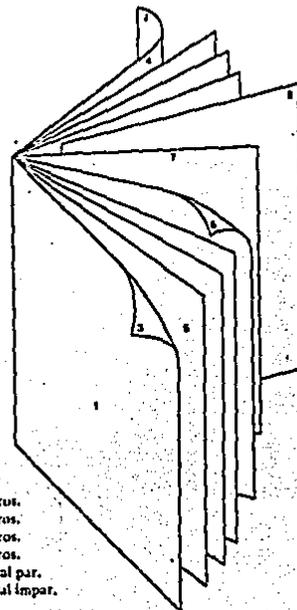
INSERTO DE VOLANTES.- Es otro tipo de insertos que no va cosido ni pegado a la revista, sino solo se intercala y quedan sueltos como volante. La finalidad de los

insertos pueden ser varios, ya que pueden usarse como boletos, premios a cambio de ellos, volantes, y algunas publicaciones extras.

5.4 LAS PAGINAS.- Central, Primeras, y Ultimas.

Después de la página central, las primeras y las últimas páginas tienen preferencia por estar junto a los forros, principalmente a las primeras, por estar cerca del índice.

PAGINAS PARES E IMPARES.- Las páginas impares tienen un mayor valor publicitario, pero no por eso las pares carecen de importancia.



- 1.- Portada
- 2.- 4a. de forros.
- 3.- 3a. de forros.
- 4.- 2a. de forros.
- 5.- 1a. de forros.
- 6.- Pág. central par.
- 7.- Pág. central impar.
- 8.- Inserto

Preferencias en la selección de las páginas de las revistas.

---

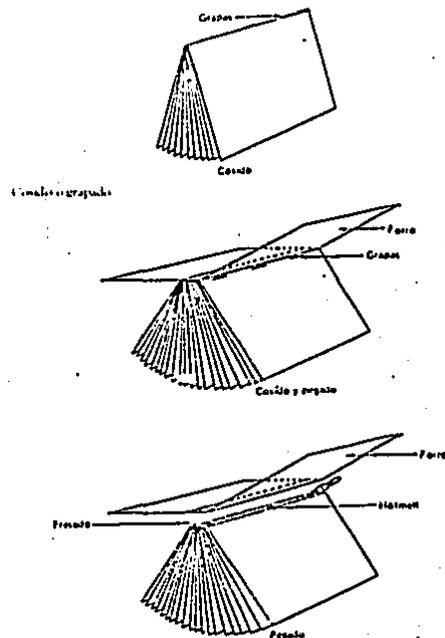
**CAP.VI**  
**SISTEMA DE**  
**ENCUADERNACION**

La encuadernación depende principalmente del número de hojas, ya que los márgenes no siempre son iguales. Naturalmente, la encuadernación la parte impresa de las páginas.

Existen cuatro tipos fundamentales de encuadernación: Cosido o grapado, encuadernación mecánica, pegado y encuadernación con tapas duras.

#### 1.- COSIDO O GRAPADO:

Se dobla el pliego en forma de cuadernillo y tiene aproximadamente de 8 a 32 páginas. Este se cose o se engrapa.



## 2.- ENCUADERNACION MECANICA

Es más caro el cosido y utilizado en diferentes formas. Casi siempre consiste en hacer orificios y pasar un hilo de alambre o de plástico para sujetar las páginas.

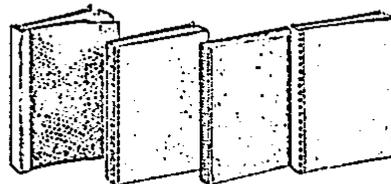
## 3.- PEGADO

Es el método más habitual. El libro se guillotina por los cuatro lados, se raspa para que acepte la cola y posteriormente se dobla la cubierta y se pega.

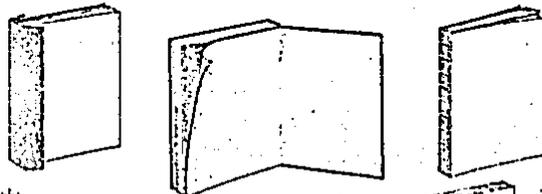
## 4.- ENCUADERNACION CON TAPAS DURAS.

Los cuadernillos que forman el

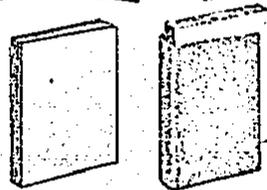
libro se cosen y protegen con una tapa dura.



Los cuadernillos con alfileres



Book



Los cuadernillos con tapas duras

---

**CAP.VII**  
**SISTEMAS DE**  
**IMPRESION**

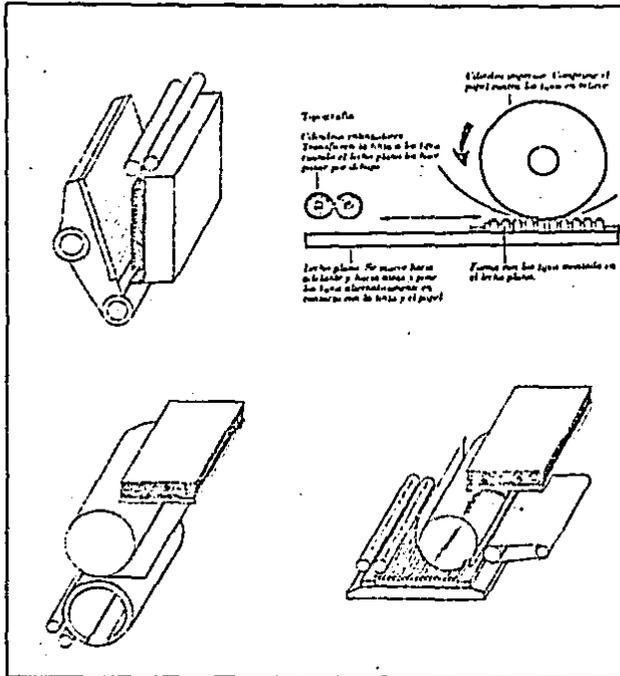
---

Antes de elegir el método de reproducción o de impresión se debe saber los diferentes factores que intervienen:

- El número de ejemplares
- Presupuesto disponible
- Fecha límite de entrega
- Calidad necesaria.

Cada método de impresión y reproducción tiene sus ventajas y desventajas.

## a) Prensa Tipográfica



La Tipografía es una de las formas de impresión más antiguas que se conocen. Es la que utilizó Gutenberg, creador de los tipos móviles de metal.

Consiste en la composición de textos; en caracteres móviles fundidos; y la grabación de ilustraciones sobre madera, impresos sobre formas planas.

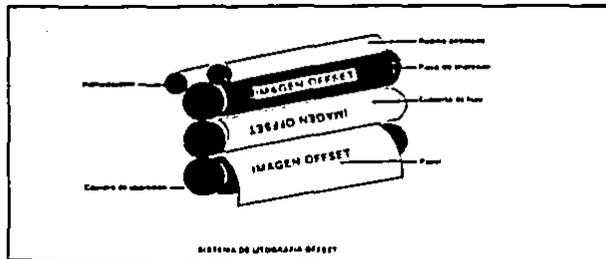
La calidad de impresión tipográfica hacen que éste sea el procedimiento adecuado para la edición de libros (composiciones e impresiones de textos).

Impresión tipográfica. Obérvase la superficie elevada de la placa.

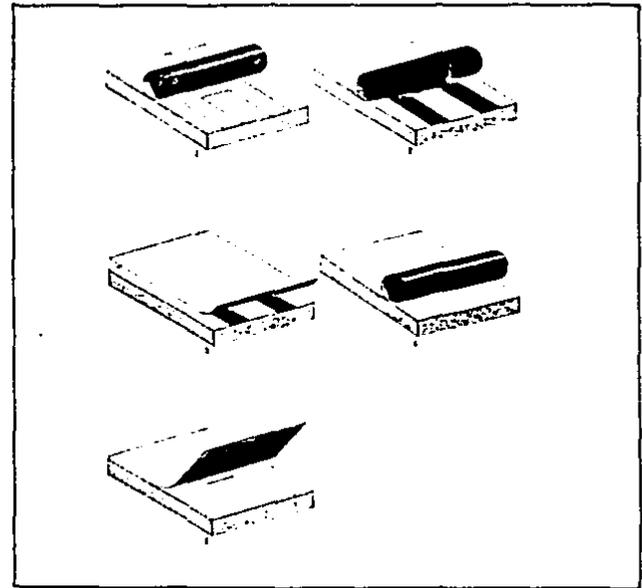
## b) Offset.

La Litografía fue el antecesor al offset, a principios del siglo XIX.

Litografía se basa en el principio de repulsión mútua entre el agua y el aceite. El  rea de im gen de la piedra litográfica se entintan y se mojan antes de cada impresión, para que lo graso atraiga la tinta oleosa, mientras que el resto se empape y lo rechace.

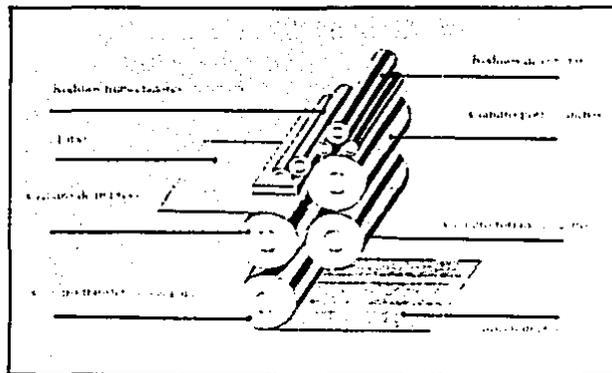


Sistema de placa y cubierta de hule de litografía offset.



Sistema de placa de impresión en offset, que muestra la imagen que sale de la placa, sobre una cubierta de hule y se calca sobre el papel.

El OFFSET litográfico es una evolución de la litografía. Hacia 1970, el offset vino a subsanar los inconvenientes de la litografía, que se sustituye por una hoja de zinc, transformando así el sistema alternativo de la prensa en sistema rotativo.



Proceso de impresión offset

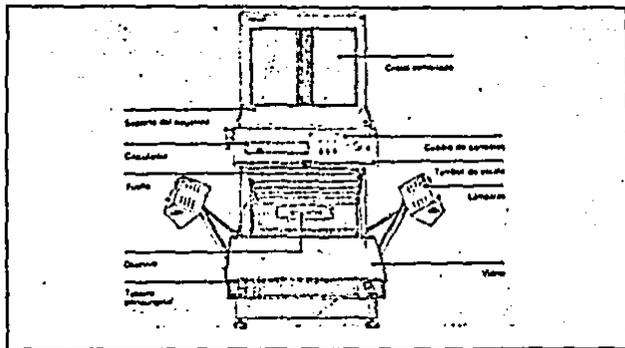
La impresión en offset no pasa directamente de la plancha al papel, ya que la tinta pasa primero de la plancha a un cilindro recubierto de caucho y de éste al papel.



La principal técnica es que la superficie blanda de caucho produce una impresión más exacta sobre el papel y otros materiales.

El diseño que se ha de imprimir se transfiere fotográficamente a una plancha que puede ser de zinc, aluminio, acero inoxidable o papel procesado.

Para fotografiar el original y hacer la plancha de impresión es necesario una cámara de fotomecánica (PMT) que sirve para ampliar o reducir el original para obtener un negativo que puede usarse en trabajos a color o blanco y negro.



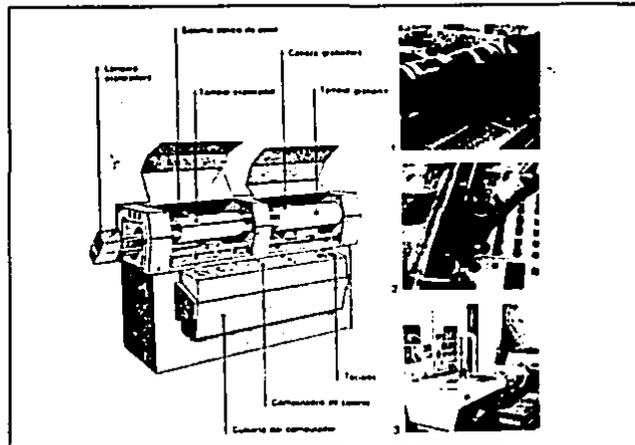
Cámara de fotomecánica (PMT)

También podemos obtener dicho trabajo por el "Scanner electrónico". Se trata de un adelanto que va desplazando gradualmente a la fotomecánica. Es mucho más sofisticado, ya que produce separaciones de color ya tramadas en un solo paso, además de su gran velocidad y calidad.

El original blanco y negro necesita estar en una película o papel flexible, colocado en un tambor giratorio para que una cabeza exploradora lea línea por línea mediante un rayo laser.

También se encuentra la máquina "Master" la cual en vez de producir primero el negativo y después pasarlo a una placa de zinc o

aluminio. Su funcionamiento es mediante un papel procesado.



Modelo 1000.

El original se muestra en una posición  
para ser copiado en el  
plata.

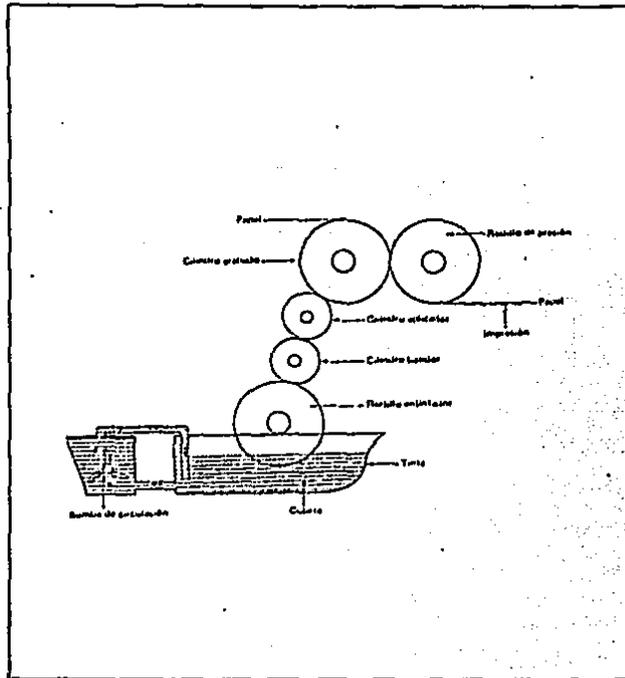
Esta máquina consta de un porta originales y una base que contiene la matriz de cartón desechable, que se expone a un determinado tiempo y trabaja mediante espejos concavos; hace que la imagen se proyecte y se fije por medio de polvos de revelado "toner" pasando por un proceso de limpieza y fijado, para que la imagen no se borre. Ya hecho este procedimiento se pone directamente al cilindro de impresión sin la necesidad de negativos ni placas de zinc o aluminio. Pudiendo obtener aproximadamente 5,000 reproducciones.



El Offset se lleva la mayor parte del mercado (alrededor del 60%), pasando por casi todos los trabajos de imprenta. (Edición de libros, anuarios, revistas periodísticas de tiradas medianas y grandes, ilustradas o no en negro o color, trabajos de publicidad, carteles, folletos).



## c) Flexografía



La flexografía es una forma de impresión tipográfica. Su sistema de impresión es por contacto, con placas de caucho flexible con la imagen en relieve, montadas alrededor de un cilindro y alimentadas por rollos de papel.

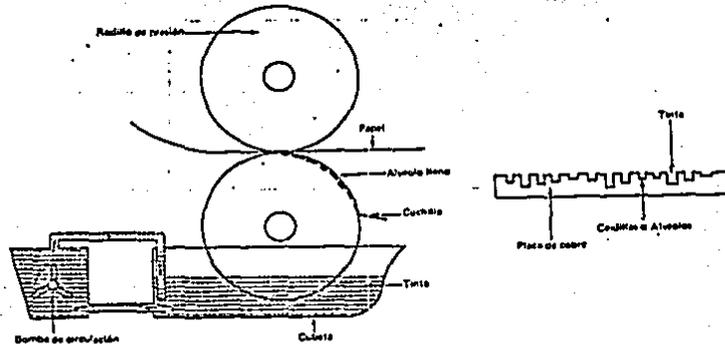
La flexografía es diferente a la tipografía por las tintas, que son a base de anilina de secado rápido y placas de caucho.

Se usa en empaques, envases de leche, cajas de cartón, envolturas y bolsas de papel.

## d) Hueco grabado

Proceso de impresión en el cual las imágenes son transferidas a partir de una superficie plana, cuyas líneas entintadas están en bajo relieve. Cuando el papel se presiona sobre la placa entra la tinta en las áreas deprimidas transfiriendo así la imagen al papel.

Una de sus ventajas es que se utiliza para la reproducción de fotografías con alta fidelidad. Y por lo contrario una de sus desventajas es que la tipografía se trabaja con tramado por lo que es menos nítida; por lo que no se recomienda cuando hay mucho texto.

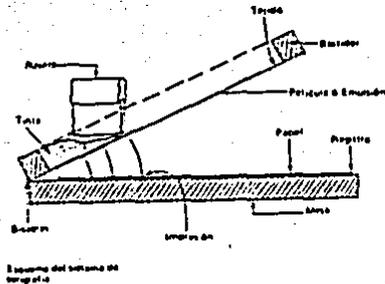


Tinteros llenos de tinta.

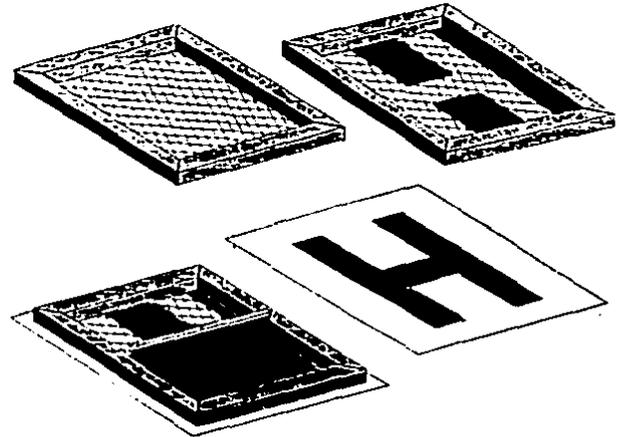
## e) Serigrafía

La serigrafía permite la impresión de texto e imágenes, sobre superficies más variadas, como es el metal, madera, cerámica, vidrio plástico, tela cartón o papel.

La tinta se fuerza sobre el papel a través de una pantalla muy fina en la zona que no se desea imprimir y las áreas de imágenes quedan libres dejando pasar la tinta.



Debido a la estructura de la pantalla, la serigrafía da menos detalle que la litografía.



Esquema del sistema de serigrafía.  
Impresión en retícula.

## f) Papeles

Se pueden clasificar de diferentes maneras:

### I.- EN CUENTO A SU SUPERFICIE.

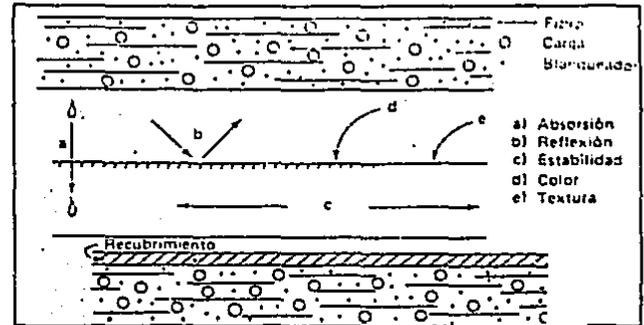
- a) Satinados
- b) Sin satinar

### II.- EN CUANTO AL PESO

- a) Aereos, (calca, mantequilla, albanene, bon, etc.).
- b) Cartulinas: (couchés, América, opalina, rododendro, etc.
- c) Cartones: (ilustración, show, card, primavera, etc.

### III.- EN CUANTO A PRESENTACION

- a) Pliegos
- b) Hojas (oficio, cartas y sus múltiplos.)
- c) Bobina.



Uno de los papeles de más uso en la producción de revistas es el papel couche, ya que este tiene las características convenientes para la impresión de estas; como vienen siendo, las medidas de 55 cm. X 75 cm. para las páginas interiores por tener un peso de 49.5 Kg/millar y los pliegos de 70X95 para portadas y contraportadas por tener un peso de 66.5 Kg/millar.

## g) Tintas

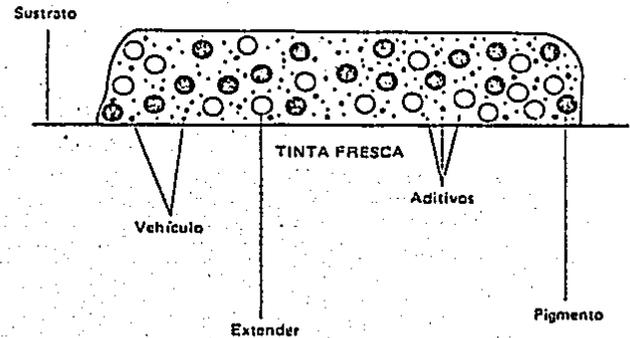
### LAS TINTAS

Se dividen en dos:

- Opacas y transparentes
- Opacas: (sin brillo y cubritivas)

Hay diversos tipos de tintas con características también muy amplias enfocadas la mayoría al uso final del impreso, pero cuando se trata de tintas de selección o de proceso balanceado el criterio es otro, sobre todo porque ellas representan un tipo de tinta característico, y consiste en que solo estas tintas se aproximan más que ninguna otra a los valores ideales de absorción y reflexión de la luz blanca. Una vez seleccionada la tinta, es de esperarse cumpla su cometido (poseer

magníficas cualidades de trabajo en prensa, imprimir con nitidez, tersura, intensidad y limpieza).



Producto auxiliar para una mejor impresión son: secantes compuestos, acondicionadores reductores, barnices sobre impresiones y soluciones litográficas para un alto control de calidad.

TIPOS DE TINTAS PARA LAS IMPRESIONES EN OFFSET.

ROCOSAN.- Aplicadas en papeles bond, satinados, cartulinas y de alto lustre satinados y para sistema de igualación pantone.

ULTRAGLOSS.- Aplicado en papeles satinados y recubiertos de alto lustre.

ULTRASET.- En papeles recubiertos, ideal para la policromía.

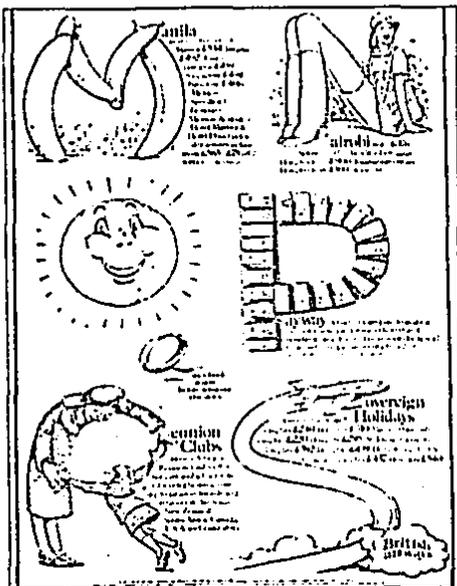
ECOSAN.- Diversos papeles.

FORCOSAN.- Ideal para impresiones continuas y papeles no recubiertos.



---

**CAP.VIII**  
**INTRODUCCION AL**  
**DISEÑO GRAFICO**



Existen varias definiciones sobre el Diseño Gráfico, pero resumiendo en pocas palabras y de la manera más precisa. Es la organización, ordenación y composición de elementos visuales dentro de un contexto utilitario; entonces se convierte en una acción creadora que cumple una finalidad práctica, que básicamente viene siendo comunicar mensajes visuales a nivel masivo sin barrera alguna en diferentes idiomas, razas, etc.

En México la carrera de Diseño Gráfico es relativamente nueva. Nace a partir de las Olimpiadas del 68; cuando se convocó a un concurso de símbolos y logotipo para la misma, dicho concurso fue ganado por E.U. que sin tener un conocimiento profundo de nuestras raíces prehispánicas, lo ganaron al presentar un sinnúmero de opciones; mientras que el mexicano se le limitó en sus opciones.



Timbre postal de las olimpiadas en Mexico 1968

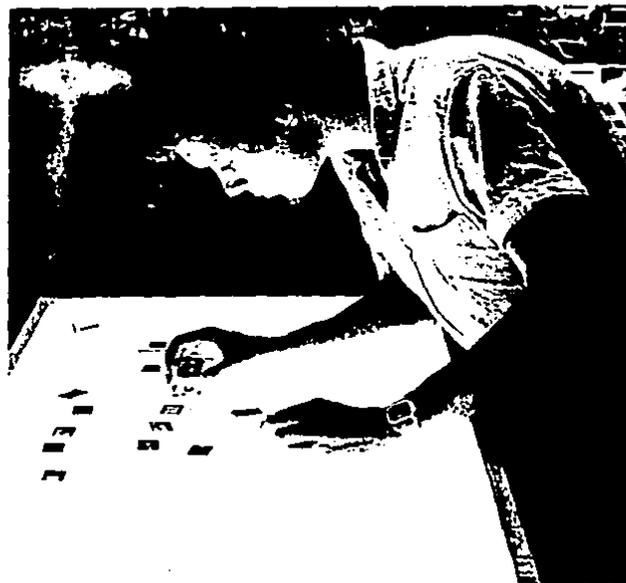
Actualmente lo que el diseñador busca es que el espectador se dé cuenta de "algo". Cuando se logra dicho objetivo con el cual se creó, puede decirse que es bueno y ha cumplido su función de comunicar.



Cartel de Habert Bager para la exposición de Kandinsk 1923 con claridad de tipos y relación entre imagen y rótulos.

Un diseñador gráfico debe saber usar a la perfección el lenguaje visual, inventar y poner en uso toda su creatividad. Y para poder tener creatividad se puede tener varios pasos a seguir sin ser estos; los indispensables para tenerla, pero sí para tomar en cuenta.

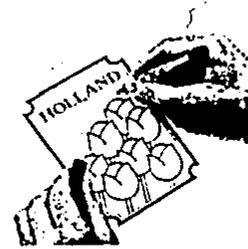
- Aprender todo acerca de lo que deseamos hacer.
- Pensar sin rechazar ninguna idea por más ilógica que esta sea.
- Salir de lo que ya está establecido y es convencional, siendo así un poco más diferente



- Deben ser anotadas todas las ideas y aportaciones.
- Debe trabajar un momento en el problema y dejarlo ya que la idea viene donde menos lo imagine.

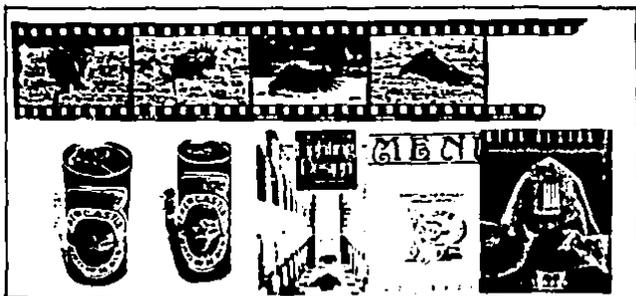


- Divertirse dejando vagar la mente.
- No debe esforzarse mucho ni tratar de complacer a los demás.
- No debe pensar en palabras, sino en imágenes, sabores, sonidos, textura, etc.



- Asociar diferentes ideas.
- Desarrollar el sentido de la estética y sensibilidad al color, la línea y la textura.
- Dar rienda suelta a su imaginación confiando en su corazón.

Sin preocupación alguna el diseñador puede trabajar en cualquiera de sus campos como: T.V., Cine, Revistas, Periódico, Carteles, Campañas de Publicidad, Radio, etc.



Ya que el Diseño Gráfico es la construcción de lo posible, este solo varía en el estado de las técnicas de impresión y representación de las restricciones sociales y económicas.

El Diseñador Gráfico trabaja hoy en día, en una gran variedad de medios, produciendo diseños no solo para las páginas impresas sino también para el cine, la televisión, y otras de las actividades del Diseñador Gráfico es la manipulación de imágenes por medio de la fotografía.

Por medio del proceso fotográfico, el texto y las imágenes, se han combinado en una sola plancha por lo que el impresor puede dar la obra terminada.



Estos son algunos de los trabajos que puede realizar un diseñador.

---

---

## CONCLUSION

La existencia de una revista para los diseñadores gráficos es de suma importancia e indispensable para cualquier persona interesada en la materia o que desea información de la misma.

Ya que de una revista como la que se ha propuesto, se llegan a obtener, grandes beneficios para el trabajo como diseñador, a la vez que toma importancia la información que esta nos pueda dar, así como también su publicidad y documentales que esta nos ofrece en una forma práctica y útil.

Con la ayuda de la investigación ya antes realizada podemos observar la mejor forma de llegar a la realización de una revista que contenga todos los

detalles que debe hacer antes un diseñador obteniendo así una revista bien planeada.

---

**Desarrollo de la revista.  
"Gráficamente DISEÑO"**

# INTRODUCCION

Se ha llegado a la necesidad de la existencia de una revista para los diseñadores, con un contenido de gran interés.

Ya que en la actualidad son pocas las revistas de diseño en Guadalajara, hemos querido ofrecer una revista que cumpla una serie de pasos bien logrados, como viene siendo;

- ° Un formato práctico y útil a las necesidades del público, con una buena distribución en su contexto.
- ° No queriendo ser monótonos y aprovechando que una revista puede variar en su diseño editorial se llegará a utilizar dos diferentes retículas, una que contendrá tres columnas y otra de dos que a la vez formen cuatro.

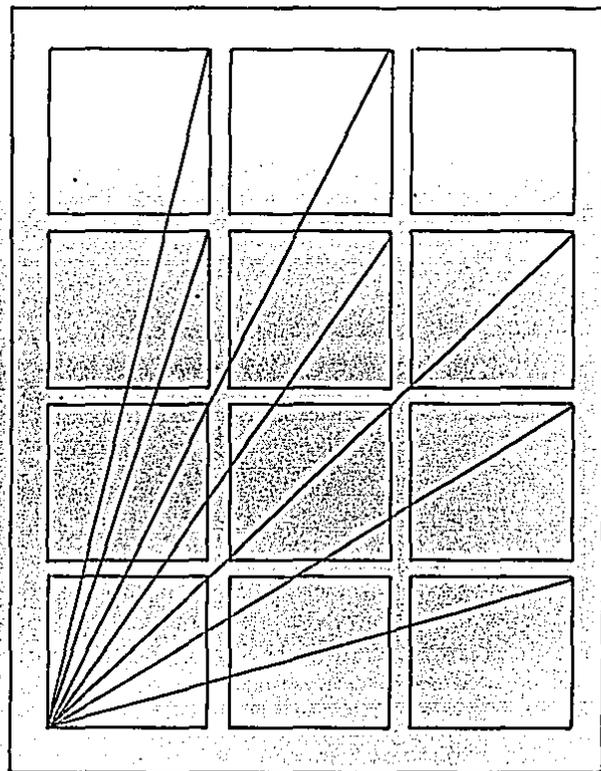
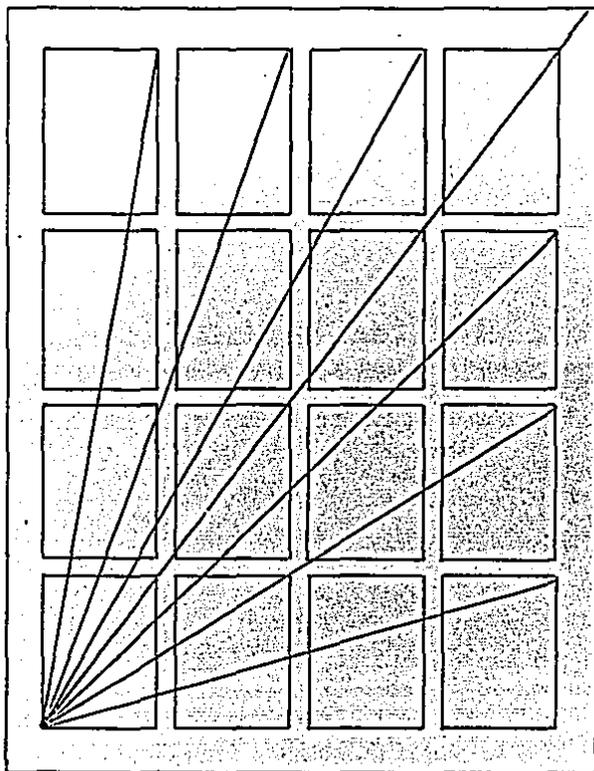
- ° Se tratará que la tipografía sea un poco variada pero bastante legible para textos largos y, en cuanto a títulos y anuncios será algo diferente utilizando una gran variedad de ilustraciones y fotografías, que puedan dar alusión a lo que el texto trate.
- ° La portada será un estudio de atracción para que llame la atención de cualquier persona, teniendo en cuenta algo que la identifique, variando un poco en su color e ilustración cada bimestre que sea publicada.
- ° En cuanto al foliado será algo diferente, ya que se identificará con el diseño del título de la portada, llevando el nombre en

pequeño y a su lado el folio.

- ° Su encuadernación, será por medio de pegado o encuadernación perfecta, debido a la cantidad de hojas que esta pueda contener.
- ° Su método de reproducción se decidió que fuera por medio del offset por su rapidez y calidad, ya que una revista requiere de una reproducción rápida y precisa.
- ° Haciéndola llegar al consumidor interesado en papelerías especializadas en el diseño y dibujo o bien en expendios de revistas de prestigio.
- ° Su financiamiento por medio de la publicidad en espacios que reserva la revista para anunciantes que publiquen anuncios de interés para el diseñador

como pueden ser: papelerías, fotolitos, agencias, imprentas, etc.

# Retículas



Opciones de dos diferentes retículas para la elaboración de las páginas de la revista "El Encanto de Dado".

---

# Estudio de los diferentes nombres para la revista.

Lo nuevo en Diseño Gráfico

Diseño Contemporáneo

Dis-Grafic

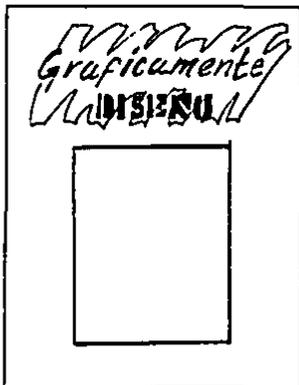
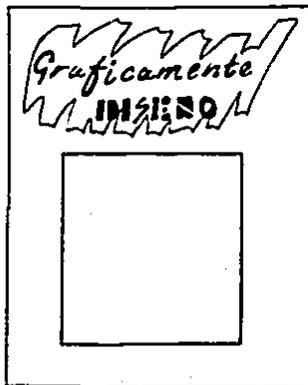
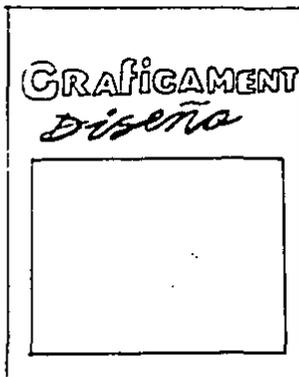
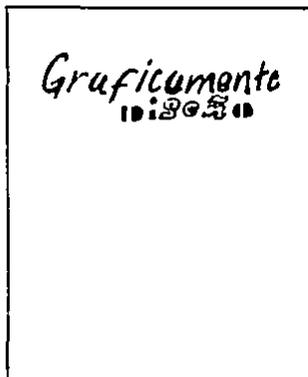
Diseño Actual

Digrafic

Gráficamente

Diseñando

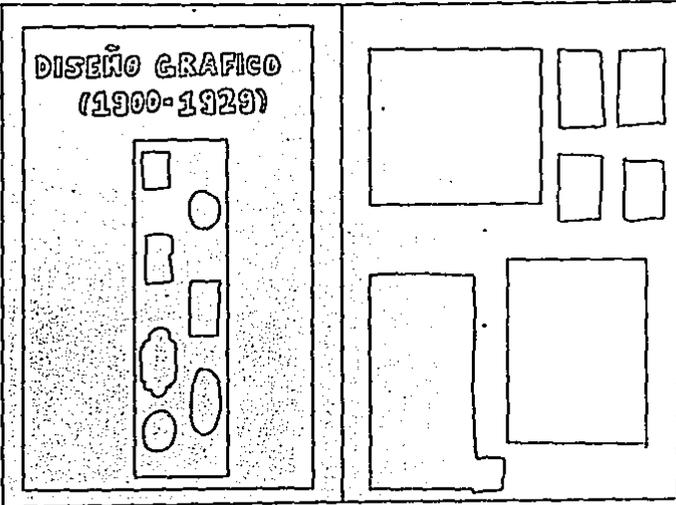
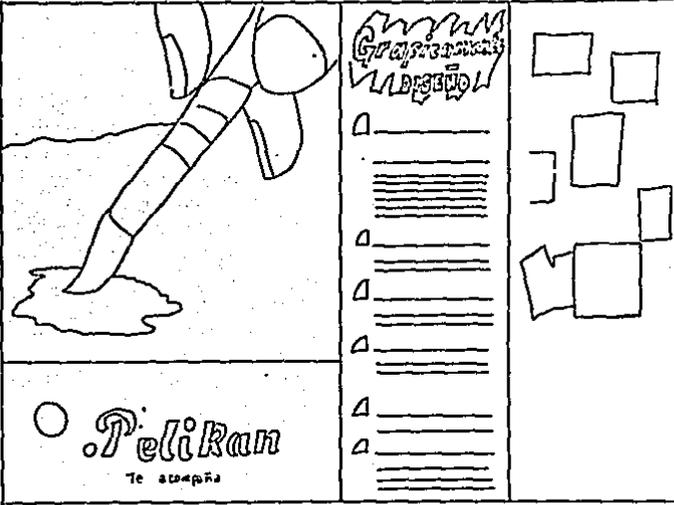
"GRAFICAMENTE DISEÑO".



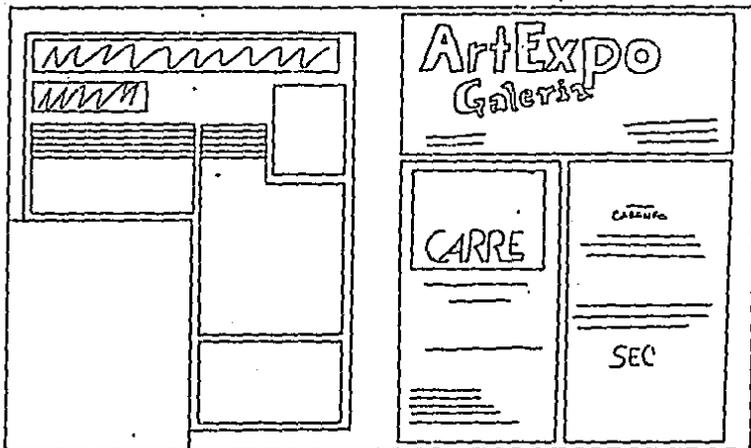
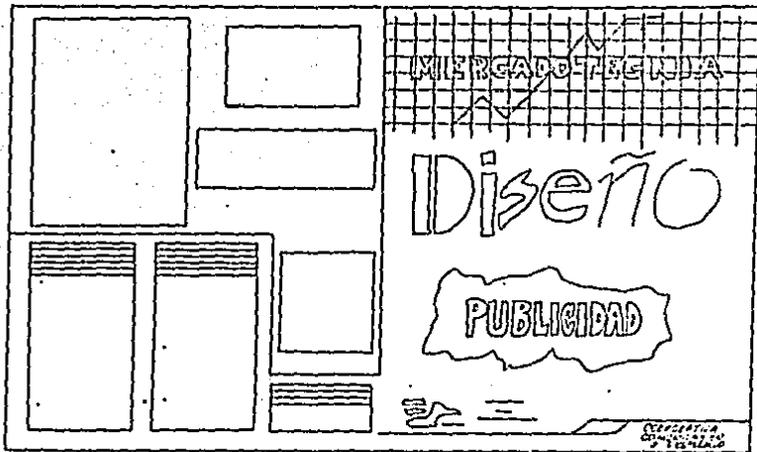
# Original Portada

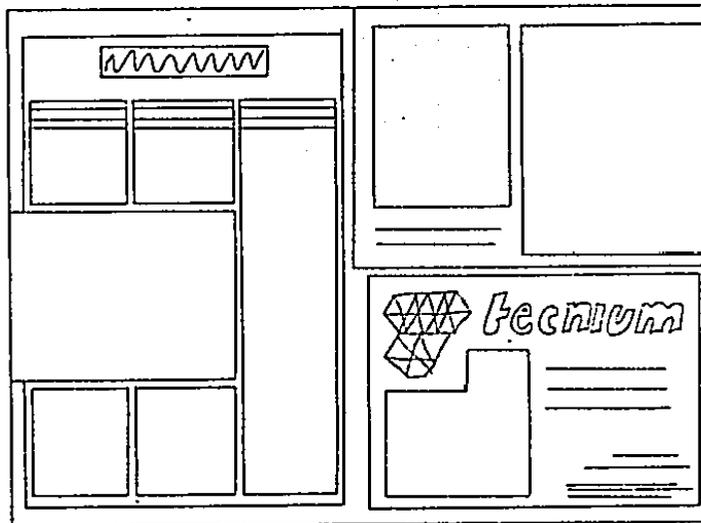
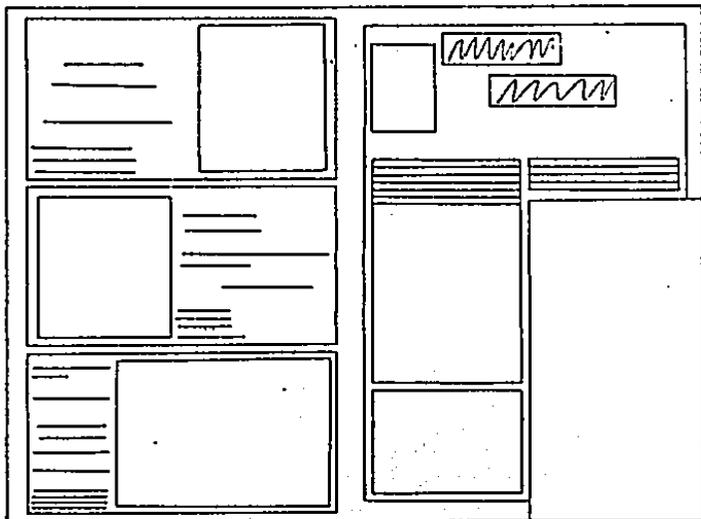


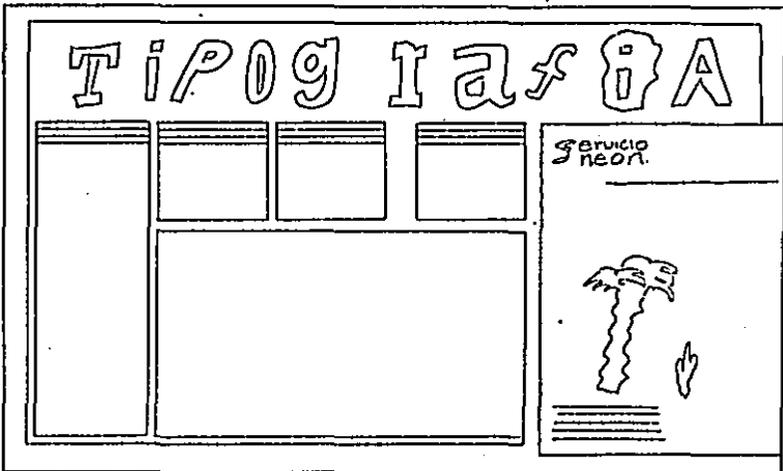
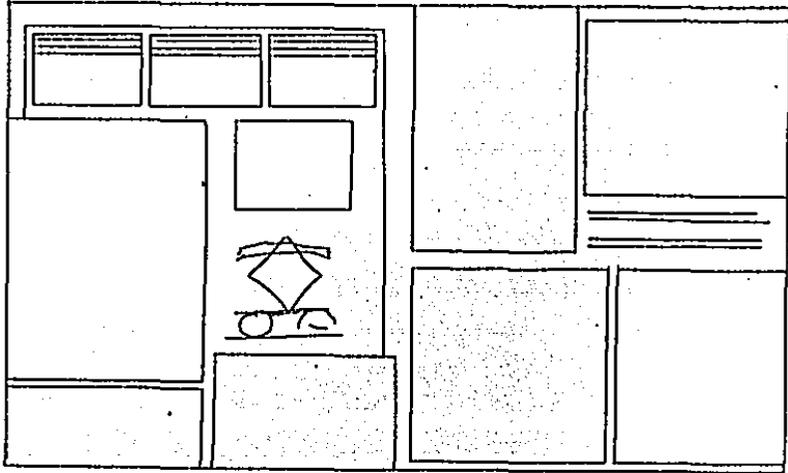
a 100 % amarillo 100 % magenta c 100 % Cyan 60 % magenta e 25 % amarillo 70 % cyan  
b 100 % negro d 100 % magenta 70 % cyan f 40 % cyan 10 % amarillo

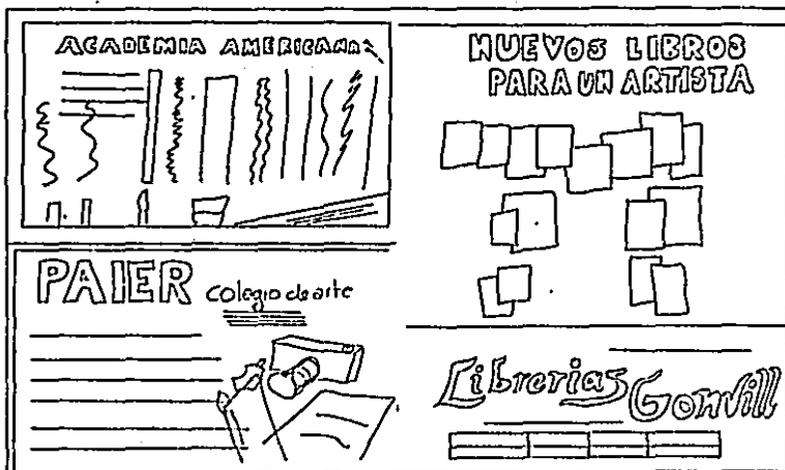
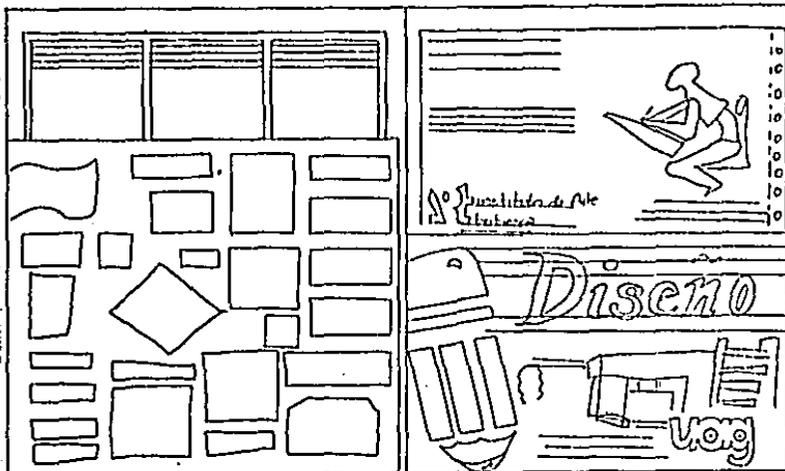


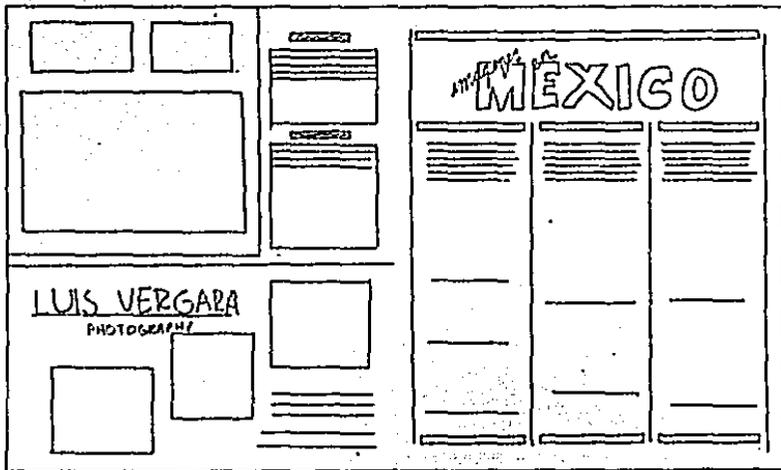
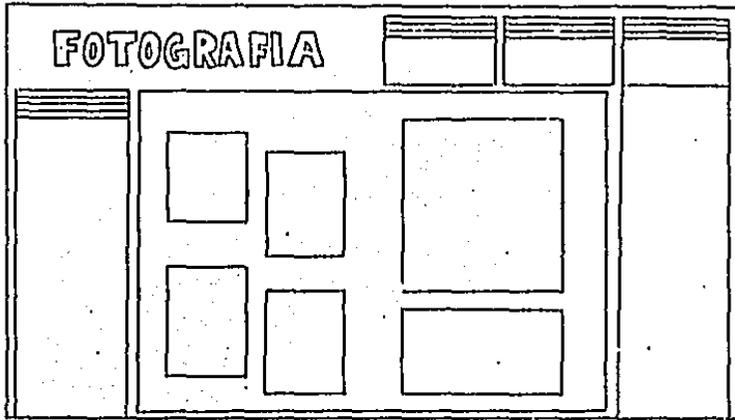
Bocetos

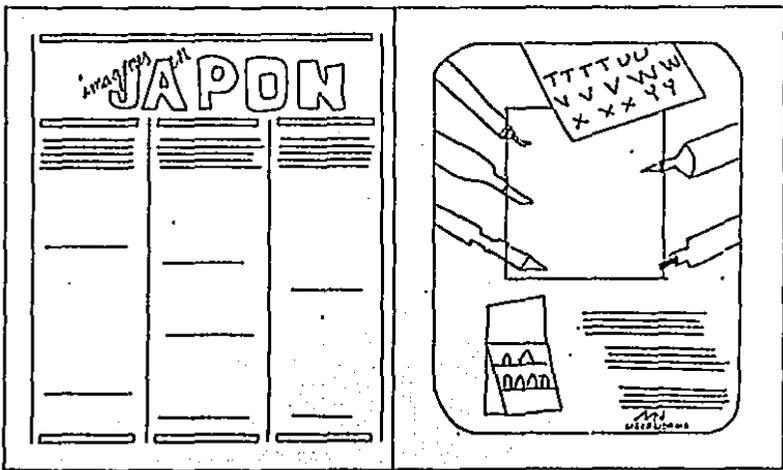












---

Dummy

# **Graficamente** **DISEÑO**

**PUNTOS DE  
VISTA EN LA  
FOTOGRAFIA**



**DIFERENTES  
TECNICAS DE  
ILUSTRACION**

**DISEÑADORES  
GRAFICOS**

**EL USO DE LA  
TIPOGRAFIA**



# DISEÑO GRAFICO (1900-1929)






**ABCDEFGHIJKLMN**  
**OPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890**

...en un momento de gran actividad...  
 ...de la industria...  
 ...de la economía...  
 ...de la cultura...  
 ...de la ciencia...  
 ...de la tecnología...  
 ...de la medicina...  
 ...de la agricultura...  
 ...de la industria...  
 ...de la economía...  
 ...de la cultura...  
 ...de la ciencia...  
 ...de la tecnología...  
 ...de la medicina...  
 ...de la agricultura...

...de la industria...  
 ...de la economía...  
 ...de la cultura...  
 ...de la ciencia...  
 ...de la tecnología...  
 ...de la medicina...  
 ...de la agricultura...  
 ...de la industria...  
 ...de la economía...  
 ...de la cultura...  
 ...de la ciencia...  
 ...de la tecnología...  
 ...de la medicina...  
 ...de la agricultura...




# MERCADO TECNIA

# vision



...de la industria...  
 ...de la economía...  
 ...de la cultura...  
 ...de la ciencia...  
 ...de la tecnología...  
 ...de la medicina...  
 ...de la agricultura...

...de la industria...  
 ...de la economía...  
 ...de la cultura...  
 ...de la ciencia...  
 ...de la tecnología...  
 ...de la medicina...  
 ...de la agricultura...

# ENRIQUE CARDONA VERA DISEÑADOR GRÁFICO



Enrique Cardona Vera nació en Ensenada, Baja California Sur, pero se trasladó a San Diego, California, donde se graduó de la Universidad de California en San Diego. Después de trabajar en el departamento de diseño gráfico de la empresa de publicidad de su padre, se trasladó a Los Angeles, California, donde trabajó en el departamento de diseño gráfico de la empresa de publicidad de su padre. En 1968 se trasladó a Los Angeles, California, donde trabajó en el departamento de diseño gráfico de la empresa de publicidad de su padre.

En 1968 se trasladó a Los Angeles, California, donde trabajó en el departamento de diseño gráfico de la empresa de publicidad de su padre.

En 1968 se trasladó a Los Angeles, California, donde trabajó en el departamento de diseño gráfico de la empresa de publicidad de su padre.

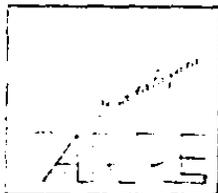
En 1968 se trasladó a Los Angeles, California, donde trabajó en el departamento de diseño gráfico de la empresa de publicidad de su padre.



# ArtExpo Galería

DEL 11 DE MAYO  
AL 10 DE JUNIO

AV VALLARTA N 42  
GUADALAJARA, JAL.  
TEL. 40 01 77

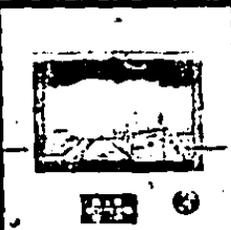


ART EXPO GALERIA

DEL 22 DE MAYO AL 31 DE JUNIO

MANRIQUE GARCÍA S. 2905  
BARRIO VICTORIA  
GUADALAJARA, JAL.  
TEL. 109047 23 83

**ROBERT RASELY**



MAYO—25, 1989<sup>T</sup>

SCHMIDT · BINGHAM  
GALLERY  
41 W 57 NYC 888 · 1122



**RICHARD SEGALMAN**

RECIENTES TRABAJOS EN ORO PASTEL Y ACUARELAS

MAYO Y JUNIO 1989

FORMBLUTE  
GALLERY

LOS MEJORES TRABAJOS  
DE  
**HOWARD POST**

DEL 16 DE MAYO AL  
17 DE JUNIO

**BETH O'DON  
GALLERY**




**PAULA SCHER** DISEÑADORA  
GRAFICA

**Presentación**

El arte gráfico de Paula Scher es el resultado de una combinación de técnicas y estilos que se han desarrollado a lo largo de su carrera. Su trabajo se caracteriza por el uso de formas geométricas y colores vibrantes, creando una estética única y reconocible.

En esta exposición se muestran algunas de sus obras más recientes, que reflejan su evolución como artista y diseñadora. El público podrá apreciar el detalle y la creatividad que caracterizan su trabajo.

Paula Scher es una artista gráfica de origen ruso que se formó en la Escuela de Artes y Oficios de Moscú. Después de mudarse a Nueva York, trabajó para la firma de publicidad de su esposo, el diseñador gráfico Milton Glaser. Su estilo se inspiró en el constructivismo ruso y el diseño gráfico de los años veinte.

En esta exposición se muestran algunas de sus obras más recientes, que reflejan su evolución como artista y diseñadora.



# ILUSTRACION



Para Usted, que es Arquitecto...  
Ingeniero... Artista... Enseñador...  
Olimpista... o Estudiante



Usted y ...  
**technium**

TECNIUM  
S.A. - CALLE 100 # 100-100  
BOGOTÁ - COLOMBIA

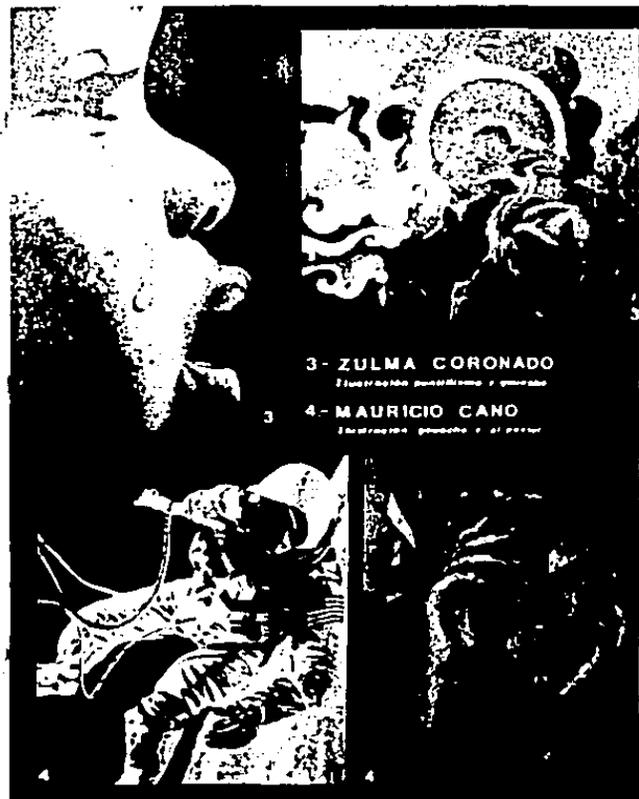
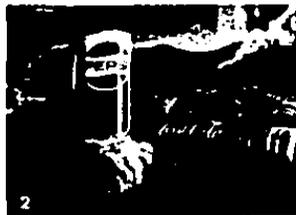


1- MAIRA DE LA TORRE

*Ilustración en gouache*

2- GERARD HUERTA

*Iluminación litográfica*



3- ZULMA CORONADO

*Ilustración puntillista y gouache*

4- MAURICIO CANO

*Ilustración gouache y al pastel*



...de la escuela de diseño publicitario de mayor prestigio...

...la escuela de diseño publicitario de mayor prestigio...

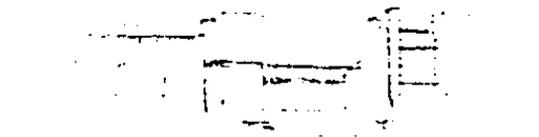
...la escuela de diseño publicitario de mayor prestigio...



la escuela de  
diseño publicitario  
de mayor prestigio...

It Instituto de arte  
y diseño ac

# Diseño



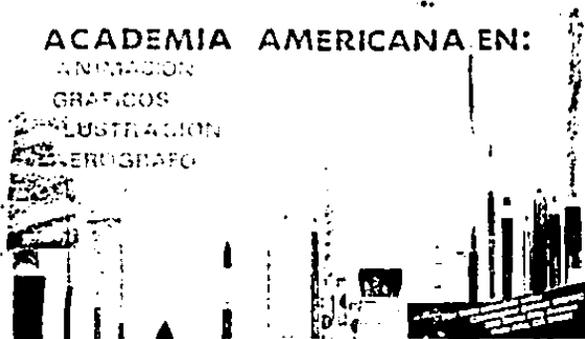
Dis. Gráfico

AV PATRIA 1701 LOMAS DEL VALLE  
TEL. 41-50 51 EXT. 340  
GUADALAJARA, JAL.



## ACADEMIA AMERICANA EN:

ANIMACION  
GRAFICOS  
ILUSTRACION  
FOTOGRAFIA



## PAIER Colegio de arte

DIPLOMADOS Y

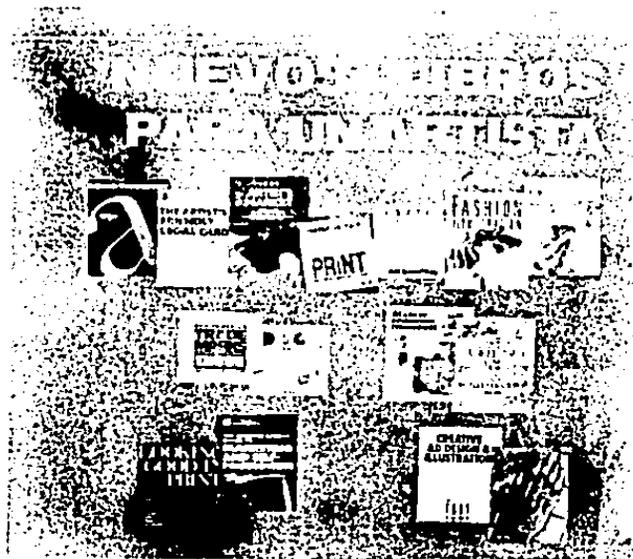
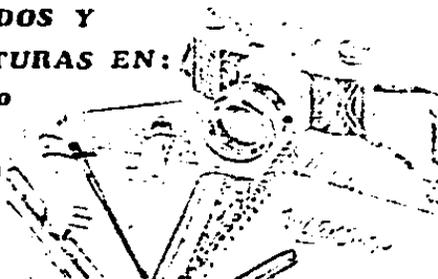
LICENCIATURAS EN:

Dis. Grafico

Ilustración

FOTOGrafía

y otros



*Benjamin Franklin*

# FOTOGRAFIA

El punto de vista es el ángulo desde el que se toma la fotografía. Se trata de una decisión que el fotógrafo toma al momento de encuadrar la imagen. El punto de vista puede ser muy alto, muy bajo, o a la altura del sujeto.

El punto de vista puede ser muy alto, muy bajo, o a la altura del sujeto.

## LA LÍNEA Y LA TÉCNICA

Las líneas son elementos que ayudan a guiar el ojo del espectador a través de la imagen. Pueden ser horizontales, verticales, diagonales o curvas. La técnica consiste en utilizar estas líneas para crear un sentido de movimiento y profundidad en la fotografía.

## NORMAS CLÁSICAS DE COMPOSICIÓN

Existen varias normas clásicas de composición que han sido utilizadas durante siglos. Estas normas ayudan a crear imágenes equilibradas y atractivas. Algunas de las más conocidas son la regla de los tercios y la regla de la diagonal.

20 de mayo de 1978

El punto de vista es el ángulo desde el que se toma la fotografía. Se trata de una decisión que el fotógrafo toma al momento de encuadrar la imagen. El punto de vista puede ser muy alto, muy bajo, o a la altura del sujeto.

El punto de vista puede ser muy alto, muy bajo, o a la altura del sujeto. El punto de vista puede ser muy alto, muy bajo, o a la altura del sujeto.

El punto de vista puede ser muy alto, muy bajo, o a la altura del sujeto.

## PUNTO DE VISTA

El punto de vista es el ángulo desde el que se toma la fotografía. Se trata de una decisión que el fotógrafo toma al momento de encuadrar la imagen. El punto de vista puede ser muy alto, muy bajo, o a la altura del sujeto.

## PERSPECTIVA (PROFUNDIDAD)

La perspectiva es el efecto de profundidad que se crea en una fotografía. Se trata de una ilusión que el ojo humano percibe al mirar una imagen bidimensional.

La perspectiva puede ser creada utilizando líneas que convergen hacia un punto de fuga. Este punto de fuga puede estar dentro o fuera del encuadre de la imagen.

## TEXTURA

La textura es el efecto de relieve que se crea en una fotografía. Se trata de una ilusión que el ojo humano percibe al mirar una imagen bidimensional.

## FORMA

La forma es el efecto de volumen que se crea en una fotografía. Se trata de una ilusión que el ojo humano percibe al mirar una imagen bidimensional.



20 de mayo de 1978



# Imágenes on JAPEN

1. **Asociación de Industriales de España**  
 De José María Lombardero  
 B. de Aragón, 100, 28002 Madrid  
 Tel. 511.40.00

2. **Asociación de Industriales de España**  
 De José María Lombardero  
 B. de Aragón, 100, 28002 Madrid  
 Tel. 511.40.00



3. **Asociación de Industriales de España**  
 De José María Lombardero  
 B. de Aragón, 100, 28002 Madrid  
 Tel. 511.40.00

4. **Asociación de Industriales de España**  
 De José María Lombardero  
 B. de Aragón, 100, 28002 Madrid  
 Tel. 511.40.00



5. **Asociación de Industriales de España**  
 De José María Lombardero  
 B. de Aragón, 100, 28002 Madrid  
 Tel. 511.40.00

6. **Asociación de Industriales de España**  
 De José María Lombardero  
 B. de Aragón, 100, 28002 Madrid  
 Tel. 511.40.00

7. **Asociación de Industriales de España**  
 De José María Lombardero  
 B. de Aragón, 100, 28002 Madrid  
 Tel. 511.40.00



Las letras generadas por el sistema Mecanorma son de gran calidad y se imprimen con un alto grado de precisión.

El sistema Mecanorma permite la impresión de caracteres especiales, como el símbolo de la moneda, el símbolo de la medida, el símbolo de la temperatura, etc.

El sistema Mecanorma permite la impresión de caracteres especiales, como el símbolo de la moneda, el símbolo de la medida, el símbolo de la temperatura, etc.

El sistema Mecanorma permite la impresión de caracteres especiales, como el símbolo de la moneda, el símbolo de la medida, el símbolo de la temperatura, etc.

**MECANORMA**



---

# CONCLUSION

Hemos caído en cuenta en la necesidad de una Revista de Diseño Gráfico, el cual pueda llegar a comunicar temas de interés para un diseñador.

En ella podemos encontrar información de suma importancia, así como reportajes, publicidad y muchos otros temas que llamen la atención de las personas interesadas en ella.

Esta revista nos ofrece algo nuevo y diferente, por ser tan específica en sus temas de diseño.

# BIBLIOGRAFIA

- SISTEMAS DE RETICULAS  
Manual para un Diseñador Gráfico  
Josef Muller-Brockman
- BELTRA Y CRUCES RAUL E.  
Publicidad en medios impresos  
Editorial Trillas  
Impreso en México, D.F. 1984
- HERMAN BLUME  
Haga Ud. mismo su Diseño Gráfico  
Primera edición 1985  
Impreso en España.
- GUIA COMPLETA DE ILUSTRACION Y DISEÑO  
Técnicas y materiales  
Coordinado por Terence Dalley  
HERMAN BLUME.
- PEQUEÑAS IMPRENTAS Y TECNICAS MODERNAS  
Roger Jauneau  
Impreso en 1981  
Tardy Quercy S.A.
- REVISTA VANIDADES  
Edición Especial  
20 aniversario, 1981.
- REVISTA GRAFITO  
Primera Edición 1988  
Enrique Cardona.  
Adriana Salas M.  
Isabel a. Mink'.  
Irma Mendoza. B.

- 
- REVISTA ART IN AMERICA MARZO 1989
  - REVISTA THE ARTIST'S MAGAZINE .  
Marzo 1989.
  - LETRA SET, U.S.A.  
40 Eisenrower Deine  
P.O Box 281
  - CROAPHIC DESIGN  
Sovence book  
CHARTWELL BOOKS, INC.  
A. División of  
Book Sales, Inc.  
110 Enterprose Avenue  
Sacaucus, New Jersey 07091
  - TIPO Y COLOR  
Michael Beoneot
  - FESTIVAL DE LA CREATIVIDAD  
Tercer anuario de la creatividad 86.
  - CURSO BASICO DE FOTOGRAFIA B/N  
1979 por The American Fotographic