

**UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

39
24

**"Propuesta editorial para
la revista 'Desde el Sur'
del Colegio de
Ciencias y Humanidades
Plantel Sur"**



DEPTO. DE ASESORIA
PARA LA TITULACION
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLÁSTICAS
XOCHIMILCO D.F.

**ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLÁSTICAS**

TESIS
que para obtener el título de
Licenciada en Comunicación Gráfica

presenta
Ma¹⁰ Elena Pigenutt Galindo

Director de Tesis: Lic. Adrian Flores Montiel

México, D.F. 1996



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Mami:

Te dedico este trabajo, ya que has sido el ejemplo más importante en mi vida y tu cariño me ha dado la fuerza para seguir adelante.

Tita:

Gracias por tu apoyo ya que sin él este trabajo no sería hoy una realidad.

Jonatan y Omar:

Sin ustedes mi vida sería muy aburrida, sin gritos y pataletas.

A mi abuelito:

Porque siempre creyó que llegaría lejos.

A toda mi familia:

Porque cada uno ha sido parte importante en mi vida.

Julio:

Por estar a mi lado en cada momento,
por darme tu amor cada día, por ser
una persona que entrega todo, por ser
mi vida.

Prof. Adrian Flores Montiel:

Por compartir conmigo tu experiencia y alentar la confianza en este trabajo.

Profra. Ma. Elena Martínez:

Por su colaboración y asesoría en este trabajo.

Profra. Beatriz López Huerta:

Por sus acertados comentarios sobre este proyecto.

Prof. Benito Juárez:

Por su apoyo en la revisión de este trabajo.

A la ENAP:

Por brindarme las bases para mi formación como comunicadora gráfica.

A la UNAM:

Por darme la oportunidad de ser parte de una institución tan importante en México.

INDICE

Introducción	9
Capítulo 1	12
antecedentes	
Capítulo 2	24
marco teórico	
Capítulo 3	43
análisis de la problemática de la revista desde el punto de vista de la mercadotecnia	
Capítulo 4	56
proyecto gráfico	
Conclusiones	67
Glosario	74
Bibliografía	77

*Sólo puedes tener dos cosas en la vida:
razones o resultados.
Las razones no cuentan.*

El fenómeno comunicativo ha sido una de las grandes preocupaciones a resolver para el ser humano. Desde que el hombre apareció en la tierra se creó también el proceso comunicativo; las pinturas rupestres nos demuestran el afán del hombre por transmitir sus emociones y su modo de vida.

Cada época de la existencia del hombre se distingue por las variadas formas de comunicación entre él y sus contemporáneos; los egipcios labraron jeroglíficos en piedra, en la antigua China se plasmaron los conocimientos de los sabios en bambú; ya en el continente Americano, nuestros antepasados nos dejaron su legado en estelas de piedra y en pergaminos hechos de piel de animales y pintados con tintas naturales.

Todo lo anterior es sólo un brevísimo recuento del empeño que ha puesto el ser humano para comunicar a las generaciones que le han sucedido los conocimientos adquiridos hasta hoy.

Con la invención de la imprenta en el siglo XV, se abrió una nueva era en lo que se refiere a comunicación escrita, ya que en la Edad Media los antiguos libros fueron hechos a mano por amanuenses y copistas, trabajo puramente artístico en el que se empleaba muchísimo tiempo por parte de estos artistas. Con la impresión del primer libro en la prensa de tipos móviles (La Biblia) se desató una competencia por mejorar las imprentas, los impresores europeos se enfocaron a un fin concreto, el de permitir que un texto fuera leído con la mayor facilidad posible.

Los folletos y panfletos informativos fueron los primeros en circular en forma masiva, dando lugar a la aparición de los periódicos que acapararon las formas de comunicación de aquella época.

En la última década del siglo XIX se empezaron a dar las condiciones necesarias para producir revistas de circulación masiva. La revista moderna hace su aparición a la par de la invención de la fotografía y la automatización de la imprenta, fue hasta las primeras décadas del siglo XX que las revistas pasaron a la era del diseño moderno.

La revista es un medio tradicional de comunicación muy común en nuestros días, y su evolución a través de las décadas ha ido marcando estilos diferentes para su formación.

Asimismo la manera de hacer revistas ha cambiado con el paso del tiempo, aunque su elaboración siempre exigirá el seguimiento de varias etapas y el conocimiento de diseño editorial, impresión y acabados.

Diseñar una revista tiene como objetivo, asimilar mensajes e interpretarlos, para poder transmitirlos de una manera clara y eficaz; por otro lado el diseño de revistas debe tener como fin hacer atractiva la publicación para captar al lector y hacer que se interese en ella, estos elementos los debe de resolver un equipo dedicado a ello empezando por la dirección general, dirección editorial, redactores, correctores de estilo y ortografía, fotógrafos, dibujantes, diseñadores, jefes de publicidad, imprenta, etcétera.

Uno de los objetivos de este trabajo es hacer una aportación al área de edición de revistas, sobre aspectos que se encargan al diseñador gráfico y los problemas que éste debe resolver para obtener resultados satisfactorios; así también dar a conocer el proceso de elaboración de una revista en particular, la revista del Colegio de Ciencias y Humanidades Plantel Sur, llamada "Desde el Sur".

Nos parece importante exponer algunos puntos que creemos fundamentales para contextualizar y explicar el origen del proyecto, sus antecedentes, la idea original y sus modificaciones, también sobre aspectos generales de las revistas así como de diseño editorial y procesos de impresión.

Otro de los objetivos es dar a conocer los problemas que surgen al carecer de una organización estable en cuanto a dirección general y dirección editorial se refiere y todos los obstáculos que se forman alrededor de un proyecto que se pone en marcha sin tener la experiencia necesaria para crear una publicación de este tipo.

Todos estos aspectos deben de tomarse en cuenta para la elaboración de una revista

pues el éxito de ella depende de su contenido y de su imagen. Si bien el contenido es parte fundamental de una publicación, ésta debe apoyarse en una excelente presentación.

En el presente trabajo damos a conocer en primer término los antecedentes que permitieron la creación de la revista, los lineamientos editoriales, las expectativas que se plantearon cubrir con este medio impreso; posteriormente presentamos el marco teórico en el cual nos basamos para resolver el proyecto que se nos presentó, más adelante damos a conocer un breve estudio de mercado realizado después de aparecido el primer número que nos ayudó a conocer las características del usuario y la aceptación que empezó a tener la publicación. A continuación presentamos el desarrollo del proyecto donde se explican los pasos a seguir en la elaboración de una revista desde la elección del tamaño del formato hasta el diseño del logotipo. Finalmente se anexa un glosario en el que se explican brevemente algunos términos usados en el medio del diseño gráfico.

1. Antecedentes

¿Qué es el CCH?

Para poder ubicar en un contexto preciso el nacimiento de la revista del CCH Sur, es importante referir qué es el CCH.

En 1971 nace el Colegio de Ciencias y Humanidades, principalmente con la idea de ser una respuesta a la demanda de educación media superior que se presentaba en ese momento, por un exceso de aspirantes que la Escuela Nacional Preparatoria no alcanzaba a cubrir; así pues se trabajó en un proyecto innovador que integraría las nuevas metodologías de enseñanza y albergaría a un gran número de demandantes de ese nivel.

Así es como en 1971 abre sus puertas el Colegio de Ciencias y Humanidades en tres planteles: Naucalpan, Vallejo y Azcapotzalco. Posteriormente, en 1972 abren sus puertas los planteles Oriente y Sur.

El proyecto original constaba de 10 planteles, sin embargo las circunstancias del desarrollo tan impresionante que el Colegio tuvo en su primer ciclo escolar, hizo que las autoridades lo reformularan. De un número de 10 planteles sólo se construyeron 5.

A pesar de la limitación en el crecimiento del proyecto original del Colegio, es importante mencionar que cada plantel cuando está cubierto a su máxima capacidad aloja alrededor de 15 a 17 mil alumnos, cifra que multiplicada por cinco planteles da un total de 75 mil alumnos aproximadamente.

En lo que se refiere a profesores (en la actualidad), hay un número cercano a 2 mil maestros en los 5 planteles, esto es 500 profesores en cada plantel aproximadamente.

El fenómeno de comunicación dentro de las aulas resulta muchas veces difícil pues inciden en él una gran cantidad y diversidad de variables que hacen que este proceso se vuelva lento y deficiente. Esta dificultad que se genera no es privativa del alumnado sino que se extiende al personal docente ya que estos son sujetos que participan de modo inseparable en el proceso educativo. Dentro de los principales factores que intervienen en

este problema cabe mencionar entre los más importantes: el número excesivo de alumnos, el modelo de horarios corridos en los que encontramos clases continuas, la carencia de un área específica en la cual se puedan reunir los profesores, la permanencia de los docentes en turnos diferentes y finalmente el gran número de personas que labora en cada uno de los planteles.

Todo lo anterior nos ayuda a entender que si bien la relación personalizada entre maestro-alumno y maestro-maestro que fue desde su inicio una de las modalidades que imprimió un sello característico en el CCH, y que efectivamente se dió en un principio no fue suficiente para generar un proceso de comunicación permanente, completo y satisfactorio entre los miembros de la comunidad del Colegio; pero de manera muy evidente entre los profesores.

Primeros recursos de comunicación en el CCH

Dada la metodología de participación que se requiere en el sistema del CCH, donde el alumno es invitado a aprender por sí mismo, a ser partícipe de su propio aprendizaje no solamente como receptor sino también como actor de este proceso, la actividad que se generó en el Colegio (de forma más evidente en los primeros años), fue un fenómeno muy especial donde la comunicación entre alumnos y maestros fue muy cercana ya que se involucraban en actividades de difusión no solo escritas, sino también en otras formas como obras de teatro, representaciones corales y diversos estilos de acercamiento entre la comunidad.

El modo natural de relación y comunicación que en primera instancia se dió entre los profesores fue el de las "asambleas" que durante los primeros años del Colegio se convirtieron en espacios de auténtico intercambio de información, de enriquecimiento de ideas y de identificación de grupo. La comunidad creció, estos recursos que en un principio fueron válidos y suficientes

dejaron de ser satisfactorios, ya que en el CCH se manejan diferentes turnos y las personas que estudian y trabajan por la mañana no conocen a las personas que asisten al Colegio en la tarde o noche; así pues surgieron los periódicos murales, volantes, hojas informativas, folletos etc. Aunque estos recursos de comunicación eran apoyados por alumnos y profesores por igual, su corta vida no llenó el vacío existente en el ámbito de comunicación dentro del CCH.

Las necesidades de comunicación dentro de los CCH's tiene características generales y a su vez cada plantel tiene necesidades particulares de difusión que exigirían de recursos específicos para cubrir necesidades igualmente precisas.

Los planteles del CCH tienen dos niveles de medios de información:

I.- Institucional

Dirigidos por la coordinación del CCH o por la Unidad Académica del Ciclo del Bachillerato, que son los órganos que rigen la vida de los Colegios.

a) General

Gaceta del CCH

Nace muy cerca del surgimiento del mismo Colegio, es el órgano de difusión de los cinco planteles del CCH. Es una publicación semanal en la cual se dan a conocer actividades que se realizan en cada uno de los Colegios, eventos importantes dentro de la Universidad y temas de interés general. Sus dimensiones son 21 x 28 cm., maneja dos, tres y cuatro columnas en su formato, el cuerpo del texto es Times de 10 puntos con 12 puntos de interlínea; dentro de la Gaceta podemos encontrar un suplemento informativo donde se manejan notas de interés para los alumnos. Se imprime a una finta en papel revolución con un número aproximado de 32 páginas ya que el contenido varía en cada edición.

Cuadernos del Colegio

Serie de cuadernillos que publican los trabajos de los profesores, donde se recogen los puntos de vista de los maestros en relación a la actividad académica de todas las áreas y departamentos de manera sistemática y ordenada.

Ciertamente los trabajos de los profesores es abundante (2 mil profesores dentro de los 5 planteles), pero este no ha sido justamente valorado ya que al haber tanto material, mucho no es revisado, no se da a conocer y el que llega a ser publicado en los *Cuadernos del Colegio* no es leído por la mayoría de los profesores, pues esta publicación no ha tenido el "éxito" que se pensaría, si bien los temas que se abordan son investigaciones serias, bien documentadas; la presencia de los *Cuadernos del Colegio* no ha sido la adecuada pues muchos de los lectores sólo recurren a ellos cuando se ven en la necesidad de apoyarse en algún artículo.

Por lo anterior la comunidad coincide en que estas publicaciones no satisfacen las necesidades y las inquietudes de la misma.

b) Local

Hoja de Información

Cada plantel cuenta con una *Hoja de Información*, publicación semanal que edita la dirección de cada uno de los planteles, la información que maneja se refiere a eventos que se realizan en sus instalaciones y otros que tienen que ver con el interés universitario, está dirigida a los alumnos, los profesores y la comunidad en general.

Las dimensiones de este documento son 21.5 x 28 cm. impresa en papel bond a una tinta con 12 páginas aproximadamente, ya que en cada número varía su extensión dependiendo de la cantidad de información que se pretenda publicar.

II.- No institucional

En este rubro hemos de señalar que diversas han sido las formas en que los profesores han llevado a cabo su comunicación a lo largo de veinticinco años.

El intercambio entre los docentes se generó en las asambleas que durante los primeros años del Colegio fueron abundantes y muy concurridas. A estas siguió la aparición de boletines de Academia, en los que se informaba a los profesores sobre eventos académicos, políticos y de diversa índole. Este tipo de medios han permanecido de alguna u otra forma con características muy diversas en todos los planteles.

En lo relativo a la existencia de revistas propiamente dichas debemos mencionar que intentos por elaborar este tipo de publicaciones los ha habido en todos los planteles pero diversas causas no han permitido que dichos proyectos prosperen.

Es hasta la propuesta del proyecto de "Desde el Sur" que finalmente los intentos de otros se cristalizaron.

1.1 Revista del CCH Sur

1.1.1 Proyecto Original

Este proyecto no es exclusivo del CCH Sur, la idea también la han tenido los otros planteles pero la falta de apoyo y organización no ha permitido su realización y en otros casos su permanencia.

En este marco de condiciones el Plantel Sur que ha sido punto de partida y sede de muchos y muy diversos proyectos e investigaciones; y la presente administración del MVZ Rodolfo Moreno que se aprueba la puesta en marcha del proyecto para la creación de una revista del Colegio de Ciencias y Humanidades, que en principio tendrá cobertura en el plantel pero que posteriormente se pretende proyectar a todos los CCH's y otras escuelas de enseñanza media superior (Sistema Incorporado, Colegio de Bachilleres, bachillerato del interior de la república entre otros).

1.1.2 De la política editorial

"El quehacer académico" se planteó como el tópico fundamental en torno al cual se elaboraran las colaboraciones, que hicieran realidad el proyecto de la revista del CCH Sur. La revista formuló como uno de los objetivos principales, constituirse en el foro por excelencia a través del cual, los profesores den a conocer (en reseñas, ensayos, artículos etc.) trabajos que se han generado en torno a su práctica docente y que en muchas ocasiones se pierden sin ser aprovechados y valorados en su justa medida.

1.1.3 Del Consejo Editorial

Esta instancia se propuso fuera constituida por dos profesores de cada una de las academias: Matemáticas, Ciencias Experimentales, Historia y Talleres, de los Departamentos de: Idiomas, Opciones Técnicas, Deportes y Psicopedagogía; que contarán con un deseable respaldo y prestigio académico condición que

se creyó importante cubrir, pues la función que desempeñarían será determinante para garantizar el buen nivel de la publicación. También se contempló la posibilidad de invitar a formar parte de este Consejo Editorial, a especialistas de otras instituciones educativas vinculadas a la educación media superior.

A fin de contar con elementos que ayudaran a determinar qué profesores desempeñarán dicha labor, se recabó información de los coordinadores de academias, jefes de sección y de otras instancias, en relación al desempeño académico de profesores idóneos para cubrir esta empresa.

Por otra parte y también con la finalidad de evaluar las colaboraciones que aspiren ser publicadas se pensó buscar la participación ocasional de profesores –de cada una de las Academias y Departamentos– que aunque sin ser miembros del Consejo Editorial, y dado su conocimiento de especialistas sobre los temas que presentaran algunas colaboraciones, serían importantes para dictaminar sobre la pertinencia de su publicación.

El mecanismo que se sugirió utilizar para evaluar las colaboraciones fue el llamado "arbitraje doble y ciego". Mecanismo en el que los artículos son revisados por dos personas y el autor permanece anónimo o con pseudónimo; procedimiento que por sus características, garantiza la emisión de juicios objetivos. El Consejo Editorial tendrá también la función de balancear en número y tipo, las colaboraciones que se presentaran por cada Academia y/o Departamento.

1.1.4 De las colaboraciones y los géneros periodísticos

Dada la política editorial de la revista "Desde el Sur" que planteó como eje fundamental, el trabajo académico de los profesores, se propuso como géneros periodísticos más adecuados para cubrir este tópico, los siguientes:

- artículos
- reseñas de contenido (eventos)

académicos, películas, libros
obras teatrales etcétera)
-ensayos
-entrevistas
-colaboraciones externas
-otros géneros no mencionados que
podrían ser integrados según se
presentara la necesidad.

Con la finalidad de apoyar a los profesores interesados en presentar una colaboración se propuso la apertura de un Taller de Producción, en el cual, los profesores que deseen publicar materiales tengan un permanente apoyo y guía, que les permita concretar sus trabajos con el máximo de responsabilidad y la menor de las dificultades. Con la existencia de este taller se pretende también abrir un semillero en el que deseablemente se efectúe una continua producción de artículos, ensayos, notas críticas etcétera que promuevan la continuidad de la publicación. Por otra parte, pensando en quienes no puedan asistir a este grupo de trabajo, se elaboró una guía, en la que se incluyeron las principales características de los tipos de escritos que se sugirieron. Este recurso tiene la finalidad de invitar a los profesores a presentar trabajos con el mejor cuidado en la forma y deseablemente un buen grado de calidad en el fondo; redundando todo ello en el establecimiento de un nivel de calidad en la publicación.

Se expresaron propuestas de profesores de la Academia de Talleres, en relación al deseo de dar a conocer producción de alumnos, idea interesante a la que se propuso dar cauce insertando una sección dentro de la revista. El material que en esta sección se incluyera, se publicaría bajo la responsabilidad del profesor que funjiera como asesor de los alumnos que desearan publicar.

1.1.5 De la retribución de las colaboraciones

Uno de los objetivos relevantes en el desarrollo de este proyecto, fue el de hacer de esta publicación un foro a través del cual, los profesores den a conocer resultados de investigaciones, conclusiones de trabajos, propuestas metodológicas, nuevos planteamientos teóricos de las diferentes áreas del conocimiento, reseñas de textos importantes en la práctica docente, comentarios y otros trabajos que si bien han sido elaborados como parte importante de la labor cotidiana, en la mayoría de los casos éstos no han sido suficientemente difundidos para su conocimiento, y menos aún justamente valorados.

En este rubro de la retribución de colaboraciones se planteó la necesidad de establecer claramente y dar a conocer los valores curriculares que puedan alcanzar los trabajos que aspiraran a ser publicados; así los profesores interesados en participar, sabrán de antemano y con precisión la valoración curricular que podrán obtener sus materiales presentados.

Señalado lo anterior, se dejó establecido que la forma general de retribución para las colaboraciones será el otorgamiento de puntaje curricular, sin descontar que extraordinariamente se consideraran pagos a algunas participaciones.

1.1.6 De la reunión de los materiales de colaboración y su procesamiento

Después de que las colaboraciones sean evaluadas y aprobadas para su publicación, el editor reunirá el material, coordinará y supervisará todo el proceso de formación física de la revista.

1.1.7 La corrección de estilo

Esta actividad estará a cargo de personal especializado en este ramo, inicialmente desarrollarían el trabajo personas del plantel o de fuera, con la perspectiva que a futuro próximo se constituyera un consejo de redac-

ción que se responsabilizara permanentemente de esta labor.

1.1.8 La captura de los materiales

Se propuso que esta labor fuera realizada con recursos de computación y sea ejecutada por personal especializado.

1.1.9 El diseño y la formación

Esta actividad será desempeñada por especialistas del ramo que deben contar con la infraestructura adecuada para la realización del trabajo.

1.1.10 La impresión

Terminada la formación de las páginas, se valorará la posibilidad y pertinencia de que la publicación se imprima en el plantel, pero si esta posibilidad no fuera factible, se solicitarían cotizaciones a imprentas que garantizaran calidad, tiempos y una cotización aceptable, alternativas viables para materializar de manera óptima la publicación.

1.1.11 De la constitución formal de la revista del CCH Sur

Aprobado el proyecto y asignado el presupuesto se procedió a efectuar los trámites correspondientes para formalizar y dar legalidad a la publicación.

1.1.12 De la difusión y distribución de la revista

a) Difusión al interior del plantel, esta se realizará a través de carteles y en la hoja de información que aparece semanalmente dentro del plantel.

b) Difusión al exterior. Se harán llegar carteles a :

-librerías

-se solicitarán espacios en las gacetas UNAM y CCH , a fin de dar a conocer y vender la publicación.

-Se hará una petición formal para que en los espacios adecuados dentro de la programación de Radio UNAM, se intercalen cápsulas publicitarias que den a conocer nuestro material.

-Se solicitó apoyo al departamento de Fomento Editorial a fin de hacer más completa la difusión.

En lo que concierne a la distribución, ésta se cubrirá por donaciones y venta.

Se consideró importante que el primer número fuera de obsequio.

a) Donaciones. En la primera instancia se deberán cubrir los depósitos legales, la donación a colaboradores y algunas cortesías.

b) Venta. Se determinó un costo para la venta de la revista, el cual no pretende recuperar el gasto total de la inversión y así otorgar a la publicación un valor material simbólico.

Se propuso la venta de suscripciones anuales asimismo se sugirió y aprobó que el descuento se haga por nómina.

La venta y/o distribución al interior del plantel se pensó efectuar en la folletería, en las oficinas del Departamento Editorial y por entrega personal a los profesores.

Para la venta al exterior del plantel se pensó hacer llegar ejemplares a CCHs, Preparatorias y otras instancias universitarias así como a otras instituciones de enseñanza media superior como Colegio de Bachilleres, Vocacionales, Bachilleratos Privados etc.

1.1.13 Características de la publicación

El nombre de la revista. Para la elección de un nombre adecuado para la revista se sugirió convocar a la comunidad a un concurso para que se propusieran nombres y de ahí un jurado eligiera el nombre más adecuado.

El logotipo de la revista. Se propuso el mismo procedimiento planteado para la elección del nombre. Para ambos casos se determinarían las bases de las convocatorias para precisar y conseguir premios que fueran significativos y despertaran el interés de los participantes.

De la periodicidad. Se propuso que la revista tuviera una periodicidad semestral, a fin de que cada uno de los números cubriera los periodos que forman el ciclo escolar. Aunque una segunda posibilidad prevee la alternativa de que aparezcan tres ejemplares al año que cubriran lapsos de cuatro meses cada uno de ellos.

Del tiraje. Se creyó conveniente que el tiraje mínimo oscilara entre lo 1500 y 2000 ejemplares a fin de que los costos no fueran tan elevados, pues en materia de impresiones a mayor número de ejemplares el costo tiende a abatirse.

Del formato. En lo relativo al formato de la publicación, se propuso que se revisaran diversas alternativas y se tomo la decisión de que fuera tamaño carta pues es una medida estandar y los pliegos de papel se ajustan al tamaño antes indicado. Sabemos que la presentación juega un papel muy importante pues es la primera invitación a que una publicación sea leída; anteponiendo desde luego la calidad del contenido.

Se cuidó que la publicación tuviera una presencia agradable pero se evitó el dispendio.

En lo relativo al diseño de los interiores se buscó las que creemos pudieran ser las mejores opciones para dar a la revista una imagen novedosa, grata, manejable, en suma interesante, que logre atrapar a los potenciales lectores y por lo cual la comunidad a la que representa se manifieste satisfecha y deseosa de colaborar en ella.

Si bien la revista no se pensó como una publicación cuyo fin sea el lucro, se contempló la posibilidad de vender publicidad. Los ingresos que se perciban por la venta de la publicación, así como otros recursos que se contemplaron recabar en otras áreas del Departamento Editorial; servirán finalmente para que la revista se autofinancie en su mayoría.

2. ¿Qué es el Diseño?

Muchas cosas se han dicho acerca de los orígenes del Diseño, se cree que surgió a partir del momento en que el hombre comenzó a transformar su entorno natural creando por su propia mano las cosas que su misma naturaleza no le proporcionaba.

En su intento por obtener comida, habitación, vestido, etcétera el hombre manipuló diferentes materiales hasta conseguir la ayuda necesaria en los instrumentos que él mismo fabricó. "El ser humano se distingue pues por una potencialidad creativa que le habilita para completar por medio de lo hecho por su mano su incompleta naturaleza. Así el hombre ha de crear para ser".¹

Lo que nos rodea, lo cotidiano, está repleto de información, que si sabemos entenderla la veremos como una manera de comprender la vida y sólo entonces podremos modificar lo que esta a nuestro alcance. A partir de este momento el hombre se convierte en un diseñador de su entorno.

Muchos piensan en el diseño como en un tipo de esfuerzo dedicado a embellecer la apariencia exterior de las cosas, sin embargo es sólo una parte del diseño, pues su función es todo un proceso de creación visual con un propósito específico; a diferencia de la pintura o la escultura que son la realización de visiones personales y sueños de los artistas, el diseño cubre exigencias prácticas.

"En la labor del diseñador, encontramos un trabajo de tipo lógico y creativo que sustituye el concepto de belleza por el de coherencia y tiene como objetivo la detección, planeación y producción de mensajes visuales. El diseñador entonces debe entender su trabajo como un proceso que se manifiesta en base a un método y a requerimientos con objetivos ajenos a su subjetividad".²

Con esto podemos decir que el trabajo del diseñador esta conformado por dos grandes aspectos:

a) **Práctico**, que es el que tiene que ver con técnicas, materiales, habilidad manual,

1. Andre, Ricard. Diseño porqué?
p. 5

2. Enciclopedia del Diseño "Grafismo Funcional" p. 110

tecnología, etcétera.

b) **Intelecto**, o sea la capacidad de cada persona para comunicar o transmitir algo.

Podemos decir entonces que al definir el diseño de algo también le estamos asignando su destino. "Freud ya observó que la anatomía encierra el destino".³

Pero el diseño ha ido evolucionando y el hombre ha dividido las diferentes áreas del diseño de la siguiente forma:

Diseño industrial. "El diseño industrial interpreta y sirve a aquellas necesidades humanas que pueden ser cubiertas dando forma a productos y servicios. La función de esos productos y servicios es la de ayudar al hombre en el mejor disfrute del entorno que él mismo crea".⁴

Diseño de interiores. "El diseño de interiores, refleja la forma de vida de sus ocupantes y crea un todo armónico en el que intervienen el espacio, la disposición de objetos y el color. Es el arte de crear un espacio vivo que se ajuste a los gustos y necesidades de los ocupantes".⁵

Diseño ambiental. La arquitectura es el arte de diseñar estructuras y espacios ambientales, tanto interiores como exteriores. El diseño ambiental se inicia con la arquitectura y prosigue con el jardín, el paisaje rural y el paisaje urbano.

"Como cualquier otra forma de diseño, la arquitectura se sirve de elementos estéticos que son la forma, la proporción, el ritmo, el contraste y la combinación; pero está asimismo condicionada –y en mayor medida que otras artes– por diversas fuerzas naturales y consideraciones prácticas".⁶

Diseño gráfico. Antes de definir propiamente al diseño gráfico debemos señalar que en cada periodo histórico existe una determinada formación económica-social, por ende a cada tipo de producción y a cada tipo de relación social corresponde

3. Cit. por Andre, Ricard. Diseño porque?
p. 168

4. *Ibid.* p. 168

5. Philip, Rawson. Diseño. p. 256

6. *Ibid.* p. 294

una forma especial de comunicación.

En el caso de los procesos del diseño están presentes las instancias económicas, políticas y sociales; así la mayoría de los procesos de diseño están orientados a satisfacer las demandas de la clase en el poder.

El diseñador está inmerso dentro de estos elementos y sus características dependen de los siguientes factores:

Instancia económica. En general, en los países latinoamericanos, las agencias transnacionales y los grandes capitales controlan los procesos de diseño.

Instancia política. Son las características de cada grupo del cual forma parte el diseñador.

Instancia ideológica. Son las características que el propio diseñador toma en cuenta para autoevaluarse y evaluar el grupo social del cual forma parte.

La autoevaluación es la definición y valoración de la propia actividad y el diseñador deberá preguntarse ¿cómo se ve a sí mismo?, ¿es el diseñador un brillante hombre de negocios?, ¿es un conductor de mayorías?, ¿es un manipulador de seres que no saben lo que quieren?, o ¿es alguien que se arriesga a denunciar la realidad hasta sus últimas consecuencias?

La autoevaluación surge precisamente del lugar social del diseñador y de las relaciones sociales en que está inserto, las cuales atribuyen un cierto valor a la actividad desarrollada. "Tales relaciones nos permiten hacer otra distinción: existen los diseñadores reales y los diseñadores voceros. Los primeros, en el caso de los grupos dominantes, son quienes a la vez poseen el poder económico y político; los segundos, que podemos denominar conformadores, elaboran mensajes dentro de los límites determinados por los primeros".⁷

Lo diseñado es entonces un conjunto de signos, que a partir de códigos conocidos por el diseñador y el perceptor, llevan a este último a una determinada información. "La forma como se realice el diseño y el tema que se trabajará dependen direc-

7. Prieto Daniel. Diseño y Comunicación
p. 18

tamente de la intencionalidad del diseñador, que se deriva de la autoevaluación y la evaluación; en otras palabras el diseñador elabora sus mensajes (de tal forma y no de otra), porque tiene una determinada concepción de su público, y esto varía de los diseñadores reales a los diseñadores voceros".⁸

8. *Ibid.* p. 20

2.1 Diseño editorial

El diseño editorial es una actividad específica del diseño gráfico que se encarga de la planificación, estructuración, configuración y realización del material gráfico donde intervienen métodos y sistemas que forman parte de la producción editorial, caracterizada por libros, revistas, periódicos, cuadernillos y folletos principalmente.

El diseño editorial tiene la función de presentar la información de las publicaciones en una forma organizada y comprensible con el fin de comunicarla clara y eficazmente.

Esto implica dos acciones:

1.-Planificar la producción de dicho material informativo.

2.-Ordenar esta información estableciendo un máximo de legibilidad, acorde con el uso efectivo de un espacio limitado y establecido en la planificación.

El diseño editorial supone un absoluto y claro dominio del espacio-formato y del conocimiento de los procesos de impresión.

2.1.1 Elementos básicos del diseño editorial

Unidades de medida

La unidad de medida básica en tipografía es el punto, cuyo múltiplo es la pica; ambas unidades están basadas en el sistema inglés de medida y son fracciones de la pulgada.

Una pulgada tiene 72 puntos

Una pulgada tiene 6 picas

Una pica tiene 12 puntos

En México, la pica es llamada cuadratín. Es importante señalar que en otros países el cuadratín es el tamaño que tiene la caja o recuadro donde se dibuja la letra **M** mayúscula de un alfabeto, este tamaño cambia según sea el tamaño de la letra:

Una letra de 10 puntos, tendrá un cuadratín de 10 puntos.

Una letra de 24 puntos, tendrá un cuadratín de 24 puntos.

Una letra de 12 puntos tendrá un cuadratín de 12 puntos (una pica).

El cuadratín o pica se abrevia con el signo: p

Medidas de páginas y pliegos de papel

Una página tamaño carta mide:

11 x 8.5 pulgadas

66 x 51 picas

27.9 x 21.6 centímetros

Una página tamaño oficio mide:

13 x 8.5 pulgadas

78 x 51 picas

33 x 21.6 centímetros

Una página tamaño legal mide:

14 x 8.5 pulgadas

84 x 51 picas

35.6 x 21.5 centímetros

Cuando un libro o revista se imprime en una prensa de offset, se emplean hojas de papel de tamaño muy grande llamadas pliegos, los pliegos se doblan después para formar páginas de tamaño normal. Los tamaños de pliegos más comunes en México son:

28 x 44 cm. tabloide o doble carta

44 x 57 cm. cuatro cartas

48 x 64 cm. cuatro oficios

57 x 87 cm. ocho cartas

70 x 95 cm. ocho oficios

Los libros y revistas deben imprimirse en pliegos completos o medios pliegos, para que su costo no se eleve y no se desperdicie papel. Una revista tamaño carta se imprime formando 16 páginas por pliego y 8 por un medio pliego, por lo cual se debe planear el contenido para que se ajuste a un múltiplo de 8 páginas:

16 páginas=1 pliego

32 páginas=2 pliegos

40 páginas=2.5 pliegos

48 páginas=3 pliegos

56 páginas=3.5 pliegos

64 páginas=4 pliegos

72 páginas=4.5 pliegos

80 páginas=5 pliegos

etcétera.

Cuando se imprime en un pliego de ocho cartas, las páginas individuales quedan aparentemente desordenadas, pero al doblarse se acomodarán en orden consecutivo formando un "cuadernillo".

Retículas y elementos de una página

La necesidad de equilibrio, estructura y unidad rige todas las formas de imágenes gráficas. En el diseño gráfico, estas cualidades se obtienen a través de la cuidadosa medición del espacio.

"La retícula, es la división geométrica de un área en columnas, espacios y márgenes medidos con precisión, las columnas representan las zonas verticales en que se va a alinear el texto. Estas mismas divisiones se usaran para definir la posición de otros elementos como fotografías o ilustraciones".⁹

El empleo de la retícula como sistema de ordenación constituye la expresión de cierta actitud mental en la que el diseñador concibe su trabajo de forma constructiva.

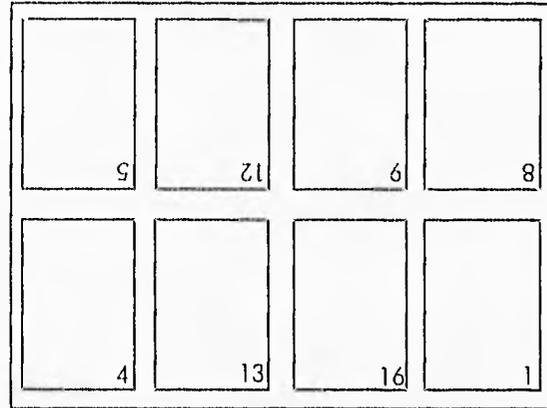
"Trabajar con el sistema reticular significa: orden, claridad, rentabilidad, integración de los elementos, cromáticos y materiales, dominio de la superficie y del espacio".¹⁰

Con la retícula un espacio bi, o tridimensional se subdivide en áreas más reducidas llamados campos, esto es a modo de reja. Los campos pueden tener las mismas dimensiones o no; la altura corresponde a un número determinado de líneas de texto, su anchura es igual a la de las columnas.

Los campos se separan entre sí; por un lado para que las imágenes no se toquen, y por otro para que puedan colocarse leyendas bajo las ilustraciones, con esta división en campos pueden ordenarse mejor los elementos: tipografía, fotografía, ilustración y colores.

El número de divisiones reticulares es prácticamente ilimitado; como sistema de organización, la retícula facilita la distribución de elementos en una superficie o espacio.

Para calcular los márgenes existen diferentes métodos, uno de ellos consiste en



Pliego de ocho cartas en aparente desorden

9. Swann, Alan. Cómo Diseñar Retículas p. 6

10. Muller-Brockmann Josef. Sistemas de Retículas, un manual para diseñadores gráficos. p. 13



trazar dos diagonales de extremo a extremo de un par de hojas izquierda y derecha, después se traza una diagonal menor, del ángulo inferior izquierdo hasta la mitad de las dos hojas, y de allí al ángulo inferior derecho.

Cuando se ha determinado el tamaño de la caja, podemos entonces dividir nuestra página en columnas; las columnas facilitan la lectura y hacen más rico el diseño de una página ya que los elementos pueden acomodarse de diversas formas. Al jugar con el número de columnas podemos encontrar algunas que satisfagan las necesidades de nuestro diseño.

El uso de retículas no implica acomodar una caja de texto en cada columna, pueden abarcarse dos o tres columnas con texto o una fotografía. La única regla es que siempre debe quedar un medianil que es un espacio en blanco entre una ilustración y el texto que la rodea

Tipos de papel

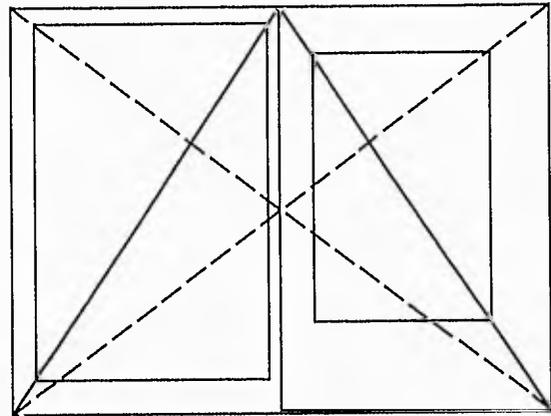
El papel para impresión de acuerdo al proceso de fabricación, se divide en tres grupos:

- Papel de hilo
- Papel de fibra de madera
- Papel de pulpa de madera

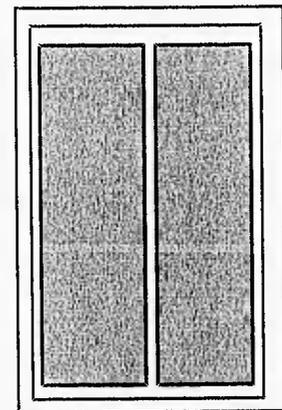
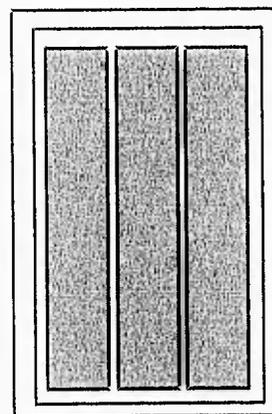
El papel de hilo se fabrica con trapo viejo y es extremadamente resistente, aunque muy caro. Se emplea para fabricar billetes.

El papel de fibra de madera es el más barato, pero su superficie es muy áspera y su color es obscuro, desde blanco sucio hasta café claro. La calidad de impresión que puede lograrse es pobre; los más comunes son el papel para periódico y el papel revolución.

El papel de pulpa de madera es más liso que el de fibra y su color es más claro, desde blanco brillante hasta color crema. La calidad de impresión que puede lograrse es buena y los más comunes son el papel bond, papel cultural y las cartulinas bristol y opalina.



Con estas líneas auxiliares, pueden ensayarse varios márgenes hasta encontrar uno que satisfaga las necesidades del diseño



El número de columnas puede variar según las necesidades del diseño

Si al papel de pulpa se le agrega una superficie que evite la absorción de tinta por las fibras del papel, la calidad de impresión mejora aún más, a estos papeles se les llama recubiertos o couché. Hay dos variedades, los que simplemente se recubren con caolín y arcilla y se denominan mate, y los que además se hornean para darles un acabado brillante.

Tipografía

"Cuando Gutenberg desarrolló la prensa de tipos móviles, el problema más difícil que debió enfrentar fue cómo acomodar las letras sobre una página de tal forma que resultaran más fáciles de leer. Basándose en las técnicas desarrolladas durante siglos, los impresores europeos crearon un cuerpo de conocimientos enfocado a un fin concreto: permitir que un texto se lea con la mayor facilidad posible, sin perder su elegancia, controlando espacios entre letras, palabras, líneas y párrafos. A este arte se le llama tipografía".¹¹

Para utilizar mejor las familias tipográficas, es necesario establecer una clasificación que las divide en cuatro grandes grupos:

letras romanas, aquellas cuyos trazos son de diferentes groesos y tienen los extremos rematados por pequeñas prolongaciones llamados patines.

letras sin patines, cuyos trazos son del mismo grosor y no tienen patines.

letras egipcias, tienen trazos del mismo grosor y sus remates son cuadrados.

letras manuscritas, que imitan la escritura a mano.

Para medir el tamaño de las letras se emplea la unidad llamada punto.

Una fuente tipográfica es una colección de letras y caracteres en un solo estilo y tamaño; un *tipo* es una letra o caracter de una fuente determinada. El estilo básico de una letra es el *normal* y es el más legible, si los trazos se hacen más gruesos se denomina *negrita*; si los trazos se adelgazan, la letra se

11. Tomado de los apuntes para el Taller de diseño editorial asistido por computadora.

Romana

Sin patines

Egipcia

Manuscrita

10 puntos

12 puntos

14 puntos

18 puntos

24 puntos

normal

negrita - bold

light

cursiva

llama *light*; y si la letra se inclina hacia la derecha su estilo se llama *cursivo* o *itálico*.

Algo que sí podemos medir con facilidad es la interlínea, que es el espacio entre dos líneas de texto. Basta con medir la distancia entre el borde inferior de dos líneas consecutivas, sin considerar los trazos ascendentes o descendentes.

Para calcular el tamaño ideal de la interlínea, se multiplica el tamaño en puntos de la fuente por 1.2, así la interlínea para un texto de 12 puntos sería:

$$12 \times 1.2 = 14.4$$

que redondeado queda en 14 puntos de interlínea, esto se expresa en un quebrado:

$$12/14$$

donde el primer número es el tamaño de la fuente y el segundo es la longitud de la interlínea en puntos.

Finalmente hablaremos de la alineación del texto que no es otra cosa que delimitar dónde va a caer nuestro texto; dónde se van a cortar palabras o dónde se va a continuar con el siguiente renglón. Hay cuatro formas básicas de alineación:

Alineado a la izquierda

Alineado a la derecha

Centrado

Justificado

Esto no quiere decir que sean las únicas formas para alinear un texto pues el diseñador puede crear otros tipos de alineación que serán limitados por el concepto de diseño que se esté manejando.

interlínea de 12/12

interlínea de 12/12

interlínea de 12 /14

interlínea de 12/14

interlínea de 12/16

interlínea de 12/16

interlínea de 12/18

interlínea de 12/18

Alineado a la izquierda

Finalmente hablaremos de la alineación del texto que no es otra cosa que delimitar donde va a caer nuestro texto; dónde se van a cortar palabras o dónde se va a continuar con el siguiente renglón.

Alineado a la derecha

Por último mencionaremos qué es la alineación que no es otra cosa que marcar el área donde va a caer nuestro texto; dónde se van a cortar palabras o dónde se va a continuar con el siguiente renglón.

Centrado

Finalmente hablaremos de la alineación del texto que no es otra cosa que delimitar donde va a caer nuestro texto; dónde se van a cortar palabras a dónde se va a continuar con el siguiente renglón.

Justificado

Por último mencionaremos qué es la alineación que no es otra cosa que marcar el área donde va a caer nuestro texto; dónde se van a cortar palabras o dónde se va a continuar con el siguiente renglón.

2.2 El diseño de revistas

La historia del diseño de revistas es el de la lucha por apartarse de la tipografía tradicional de libros y periódicos, y por crear una nueva síntesis de texto y fotografía.

"Hasta la última década del siglo XIX empezaron a darse las condiciones tanto técnicas como sociales para la producción de revistas de circulación masiva".¹²

La revista moderna nació desde la invención de la reproducción fotográfica y la automatización de la imprenta, pero su formato era rígido pues sólo se distinguían del libro por su portada flexible; los titulares se parecían a los encabezados de los capítulos y la disposición de la tipografía era simétrica, en columnas sencillas o dobles (como los libros) y las ilustraciones se colocaban ocupando la página entera opuesta al texto.

Fue hasta las primeras décadas del siglo XX que las revistas se apartaron del método artesanal para pasar a la era del diseño moderno.

Se han hecho varios intentos para definir una revista pero creemos que el más acertado es el que dice que "una revista es más flexible que un libro y menos que un periódico, tiene más periodicidad que un libro y menos que un periódico y su relación con el lector también es un punto intermedio entre libro y periódico".¹³

El diseño de revistas es un proceso un poco complicado ya que no se pueden seguir los mismos pasos en todas las revistas pues cada una de ellas es un problema particular. Por lo tanto no existe una "guía" correcta para el diseño de éstas.

El diseño de revistas se basa en la explotación de los recursos y materiales dirigida al objetivo principal: comunicar claramente una idea para un público definido. Este problema tiene infinidad de soluciones, limitada sólo por el rectángulo blanco de la página.

La forma de la revista será determinada por el presupuesto, el papel, los métodos de impresión y principalmente por el público a quien va dirigida; con estas limitaciones y sa-

12. Owen, William. Diseño de revistas, p. 12

13. *Ibid.* p. 126

cando el máximo provecho de los recursos disponibles, el diseñador tiene la misión de comunicar el mensaje de acuerdo con las limitaciones; esto es de la forma más sencilla, ordenada y efectiva que sea posible.

Las cualidades de cada página dependen del tipo de revista de que se trate, el diseñador deberá distribuir el texto, fotografía, ilustración y color para crear el aspecto de la misma. De cómo esté hecha la distribución de los elementos anteriores dependerá la identidad de la revista y, a su vez, la combinación de estos elementos dentro de la página dependerá de la política editorial de cada revista.

Otro medio para reconocer a una revista es el empleo de un tipo de letra constante que la distinga del tipo de letra que utiliza la publicidad; la familia tipográfica elegida determina el estilo de los elementos de la página (títulos, subtítulos, texto, pie de fotos, créditos, notas, folios etcétera).

"Al organizar los elementos de una página, el diseñador está creando un juego para captar la atención del ojo, este acto se inicia con tan poca cosa como una hoja en blanco con una retícula, una variada fuente tipográfica, un conjunto de imágenes y es de esperar, una idea".¹⁴

14. Owen, William. *Op. cit.*, p. 162

2.2.1 Estructura de una revista

Formato y estilo

Una revista es mucho más que un grupo de elementos atados entre sí. Un diseñador debe crear continuidad de página a página, relacionar sus diseños de una edición a otra para proyectar la personalidad de la publicación.

El carácter de la revista está determinado por sus objetivos editoriales, pero su estilo depende de su forma de presentación.

El estilo es difícil de definir y no fácilmente se llega a él. Aun los formatos de algunos de los diseñadores más experimentados no reflejan la personalidad de una publicación hasta varios números más adelante.

La forma física de una publicación depende, la mayoría de las veces, del uso o no de la publicidad. De estar presente llega a formar parte del todo y además ocupar un lugar respetado en la economía de la publicación.

Sin embargo, es el editor quien debe afrontar los nuevos problemas que crea la introducción de publicidad pues el contenido editorial es yuxtapuesto al contenido publicitario. El formato también puede estar afectado por los cambios en patrones de interés del lector.

El problema del formato nunca está completamente resuelto, es decir, no importa que tan eficazmente, en un momento dado, el diseño refleje la política editorial, pues existe la posibilidad de que para necesidades futuras no sea el correcto.

Por esta razón, la mejor actitud hacia una revista es aquella que acepte los cambios y modificaciones eventuales.

Portada

La parte más memorable de una revista es la portada, pues es la que se recuerda y además en la que se apoya en gran medida su venta.

Para el diseñador la portada es un espacio donde sus ambiciones estéticas y el objetivo básico entran en conflicto ya que esta página debe representar tanto el carácter editorial como el contenido, asimismo la portada es una parte de la revista sometida a un control más estricto por las características antes mencionadas.

Cuando la revista es de circulación restringida o basa sus ventas en las suscripciones, el diseño de la portada es más libre, siempre y cuando el reconocimiento de la misma no se altere.

Elementos de la página

El éxito en el arreglo de los elementos de una página puede ser medido por la forma en que sirve al objetivo editorial; ya que el

diseñador no debe olvidar que está apegado al proceso de comunicación sin importar que tan grande o pequeño sea el número de lectores de una revista, cómo sea distribuida o con cuanta frecuencia cambia de manos.

El diseño de página es una combinación compleja de muchas fuerzas –el gusto del diseñador, su talento, su conocimiento y su experiencia, deben estar balanceados con el concepto editorial para que la idea pueda ser proyectada–. Cualquier forma de distribución de página será mejor resuelto cuando el diseñador esté consciente del espacio en el cual va a trabajar.

Esta área es un rectángulo con límites dictados por las consideraciones económicas y/o mecánicas.

Entre los elementos importantes de la página, viendola como un conjunto destacan los siguientes:

Simetría y asimetría. Ofrecen al espectador un tipo de satisfacción estética que capta consciente o subconscientemente.

Balance. Este elemento debe estar presente en las imágenes de color o en las de blanco y negro, así como a la página con sus áreas blancas y sus áreas impresas.

Contraste. Debe ser aplicado en imágenes que dan fuerza al diseño, puede ser contraste de color, de blancos y negros, de volumen o de forma.

Los anteriores elementos son importantes, sin embargo hay que tener en cuenta que "Aunque el diseño es una acción creativa e intuitiva, muchos de los diseños más exitosos de una página impresa violan las reglas del orden y de la lógica".¹⁵

Fotografía e ilustración

La fotografía y la ilustración en revistas son parte del todo que conforma la página y están ahí para realizar una función no para hacerla "bonita".

La fotografía es la parte medular de las revistas ilustradas, y su papel primario es el

15. Hurlburt, Allen. Publication design. A guide to page layout, typography, format and style. p.92

periodístico; debe colaborar con el texto y dentro de la composición general. El diseñador puede jugar con la imagen para hacerla encajar dentro del contexto del contenido de fondo y diseño.

Hay ocasiones en que la foto es mala o el presupuesto no alcanza para pagar a un fotógrafo y se tiene que recurrir a fotografías de archivo, es aquí cuando la habilidad del diseñador para manipular la imagen –recurriendo a montajes, detallando una zona específica de la foto o algún truco fotográfico– dé resultados satisfactorios. Este proceso de retocar imágenes digitalmente debe tener siempre el consentimiento del autor pues de lo contrario se puede ser acreedor a una sanción.¹⁶

Finalmente lo que se pretende con la fotografía es que dirija el ojo del lector hacia el texto, o bien que logre un efecto de profundidad y textura en la página.

Por otra parte, está la ilustración, que en un principio tuvo la función de ilustrar revistas de tipo documental; se requería que el ilustrador describiera escenas específicas, ahora las vemos integradas al texto. No hay razón para que una ilustración sea enmarcada es preferible que exista una conexión literal.

Algunas personas opinan que la ilustración no presenta ventajas sobre la fotografía, y que por ello debe estar justificado su uso; puede brindar cierta identidad de estilo pero debe a su vez proporcionar comentarios, caricaturas, ambiente o emoción, o revelar el pensamiento a través de la metáfora para justificar su presencia, en fin debe hacer algo que la fotografía no pueda hacer.

Pero no hay una línea que divida las áreas "apropiadas" para una fotografía o una ilustración.

La ilustración puede recrear un momento que no estaba disponible a la cámara; en algunos casos una ilustración puede dar más información que un gran número de fotografías, como es el caso del humor o la historia. En la ciencia las ilustraciones juegan un papel importante.

16. Ley Federal de Derechos de Autor
p.2

El reto de crear ilustraciones apropiadas crecerá en la medida que avancemos hacia una nueva percepción de la realidad. El éxito del diseñador al usar fotografías o ilustraciones es influenciado por los recursos con que cuenta la publicación, pero un bajo costo no significa un trabajo pobre; es el rol del diseñador encontrar dentro de estas limitaciones una solución efectiva sin ser costosa.

2.2.2 Procesos de Impresión

“En un sentido estricto, imprimir significa transmitir o reproducir por presión a una superficie sobre otra”.¹⁶ Esta reproducción se obtiene a partir de una superficie que requiere una preparación previa.

Imprimir es entonces la preparación de las piezas en una superficie que llamaremos **medio**, que se recubre de un pigmento colorante: la tinta. Este colorante es a su vez transmitido por presión mecánica sobre otra superficie llamada **soporte**, que puede ser de diferente composición, tales como papel, tela, metal, madera, cristal, plástico, etcétera.

La imprenta, para el diseño gráfico, es un conjunto de técnicas empleadas para reproducir lo escrito o dibujado sobre una hoja de papel, para un mayor número de ejemplares.

Hay diversos métodos de impresión y los más comunes son los siguientes:

Sistema de relieve. (tipografía)

“El principio elemental de la impresión es a partir de una superficie impresora en relieve y una no impresora en hueco. Como los sellos de caucho pegados a un soporte representando un texto, donde las letras son entintadas en una almohadilla para ser reproducidas sobre el papel por simple presión manual”.¹⁷

Sistema en hueco. (hucocgrabado)

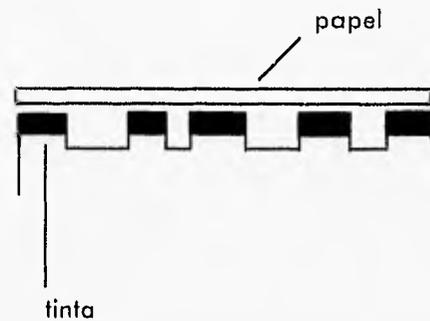
“El término hucocgrabado se usa para describir el proceso de impresión en el cual las imágenes son transmitidas al papel a partir de una superficie cuyos huecos estan llenos de tinta. La superficie se empapa de tinta y después se limpia cuidando de dejar tinta sólo en los huecos. A continuación se coloca un papel con un grado determinado de obsorción; ejerciendo una fuerte presión sobre el soporte, lo tinta contenida en los huecos es absorbido por el papel, reproduciendo de esta manera la imogen”.¹⁸

17. Auge, R. La imprenta: nociones técnicas de los procedimientos de impresión y normas tipográficas, p.7

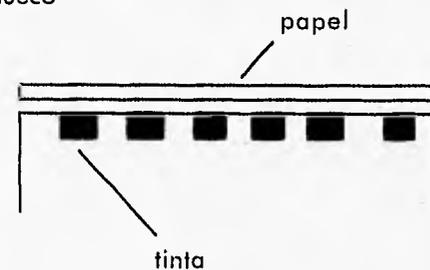
18. Turnbull, Arthur T. Comunicación gráfica: tipografía, diagramación, diseño y producción, p. 61

19. Auge, R. *Op. cit.*, p13

En relieve



En hueco



Sistema plano. (litografía, offset)

Se podría pensar que el proceso de impresión es imposible cuando todos los elementos están en un mismo plano, pero es sólo un decir porque no es realmente plano ya que las láminas tienen un grado relativo de corrosión y es en estos huecos donde la tinta se deposita.

Pero la oposición entre las dos superficies es de gran importancia y esto es obtenido por la aplicación de un fenómeno físico-químico: la repulsión entre agua y grasa.

El principio puede plantearse entonces así:

"La superficie del medio es humedecida, el agua depositada sobre el área con grasa es rechazada, la tinta que es grasosa queda adherida al área grasa y rechazada por la zona húmeda.

La impresión de cada hoja exige dar humedad y tinta constantemente a la placa y el papel recibe la presión reproduciendo la imagen".¹⁹

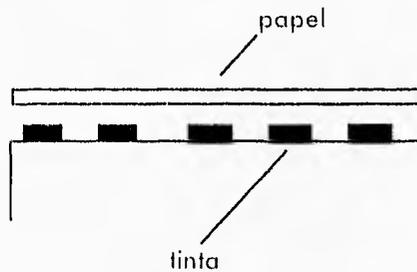
Sistema calado. (serigrafía)

"En este sistema los elementos están en un mismo plano y el principio es totalmente diferente a los anteriores, pues aquí los elementos impresores son orificios y los no impresores son áreas de orificios pero obstruidos. Se crea entonces una zona de imágenes y otras libres de ellas; se logra la impresión haciendo pasar tinta por los orificios presionando de un lado a otro".²⁰

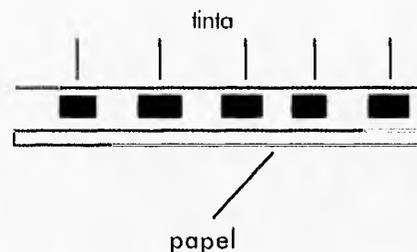
El proceso que empleamos para la impresión de la revista es el offset por ello ampliaremos un poco más los datos de este método de impresión.

El offset es un proceso químico que imprime imágenes en el papel con base en el fenómeno de que grasa y agua no se mezclan. Una placa plana, normalmente de aluminio, es fotográficamente expuesta y tratada de forma que la zona de la imagen recibe tinta grasosa y la zona sin imagen

Plano



Calado



20. Auge, R. Op. cit., p20

21. Turnbull, Arthur. Op. cit., p 47

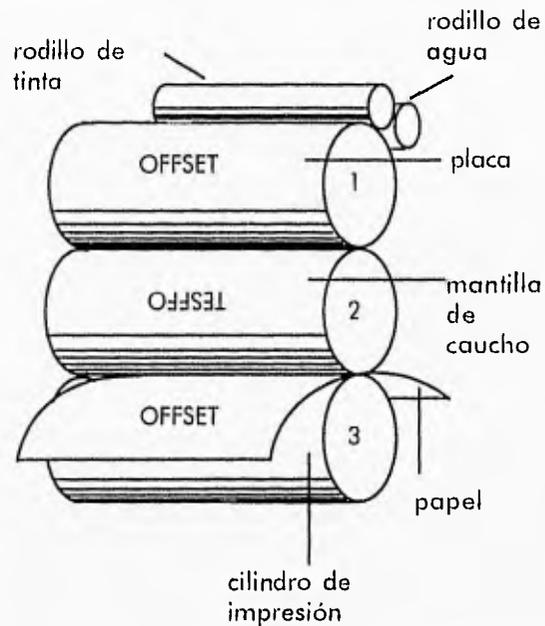
recibe agua y repele la tinta. En la prensa la placa nunca toca el papel; el proceso tiene este nombre porque la tinta de la placa es calcada (offset) sobre una superficie de caucho que imprime la tinta sobre el papel.

Las prensas de offset son rotativas, es decir, que gira mientras ocurre la impresión.

Como la elaboración de la placa en el offset es un proceso fotográfico, cualquier método de composición tipográfica puede usarse para la impresión de offset, así como cualquier dibujo de línea puede fotografiarse junto con la tipografía o por separado. Las fotografías de tono continuo deben fotografiarse por separado para producir un negativo tramado.

Para la impresión de más de un color, es necesario hacer por separado originales, montajes y placas para cada color.

Las ventajas que ofrece el offset lo han hecho el proceso de impresión más común, pues ofrece una reproducción tipográfica clara e inteligible, emplea toda clase de métodos de composición, ofrece la posibilidad de reproducir calidad en una amplia variedad de papeles, reproduce sin costo adicional ilustraciones de línea y a un bajo costo fotografías e ilustraciones de tono continuo, y también ofrece una gran adaptabilidad a sistemas de cómputo.



El cilindro 1 gira y es impregnado con agua en la zona carente de imagen y con tinta grasosa en la zona de imágenes, la imagen entintada es transferida a la mantilla de caucho del cilindro 2 y éste lo transfiere al papel cuando pasa entre la mantilla y el cilindro 3.

3. Análisis de la problemática de la revista desde el punto de vista de la mercadotecnia

Para entender mejor la problemática de la revista "Desde el Sur" es necesario hacer un análisis mercadológico, donde se aclare quiénes son los mercadólogos, qué es lo que se está comercializando y quiénes son nuestros mercados meta.

Empezaremos por hacer una pequeña definición de la mercadotecnia y sus finalidades.

"La mercadotecnia es toda actividad de intercambio cuya finalidad es la de satisfacer las necesidades o deseos humanos, creando un sistema de acción que tiende a planear, fijar precios, promocionar y distribuir productos, servicios e ideas que satisfacen las necesidades en los mercados meta".²¹

Como primer paso para analizar el mercado meta de la revista se debe idear una estrategia para conocer las características del mercado, siguiendo paso a paso la evolución y los resultados de nuestro plan.

22. Stanton, William J., Charles Fulrell, Fundamentos de la mercadotecnia, p 18

3.1 Planeación de la estrategia

I Mercado meta

Un programa adecuado de mercadotecnia comienza con la identificación y análisis del mercado meta de un producto o servicio. "El mercado lo constituyen las personas con necesidades o deseos, dinero para gastarlo y el deseo de gastarlo.

La estructura de la población (distribución y composición) tiene un efecto profundo en la selección del mercado meta".²²

23. *Ibid.*, p. 18

División del mercado

1) Lo primero que ha de hacerse es analizar la población total con la que contamos.

En el Colegio de Ciencias y Humanidades Plantel Sur laboran un total de 533 profesores en cuatro turnos que a su vez se dividen en áreas como lo podemos ver en la tabla que se muestra a continuación.

ÁREA	MUJERES	HOMBRES	P O R C E N T A J E S			
			M/ÁREA	H/ÁREA	M/TOTAL	H/TOTAL
matemáticas	34	69	33%	67%	6.37%	13%
experimentales	91	122	42.72%	57.28%	17.07%	22.89%
historia	47	62	43.12%	56.88%	8.82%	11.63%
talleres	65	35	65%	35%	12.20%	6.57%
tec. acad.	8		100%		1.5%	
TOTALES	245	288	46%	54%		

Como podemos apreciar en esta tabla la población de profesores a quien va dirigida la revista del Colegio es considerable y tiene diferentes intereses, determinados por el sexo y las áreas en que laboran.

La actividad docente no es muy bien pagada en nuestros días y esto repercute en la economía de los profesores ya que el sueldo que perciben lo invierten en la familia y sus necesidades básicas. Digamos que un porcentaje alto de maestros tenga la posibilidad de adquirir nuestro producto, ¿cuál es su reacción al conocerlo?, ¿muestra interés por él? para tener una idea más clara de la respuesta que la comunidad tiene hemos hecho un estudio de mercado consistente en un cuestionario que se aplicó a una muestra representativa del universo de profesores que laboran en el plantel.

La teoría de la muestra sostiene que se puede trabajar con base en ella para tener un conocimiento de las medidas de la población; "ésta se puede definir como una parte de la población que contiene teóricamente las mismas características que se desean estudiar en aquella"²³

Los resultados arrojados se muestran en las gráficas que aparecen a continuación.

24. Rojas Soriano Raúl, Guía para realizar investigaciones sociales, p.163

3.1.2 Análisis de resultados

Se entrevistó a un total de 100 profesores el tamaño de muestra se obtuvo con la fórmula utilizada por Rojas Soriano.²⁴

25. Rojas Soriano Raul, Op.cit., p. 177

$$n = \frac{\frac{Z^2 pq}{\beta^2}}{1 + \left| \frac{Z^2 pq}{\beta^2} - 1 \right|}$$

Donde **Z** es igual al nivel de confianza requerido para generalizar los resultados obtenidos; **pq** se refiere a la variabilidad del fenómeno estudiado y **β** es igual al nivel de precisión con que se generalizan los resultados.²⁴

Sustituyendo:

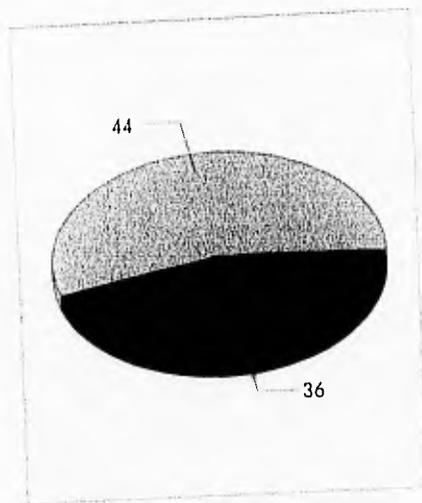
$$n = \frac{\frac{(1.28)^2 (0.9)(0.1)}{(0.1)^2}}{1 + 533 \left| \frac{(1.28)^2 (0.9)(0.19)}{(0.1)^2} - 1 \right|} = 14.74$$

El tamaño de la muestra resultó ser de 14.74, pero decidimos entrevistar a un número mayor de profesores para obtener resultados mucho más representativos.

Pregunta 1, ¿Conoce la revista "Desde el Sur"? El 44% respondió que sí, mientras que el 36% restante no conoce su existencia; lo cual nos lleva a la conclusión de que hace falta difundir la revista para que el total de profesores que laboran en el plantel la conozca y se interese en ella, recordemos que el contenido fundamental de la publicación es el trabajo de los docentes y si una cantidad tan importante no conoce este medio de comunicación, ya sea por falta de difusión concreta en cada uno de los turnos, ya por la falta de interés del mismo maestro o cualquier otro factor, se deben buscar los mecanismos que hagan llegar a cada profesor la noticia de la existencia de una revista que está interesada en difundir su trabajo académico o de cualquier otra índole, así como los

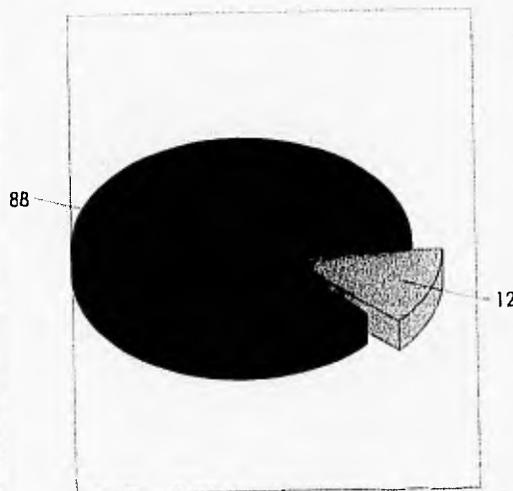
DESDE EL SUR

1. ¿Conoce la revista Desde el Sur?



■ Si ■ No

2. ¿Ha leído la revista Desde el Sur?



■ Si ■ No

beneficios curriculares que obtendrían si se publicara.

De estos resultados descartamos a la gente que no conoce la revista y nos concentramos en las personas que sí la conocen. De esta manera tomamos esa cantidad como nuestro nuevo 100%.

A la pregunta ¿Ha leído la revista Desde el Sur?, los profesores respondieron positivamente en un 88%, mientras que los que la conocían pero no la habían leído fueron el 12%. Esto quiere decir que los usuarios en su mayoría han tenido la curiosidad no sólo de hojear la revista sino también de leer su contenido.

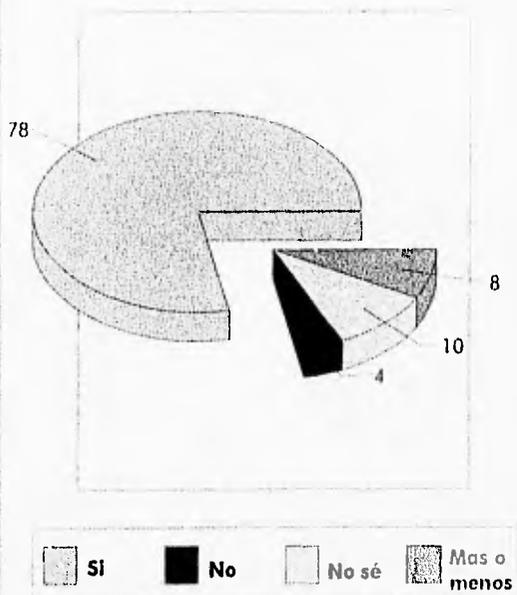
Uno de los grandes males de nuestra sociedad es la carencia de educación lectora, no estamos educados para leer; la falta de tiempo en una ciudad como la nuestra y la falta de dinero para obtener un libro minimiza las posibilidades de lectura en todos los niveles. El profesor tiende a descuidar esta actividad tan importante para él, se tienen que crear entonces métodos mas accesibles y atractivos para inducir al hábito de leer en los profesores del nivel de bachillerato ya que ellos son los que educan a las futuras generaciones de mexicanos y su deber es estar al día en el área específica de su labor.

Pregunta 3, ¿Le parece interesante su contenido?. Los profesores que leyeron la revista y que opinan que el contenido es interesante son el 78%, los que dijeron que el contenido no es interesante son el 4%, el 8% opinó que el contenido esta más o menos interesante y finalmente el 10% no lo sabe.

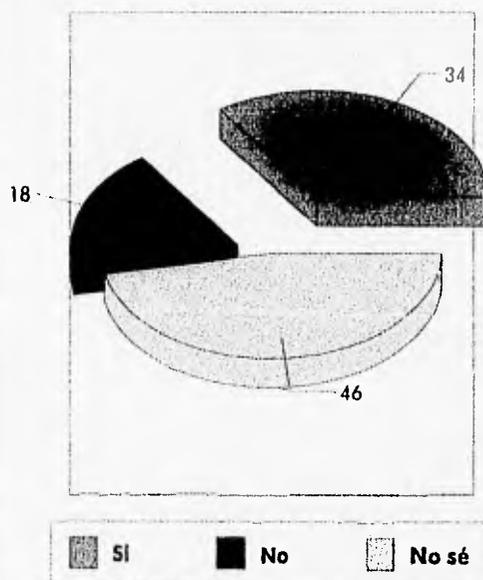
Esto lo podemos interpretar así, la mayoría de los profesores que leyeron la revista está de acuerdo con los artículos que se divulgan y su contenido satisface su interés. Por otro lado hay quienes no creen que el contenido ayude de alguna forma a aumentar los conocimientos de los profesores y además opinan que los temas a tratar son muy trillados; hubo algunos que dijeron que la revista esta sectorizada y las autoridades que la dirijen seleccionan los temas a tratar. Por esto los profesores que han publicado en la

DESDE EL SUR

3. ¿Le parece interesante su contenido?



4. ¿Está Ud. dispuesto a comprar los siguientes números de la revista?



revista, se sienten limitados a decir sólo las cosas que las personas que dirigen la publicación permiten, mientras los verdaderos problemas de la docencia no son abordados. Finalmente los profesores que no saben a cerca del contenido de la revista aun cuando respondieron que ya la han leído se encuentran en una contradicción; por un lado podemos pensar que la falta de interés los llevó a responder de esta forma lo que resulta problemático ya que se puede pensar que la revista no cubre sus expectativas, pero por otro lado haya quienes no les interesa si existe o no un órgano de divulgación dentro del Colegio. Estas dos maneras de interpretar la respuesta son en sí mismas un sólo problema y es el de hacer que los profesores se interesen por la revista y su contenido, mismo que ellos crean con su trabajo; se trata pues de encontrar el mecanismo acertado para atraer a estos profesores hacia la publicación, de saber cuáles son los temas que les gustaría que se trataran y de que modo se pueden satisfacer sus necesidades de lectura.

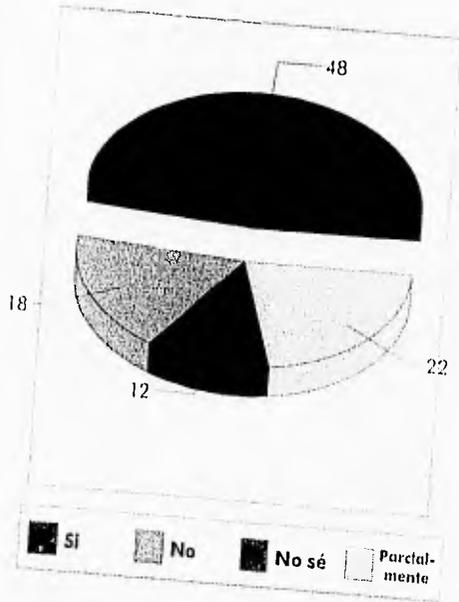
Como mencionamos al principio de este capítulo la situación económica de los profesores es difícil, hoy en día esto se refleja en las respuestas dadas a la pregunta 4 que dice: ¿Está usted dispuesto a comprar los siguientes números de la revista?

Como podemos ver sólo el 34% respondió que sí va a seguir comprando la revista mientras que el 46% no lo sabe y el 18% dijo que definitivamente no lo haría, estas respuestas resultan alarmantes ya que el mercado meta tiene dificultad para responder satisfactoriamente aun cuando ya vimos que el 78% está interesado por el contenido de la revista, no sabe si podrá adquirirla a futuro y esto en la mayoría de los casos dependía de la situación económica en que se encuentran los profesores más que el poco interés que existe hacia la lectura.

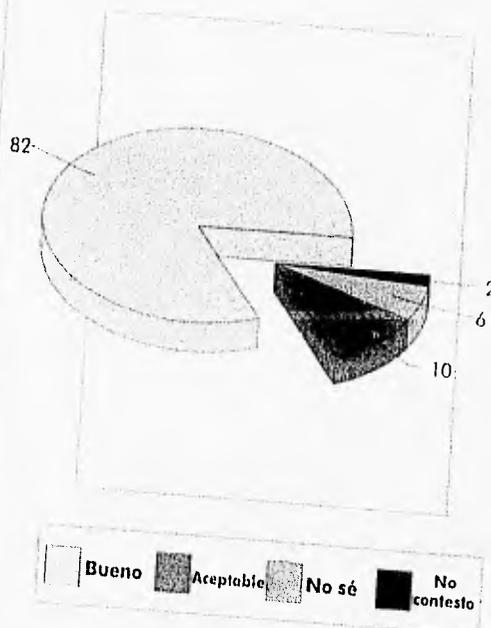
Ahora analizaremos las respuestas que los profesores dieron a la pregunta 5 ¿Cree que la revista cubre las necesidades de comunicación dentro del nivel del bachillerato?

DESDE EL SUR

5. ¿Cree que la revista cubre las necesidades de comunicación dentro del nivel del bachillerato?



6. ¿Cuál es su opinión acerca del diseño de la revista?



Una de las metas de la revista es cubrir la falta de un órgano de difusión ya que en el nivel medio superior, no existe hasta el momento una publicación que se dedique a difundir el trabajo de los profesores y la revista pretende llegar no sólo a cubrir las necesidades dentro del plantel sino, también, todos los Colegios de Ciencias y Humanidades así como las Escuelas Preparatorias y las escuelas incorporadas a la UNAM.

Los profesores respondieron de esta manera: el 48% sí cree que la revista cubra las necesidades de comunicación, el 12% no lo sabe, el 11% cree que cubre parcialmente esas necesidades y el 18% opina que no.

Mientras los profesores no colaboren con la publicación ya sea escribiendo para ella o adquiriéndola no se podrá cumplir con el proceso de comunicación que se pretende cubrir; la herramienta más adecuada es alentar la participación de los maestros para formar el círculo emisor-receptor y la meta pueda ser alcanzada.

Como hemos visto anteriormente, el estilo de la revista y su presentación son elementos importantes para que un lector potencial sea captado por una publicación en particular, por lo tanto, hemos querido saber cuál es la opinión de los profesores acerca del diseño. La pregunta 6 dice así: ¿Cuál es su opinión acerca del diseño de la revista?, las respuestas fueron variadas pero los resultados son satisfactorios, creemos que el trabajo ha gustado y esperamos mejorar en cada edición para satisfacer las expectativas de una excelente publicación.

Los profesores calificaron la revista en cuanto a diseño de la siguiente manera: excelente 6%, bueno 72%, bonito 4%, aceptable 4%, atractivo 6%, no sé 6% y no contestó el 2%.

A la pregunta abierta ¿Cuál es su opinión acerca del contenido?, los comentarios fueron muy variados desde un contenido excelente pasando por bueno, conciso y concreto, variado, faltan temas de profundidad, flojo y suelto, faltan temas de realidad nacional, no gustó, hasta opiniones

que mencionan falta seriedad. Por lo homogéneo de la población pensamos que el estilo de la revista debe de cubrir aspectos interesantes para los profesores, pues las inquietudes son tan variadas que sólo tendrán solución cuando cada uno de los maestros que respondió decida colaborar con algún trabajo, así cada profesor podrá decir que tema abordado le parece interesante o no; por ello quisimos saber si los profesores estarían dispuestos a colaborar en la revista. Pregunta 8 ¿Piensa colaborar en alguna edición de la revista?, el 74% sí piensa hacerlo, el 20% no lo sabe y el 6% no lo haría.

A la pregunta ¿Cree usted que los profesores se benefician de alguna manera al leer la revista?, la mayoría respondió positivamente pues creen que es una forma de conocer lo que otros profesores hacen, como forma de interactuar y como forma de comunicación; acción fundamental de la revista. Finalmente la pregunta 10, ¿Cree usted que la revista "Desde el Sur" sea un foro para el trabajo de los profesores? la respuesta fue que debería serlo pero creen que hace falta más difusión para que todos la conozcan.

II Producto

“El producto es un conjunto de atributos físicos y tangibles reunidos en una forma identificable. La idea básica es que los consumidores están comprando algo más que un conjunto de atributos físicos, están comprando la satisfacción de sus necesidades o deseos. Así una firma inteligente vende los BENEFICIOS DEL PRODUCTO más que el mero producto”.²⁵

26. Stanton, William J. *Op. cit.*, p. 209

1) Características del producto

“Desde el Sur” es una revista de 21x28 cm., editada por el Colegio de Ciencias y Humanidades Plantel Sur, impresa en papel bond de 100gr. con medios tonos en interiores, la mayor parte de ellos en tamaño mínimo. Páginas centrales impresas en papel couché de 135gr. con selecciones a color, forros en cartulina couché de 210gr. impresos a 4 tintas (1º y 4º); (2º y 3º) resueltas a dos tintas, con una extensión aproximada de 70 a 80 páginas.

El contenido de la revista es escrito por profesores del Colegio además de personalidades de otras instituciones invitadas a participar. Los artículos que se publican son de investigación y su seriedad está respaldada por un consejo editorial compuesto por maestros e investigadores de reconocido prestigio en el ámbito universitario.

2) Precio

El precio, afirma Stanton William, es el valor expresado en términos monetarios como un medio de intercambio, en otras palabras es lo que se paga por lo que se obtiene.²⁶

Mencionamos anteriormente que la revista del colegio no tiene fines de lucro y su precio fue pensado como una retribución simbólica pues se solicitó apoyo de Fomento Editorial. Por otro lado se pensó en la venta de suscripciones y la venta de espacios publicitarios que contribuyan a solventar los gastos en cada edición.

27. Stanton William J. *Op. cit.*, p. 288

Entre los factores que influyen en la determinación del precio está la demanda del producto. Como se mencionó en las primeras páginas de este capítulo, la revista es resultado de una búsqueda para llenar el vacío que existe en las escuelas a nivel bachillerato, ya que no hay ningún foro en el cual los profesores puedan expresarse; hasta este momento la revista ha tenido una gran aceptación y se espera que la demanda aumente conforme más y más personas la conozcan.

Se imprimieron 2000 ejemplares del primer número y fue obsequiado a profesores de los 5 planteles del Colegio de Ciencias y Humanidades; esperamos que las próximas ediciones se hagan llegar a las Escuelas Preparatorias y posteriormente a las incorporadas.

Otro factor en la determinación del precio es la participación meta del mercado, que ha sido la esperada, con una buena opinión hacia la revista y un creciente deseo por parte de los profesores para intervenir como escritores de artículos, reseñas etcétera.

Hasta este momento las expectativas han sido cubiertas en cuanto a las reacciones del mercado, pero recordemos que esto sólo ha sido en el Colegio de Ciencias y Humanidades, pues la meta es abarcar la Escuela Nacional Preparatoria y virtualmente el Sistema Incorporado.

Reacciones competitivas

Dado que la revista es de carácter institucional no tiene la competencia que podría tener una revista totalmente comercial.

No por esto queremos decir que no puede tener competencia pero su fin no es lucrativo sino educativo y de información, para, y de profesores de los CCH's. La Universidad Nacional Autónoma de México tiene una gran variedad de revistas de diversos géneros, pero estas publicaciones no están en el nivel competitivo de la revista "Desde el Sur"; pues la competencia tendría que surgir de instituciones del mismo nivel de

enseñanza.

Distribución

“La distribución física se asemeja mucho a lo que en opinión de los clientes constituye el servicio al cliente, y un buen servicio al cliente no es posible sin una eficaz distribución física”.²⁷

La distribución física de la revista “Desde el Sur” no ha sido problema hasta ahora pues sólo se ha trabajado en el CCH. Se les entrega a los profesores el día de pago o en su caso se les hace llegar a los que tienen suscripción.

Promoción

Promoción es sinónimo de venta, su intención es informar, persuadir e influir en la gente.

Como se menciona en *Fundamentos de la mercadotecnia*, la actividad promocional en la mercadotecnia es ante todo, un acto de comunicación, es la fuente que envía un mensaje a través de un canal hacia el receptor.²⁸

A pesar de la entusiasta acogida de la revista por la mayoría del profesorado y por ende la satisfacción de las autoridades, no se ha cubierto del todo la parte promocional como aspecto fundamental para la continuidad de la revista, se requiere entonces darle la atención necesaria.

28. Stanton, William J. *Op. cit.*, p. 429

29. Stanton, William J. *Op. cit.*, p. 480

4. Proyecto gráfico

Como ya se dijo antes el diseño de una revista consta de varias etapas que van ligadas una de la otra, esto es, cada etapa debe ser resuelta para poder continuar con la siguiente.

El proyecto gráfico de la revista "Desde el Sur" comenzó con la elección del formato de la publicación que fue determinado por el tamaño del pliego de papel que se utilizó, tomando en cuenta de antemano los recursos disponibles para este efecto. Cuando el tamaño estuvo definido se pasó a la etapa de diagramación; esta parte del diseño es de gran importancia pues desde este momento se empieza a determinar el estilo de la revista. La diagramación nos permite delimitar el área donde se vaciará el texto, fotografías y demás elementos gráficos; el diseño de la "caja" permite al diseñador jugar con el espacio tanto como su imaginación se lo permita adecuándose a las necesidades editoriales.

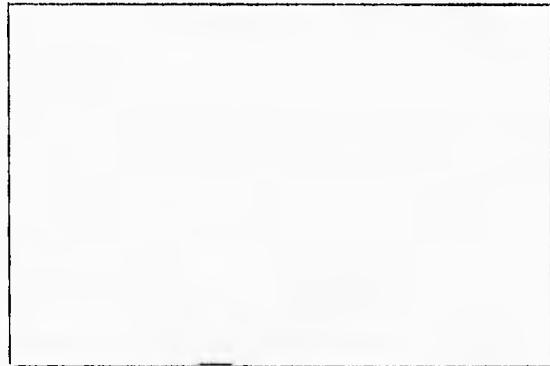
El siguiente paso fue determinar la o las familias tipográficas que se emplearían tanto en el cuerpo del texto como en los títulos, subtítulos, folios, pie de fotos, etcétera.

Posteriormente se diseñó el logotipo de la publicación y se definió el lugar en que se colocarían los elementos de la portada; finalmente se ideó la forma en que aparecieron los elementos gráficos de los interiores y se hizo la formación de las páginas.

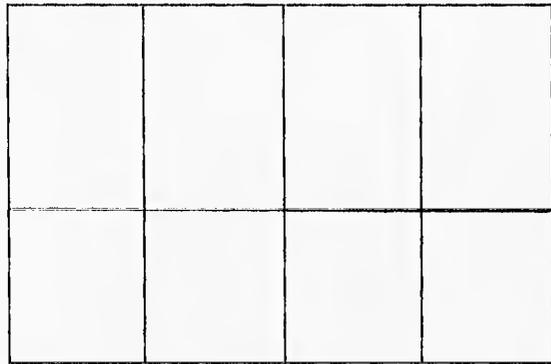
4.1 Formato

El papel que se utilizó para la impresión de la revista fue papel bond de 100 gr./cm², y sus medidas son de 57x 87cm. que al doblarlo nos da 8 hojas tamaño carta por una cara y 8 por la otra dando un total de 16 páginas carta. Tomando en cuenta el área de la pinza, el doblez y el refine, obtenemos un formato de 21.5 x 28 cm. para cada página.

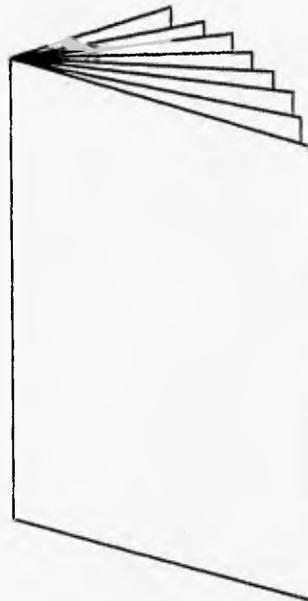
Se determinó este tamaño en función de los requerimientos editoriales que fueron los siguientes: se necesita un formato tamaño estandar pues se pretende desperdiciar el mínimo de papel y que al mismo tiempo tenga la dimensión que facilite su manejo, lectura y si fuera el caso poder coleccionarla.



Pliego de 70 x 95



8 páginas de cada cara, 16 páginas en total



Cuadernillo de 16 páginas

4.2. Diagramación

Para poder establecer el número de columnas que se emplearon, tuvimos que precisar también las dimensiones del área de trabajo, llamada caja, o lo que es lo mismo determinar los márgenes.

El método que se utilizó para determinar el tamaño de la caja fue el de líneas auxiliares y dio como resultado las siguientes medidas:

caja 56.5 x 43.5 picas

márgenes

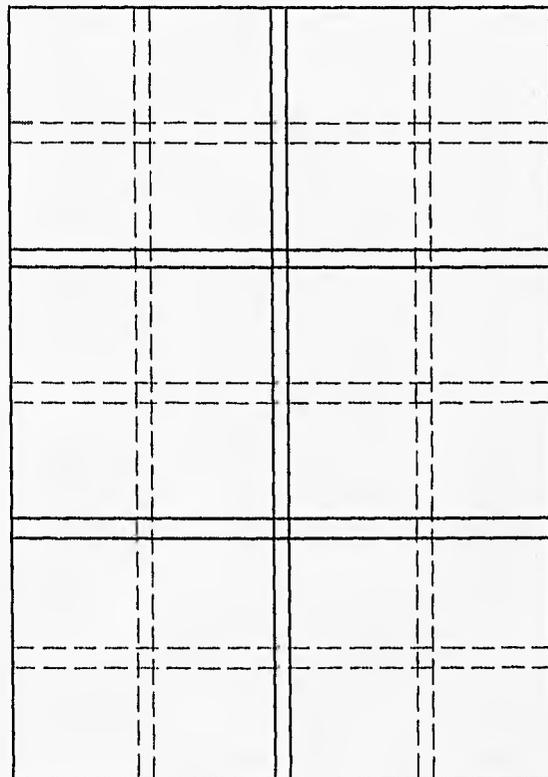
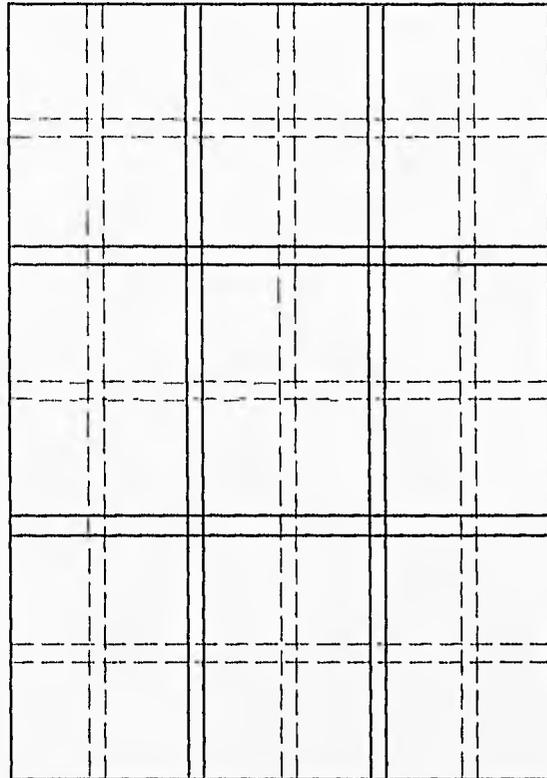
cabeza 5 picas

afuera 4.5 picas

adentro 3.5 picas

pie 5 picas

La necesidad de acelerar los tiempos de entrega del *dummy*, fue el factor principal para emplear este método de diagramación pues creemos que es una forma rápida y fácil de obtener la caja tipográfica.



4.2.1. Retículas y columnas

La caja estuvo determinada con unas medidas de 43.5 picas de ancho por 56 picas de profundidad, procedimos a vaciar un texto simulado de 12 ptos. con 2 de interlínea 12/14. La elección de este tamaño obedeció a razones de legibilidad para los profesores, pues la edad promedio está entre los 30-50 años y la dificultad para leer caracteres pequeños es muy común.

La profundidad fue de 48 líneas las cuales se agruparon en 8 campos de 6 líneas con 1 de separación.

Las páginas están divididas en 3 y 2 columnas con unas medidas de 13.3 picas y 1 medianil de 1.7 picas para las páginas de 3 y para las de 2 con 18.3 picas con medianil de 1.7 picas.

Al mismo tiempo las columnas están divididas en 3 campos de 17.7 picas con una separación entre ellos de 1.7 picas.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48

4.3 Logotipo

El logotipo cumple una de las funciones más importantes en una revista, ya que le da al lector una idea acerca de las características del contenido y le da identidad a la publicación.

El nombre "Desde el Sur", proviene de una serie de connotaciones en torno a la palabra sur; como por ejemplo las contradicciones que se dan hoy en día entre norte y sur debido a la globalización económica, política, social y cultural; también porque América Latina pertenece a este hemisferio donde el hambre, la pobreza y las desigualdades sociales son características de millones de personas, pero también, donde la cultura es legado de nuestros antepasados. México es principio de la América del Sur, la Universidad y el Plantel están en esa parte de la ciudad; de todos estos significados surgió el nombre de la revista que pretende ser un órgano de divulgación del Colegio de Ciencias y Humanidades.

El logotipo de la revista se realizó con las palabras que integran el nombre de la revista y las propuestas fueron las siguientes:

DESDE EL
—S·U·R—

DESDE
el
SUR

DE S DE
EL S UR

Entre las propuestas trabajadas se escogió esta última y se pidió hacer variantes, dando como resultado los diseños que aparecen a la derecha.

La última propuesta fue la que finalmente se eligió como definitiva. Para que el logotipo no se desligara completamente de la fuente usada en los interiores (times), utilizamos la fuente Ottawa ya que posee algunos de los rasgos de la anterior y al mismo tiempo sus diferencias le dan individualidad.

El lema se presenta en la parte inferior del logotipo, se empleó Ottawa de 14 pts. con un tratamiento extended y es separado por dos plecas.

El cintillo, que son los datos de la publicación (año y número) acompañan al logotipo en la parte derecha; se empleó times de 10pts.

DESDE
el
SUR

DESDE
el
SUR

DESDE
el SUR

DESDE
el SUR

DESDE Año 1
Número 1
el SUR

Humanismo y Ciencia

Aplicación con color

La aplicación con color del logotipo dependerá de las características de la portada, de la fotografía o ilustración que se utilice y debe aparecer en el lado superior izquierdo de la portada; el lema irá en negro, calado en blanco o del color que aparezca el artículo "el" en cada edición.

La aplicación que se muestra es con los colores institucionales de la UNAM.

DESDE
el **SUR**
Humanismo y Ciencia

4.4 Tipografía

La elección de la tipografía utilizada en el texto se escogió de entre cuatro propuestas hechas para tal fin y porque eran, además, con las únicas que en ese momento contábamos dentro del programa de computación (Aldus PageMaker 3.0).

Sin los recursos para obtener otras familias optamos por mostrar las propuestas que aparecen a la derecha.

La dirección editorial escogió la fuente Times New roman y sus variaciones en 12 pts. con 2 de interlínea para el cuerpo del texto; después de una gran discusión acerca del tipo de familia, a pesar de que miles de publicaciones la emplean y su uso se ha vuelto muy cotidiano.

Capitular

Al iniciar el texto de un artículo, se emplea una capitular de 30 pts. que ocupa dos líneas de alto y es la misma fuente que se usa en el cuerpo del texto.

Créditos

Los créditos de los autores aparecen en Times de 14 puntos en altas y bajas.

Títulos

Los títulos son manejados en Times de 30 puntos con un estilo bold y altas.

Subtítulos

La información adicional al título es llamada subtítulo y es manejada con un puntaje de 24 en altas y bajas con un estilo bold.

Pie de foto

Para estos casos la fuente es la misma empleada en el cuerpo del texto, pero de un puntaje menor y en altas y bajas.

Switzerland

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890
!¿?%\$''*

Helvetica

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890
!¿?%\$''*

Galliard

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890
!¿?%\$''*

Times New Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890
!¿?%\$''*

Italica ABCDEF abcdef 123456 ?¿

Bold ABCDEF abedef 123456 ?¿

C apitular
C apitular

Crédito

TÍTULO

Subtítulo

Pie de foto

4.5 Elementos gráficos

Un elemento que aparece en todas las ediciones y por ende es parte del estilo de la revista es el uso de una pleca llamada Cornisa, tiene un tamaño de 1.5 pts. y una fuente calada Times de 12 pts. para dar nombre a cada sección.

Para darle más versatilidad al diseño de páginas y al mismo tiempo unificar con la portada se emplea el uso de plecas en los interiores cuando el caso lo requiere, éstas pueden tener diferentes grosores por ejemplo en el contenido para separar secciones, en los folios, en algunos artículos donde se quiere enfatizar o separar alguna información etcétera.

Se utilizan recuadros para diferenciar información como es el caso de la sección de poemas que va intercalada en toda la revista, para enfatizar la información de tablas etcétera.

MÉXICO ACTUAL

4.6 Formación del número 2 de la Revista "Desde el Sur"

La formación de la segunda edición de la Revista "Desde el Sur" se inició con el acopio de materiales escritos por profesores de las cuatro áreas académicas del Colegio; los originales fueron entregados en sobre cerrado y con pseudónimo para que el consejo editorial los valorara y decidiera cuáles cubrieran los requisitos. Posteriormente se procedió a su captura para entregar una copia al corrector de estilo, encargado de modificar algunos errores de redacción y ortografía.

Al mismo tiempo se pidió al fotógrafo las imágenes que faltaban para ese número en particular y se le dieron las indicaciones de lo que se requería y el formato que se necesitaba.

Se determinó una fecha para el cierre de edición, para ese momento todo el material de texto y las imágenes estuvieron reunidos para formar las páginas y anexar los elementos de cada artículo.

Los artículos se entregaron en disquettes para copiarlos al programa de edición (PageMaker 5.0); ya en el programa se formaron las galeras para que el corrector una vez más las revisara. Esta segunda revisión se centró, exclusivamente en elementos de orden tipográfico, pues los de estilo en general deben estar superados y estuvieron en la primera.

Se hizo un cálculo de 84 páginas con 10 medios tonos y 22 fotografías en blanco y negro, 4 páginas centrales con 5 selecciones a color y forros de frente a color y vuelta en dos tintas. Dado lo anterior se formó página por página insertando los gráficos y fotografías en las páginas indicadas.

Finalmente se procedió a diseñar la portada con dos fotografías y texto que indicara algunos de los artículos que aparecen en los interiores.

El material se revisó por última vez por las editoras y se hicieron las correcciones finales para mandarlo a imprenta; toda la información se envió en disquettes para la

elaboración de los negativos que posteriormente sirvieron para emulsionar las placas que van montadas en los rodillos de la máquina de offset. Este proceso de impresión es muy rápido y su calidad es muy buena, la imprenta debe proporcionar pruebas de impresión tanto en blanco y negro como en color para que la persona encargada del cuidado de la edición de el visto bueno y se proceda al total de la impresión. Cuando todos los pliegos estuvieron impresos se pasó a la encuadernación y finalmente al refine.

El material se entregó al Colegio para que éste lo distribuyera al personal docente.

Estos son, en pocas palabras, los pasos que se siguen en la elaboración de cada número de la Revista "Desde el Sur" hasta que finalmente llega a las manos del lector.

El diseñador cumple un papel importante en la creación de una revista y su trabajo se ve recompensado al ver que las personas a quienes va dirigido el producto tienen en sus manos un número de la revista que formó.

Conclusiones

Crear una publicación desde sus inicios es una tarea bastante laboriosa ya que ello implica el conocimiento de muchos aspectos ligados al diseño, procedimientos legales y medios impresos, una excelente organización y sobre todo saber con cuántos recursos financieros se cuenta. Este trabajo me dio la oportunidad de conocer los diferentes perfiles de un problema, en particular el del diseño de una revista para profesores de bachillerato del CCH, espacio educativo de gran importancia dentro de la UNAM, y, desde luego el reto de solucionarlo lo mejor posible.

Presento mis conclusiones de acuerdo con los diferentes aspectos que se abordaron durante el proceso de elaboración de la revista "Desde el Sur".

¿Quiénes crearon la revista "Desde el Sur" y para qué?

Como se mencionó al principio de este trabajo la revista nace de una serie de proyectos que no llegaron a consolidarse por diversas razones, el objetivo más importante era el de contar con un medio de expresión para los docentes del nivel medio superior de la UNAM.

En el año de 1993 el Maestro Rodolfo Moreno González, Director del Colegio de Ciencias y Humanidades Plantel Sur, asigna la comisión a dos profesoras del plantel para llevar a cabo la realización del proyecto de la revista.

Las profesoras se dieron a la tarea de elaborar y organizar lo que sería el primer número de la publicación, cabe mencionar que su experiencia sobre diseño, edición y medios impresos era nula; la dirección del Colegio dio las indicaciones del aspecto temático de la revista y se pidió una maqueta de un ejemplar terminado, se observó que cuando estos requisitos estuvieran cubiertos se asignarían los recursos necesarios para la publicación y no antes. Esto lógicamente fue un error ya que se necesita saber con cuánto

capital se cuenta para hacer un trabajo de este tipo, para saber a cuánta gente se puede contratar, cuáles pueden ser las características de la revista, si puede ir a color o debe imprimirse en blanco y negro, cuál puede ser el tamaño del formato, qué tipo de papel se va a emplear, si pueden aparecer fotos y muchos otros aspectos más que dependen de la infraestructura económica.

Las personas que tendrían que dirigir el aspecto editorial desconocían los principios básicos de los medios impresos y no pudieron prevenir todos estos detalles tan importantes, tampoco pudieron dar consejo a la Dirección para que tomara las precauciones pertinentes en cuanto a los recursos que se necesitarían, pues no tenían idea de los costos de impresión de un trabajo de esa magnitud.

Cuando llegué a trabajar a la revista había pasado un año desde la asignación del proyecto y lo que más urgía era la presentación de un dummy para que la dirección no cancelara dicha tarea pues en los doce meses que habían transcurrido no se había presentado ninguna maqueta a las autoridades. Sabemos que las palabras pueden explicar algunas ideas, pero verlas plasmadas en un soporte aclara más el concepto que se tiene para un trabajo de este tipo.

Creo que un diseñador que se tope con un empleo, deberá tomar en cuenta los aspectos anteriores: debe informarse acerca de los métodos de trabajo y las limitaciones que hay en cada proyecto para que su labor no corra el riesgo de verse afectado. Si se sabe de antemano con cuántos recursos cuenta el diseñador podrá escoger qué métodos y qué materiales utilizar para optimizar su tarea. El diseñador estará entonces en una posición ventajosa y puede incluso informar a quienes lo dirigen cuáles son los errores más comunes y cuál es la posible solución para mejorar las condiciones de trabajo y con ello obtener resultados más satisfactorios.

Los datos que se me proporcionaron fueron los siguientes:

“Necesitamos crear una revista de características serias para profesores

especializados en distintas áreas humanismo y ciencia principalmente, por lo cual queremos que la publicación las cubra y que deberán aparecer en varias secciones a lo largo de la revista”.

Sabemos, ahora quien creó el proyecto y a quién va dirigido. Sin embargo los datos fueron muy generales y pensé que en un trabajo de este tipo se debe cuidar escrupulosamente cada punto para no llevarse sorpresas a lo largo de la realización del mismo.

De la Dirección Editorial

Como dijimos antes, las personas que fueron designadas para dirigir la parte editorial de la revista “Desde el Sur”, son profesoras del Colegio de Ciencias y Humanidades desde hace ya varios años, pertenecen a las áreas de Talleres y de Historia; una de ellas escribía para un periódico y en el caso de la otra era la primera vez que incursionaba en este medio. Cabe mencionar que con ellas colaboró un tiempo otro profesor que dijo conocer los procesos de diseño e impresión de una revista; la información que les proporcionó les hizo pensar que diseñar una revista era cosa fácil, pero al paso de los meses se dieron cuenta de que no obtenían resultados.

La dirección editorial de un medio impreso debe estar formada por gente con cierta experiencia en este campo para que pueda dirigir a las personas a su cargo: redactores, correctores de estilo, fotógrafos, diseñadores, impresores, etcétera; debe estar empapada de todas las novedades que aparezcan acerca de métodos de impresión, publicidad, distribución, etcétera, todo ello para poder conducir con acierto la publicación pues son los editores quienes forman el perfil temático en un medio impreso.

El desconocimiento de los temas mencionados obstaculizó la labor de las editoras que se concentraron sólo en reunir el material que habría de aparecer en el primer número cuando en la práctica cotidiana una publi-

ESTA TESIS NO TIENE
SOLID DE LA BIBLIOTECA

cación se planea con varios números de anticipación para preveer la publicidad, la periodicidad y la información que aparecerá en cada edición. Cuando se me pidió colaborar en la revista me di cuenta de que su desconocimiento para dirigir una publicación era una situación que podría entorpecer el curso normal de trabajo ya que como se dice vulgarmente "no estaríamos hablando el mismo idioma". Quise prevenirles de algunas cuestiones que a la larga podrían causarnos atrasos en la elaboración del primer número, pero el argumento de que los problemas los resolveríamos al paso del tiempo, con la práctica y, al mismo tiempo mi deseo de poner a prueba mis conocimientos me llevó a aceptar el proyecto con todas sus limitantes.

Respecto a lo anterior concluyo que las personas que dirigen una publicación y desconocen una gran parte de los procedimientos que se siguen, deben ponerse al tanto de los pasos a seguir. En cuanto al diseñador debe informar a la persona que lo contrata —si ésta desconoce el tema— cuáles son los pasos a seguir, los obstáculos que se pueden presentar y las formas más convenientes de resolver problemas de diseño.

Pienso que una buena dirección da buenos resultados, pero si hay conflicto de comunicación por no saber de qué se está hablando el trabajo se puede duplicar para todas las gentes involucradas en el proyecto, ya que su labor depende de las indicaciones de la gente que dirige la publicación.

De los recursos Humanos

Para hacer una revista se necesita todo un equipo de personas que se encarguen de cada uno de los aspectos que conforman una publicación.

La revista "Desde el Sur" cuenta con un director general, dos directoras editoriales, una capturista, una correctora de estilo, una diseñadora, un fotógrafo y varios colaboradores. Las condiciones de trabajo no son las óptimas pero son aceptables; el problema

más evidente es la falta de organización por la poca experiencia de las personas que nos dirigen y lógicamente esto se refleja en nuestro desempeño. Una solución podría ser que se convocara a sesiones para planear las ediciones, informar sobre los avances o problemas que surjan en cada número. Creo que una agenda de trabajo aligeraría los contratiempos y podríamos planear mejor nuestra estrategia de trabajo.

Como mencioné, las condiciones de trabajo no son las deseables y aunque no sea aceptado abiertamente, la gente necesita estímulo –monetario, de un ambiente agradable en el lugar donde se labora– para dar lo mejor de sí.

Materiales

El trabajo de un diseñador gráfico es la comunicación de un mensaje que se le confía y plasmarlo para facilitar su comprensión, para lograrlo el diseñador necesita herramientas y soportes que le ayuden. Si las herramientas con que cuenta son pocas se verá en la necesidad de trabajar con lo que tenga; esto no quiere decir que no se puedan obtener buenos resultados pero si sus condiciones de trabajo son excelentes el resultado puede, también, llegar a serlo.

Si un diseñador se encuentra en una situación semejante a la de la revista "Desde el Sur", deberá conocer las herramientas de trabajo con las que puede contar y si las condiciones lo permiten, solicitar las que le hagan falta.

En el caso de la revista del Colegio contaba con las siguientes herramientas: Una computadora con monitor a color, lápices, reglas, papel, estilógrafos y pegamento. Las exigencias eran superiores a las condiciones de trabajo pues constantemente se me pedía que acelerara mi ritmo de trabajo para obtener resultados más rápido, obviamente me hacía falta material, sólo que no había recursos para proporcionármelo. Seguramente los resultados habrían sido mejores de haber contado con las herramientas necesarias.

De mi experiencia como diseñadora

Al egresar de la Escuela Nacional de Artes Plásticas me di cuenta de que lo aprendido eran principalmente las bases teóricas del diseño y ponerlas en práctica fue uno de los retos a vencer, es en el campo de trabajo donde se ponen a prueba las aptitudes y habilidades de un diseñador.

En el periodo que duraron mis estudios en la ENAP, no contábamos con asesoría referente a la computación y el gran problema surge cuando el diseñador sale a buscar trabajo y le piden que domine programas de computación, que tenga dos o tres años de experiencia y esté al tanto de los últimos avances en medios de comunicación, esto es poco mencionado en las aulas y algunos profesores que advierten a los alumnos de estas necesidades son ignorados o llamados personas exageradas; al enfrentarnos a la realidad nos damos cuenta que necesitamos más elementos que nos permitan estar al día en el mundo del diseño gráfico y en las escuelas se podría obtener la ayuda necesaria para egresar lo suficientemente preparados para enfrentarse al mundo laboral sin titubeos.

Diseñar una revista, desde el nombre hasta el tipo de letra que se va a emplear es una gran tarea. Los conocimientos que tenía al aceptar este trabajo eran sólo teóricos, tuve que aprender a usar una computadora y los paquetes necesarios para dar formato a una publicación, todo ello con la práctica al mismo tiempo de hacer el trabajo. Estaba aprendiendo y experimentando; paulatinamente y con algunos errores he podido aprender muchísimas cosas, como manejar una computadora, tratar con impresores, afinar habilidades, etcétera.

Trabajar en la revista "Desde el Sur" representó para mí un gran esfuerzo. Reafirmé conocimientos y adquirí experiencia. Aprendí a darle valor a los diferentes elementos de una página para colocarlos en los lugares más agradables a la vista, a usar elementos ornamentales, a darle diferente tratamiento

a una misma familia tipográfica para hacerla más versátil, etcétera.

También me di cuenta del papel estratégico que juega el diseñador en cualquier tipo de proyecto pues en una de sus etapas de él depende la presencia visual del producto.

Ahora sé que el diseñador, además de conocer varios campos como tipografía, fotografía, costos, técnicas de reproducción, imprentas, tiene también que aprender relaciones públicas pues el medio lo exige tratar a un numeroso grupo de personas de las que depende, en buena medida, el éxito del proyecto.

Muchas de mis dudas han sido resueltas aunque, por otro lado, sé que el aprendizaje nunca termina y la experiencia que he adquirido a lo largo de estos dos años ha sido la más valiosa desde que finalicé mis estudios en la ENAP.

B

Bloque. agrupación de textos identificados por la similitud de su contenido

C

Caja. [de composición] Rectángulo formado por las medidas de alto y ancho del texto de la página.
Hacer caja: dicho de un elemento gráfico, marginarlo hasta el límite de la página

Calado. ventana

Capitular. letra inicial

Cara. anverso del pliego de papel

Carácter. forma de letra escrita o impresa.
Dícese de la letra de imprenta que se usa normalmente en los libros, periódicos, revistas, folletos, etc. por su figura puede ser redonda, cursiva, negrita, versalita, versal, minúscula; por su ojo, fina, seminegra, negra, ancha y estrecha; por su familia, romana, antigua, romana moderna, palo seco y egipcia

Columna. cada una de las partes en que suele dividirse verticalmente las páginas de las publicaciones

Corrección de estilo. todo original que llega a una publicación debe ser sometido a varios procesos de corrección con objeto de prepararlo para su publicación

Corrector. persona que corrige

D

Diagramación. arte de distribuir la composición en una página

Dummy. (voz inglesa) maqueta de una página de publicación

E

Edición. acción y efecto de editar. Conjunto de ejemplares de una publicación impresa de una vez sobre el mismo molde, con destino a una región,

ciudad o público determinados

Editor, ra. persona, empresa o entidad que funda una publicación desde el punto de vista económico y financiero; fija los rasgos fundamentales de la publicación (ideología, línea editorial, etc.)

Ejemplar. unidad de tirada de una publicación periódica

Estilo. es una forma distinta de concebir y ejecutar diseños que es característica de una persona, periódico o impreso

F

Familia. conjunto de caracteres que se basan en un mismo dibujo o trazo

Formato. tamaño de un impreso, ya sea en relación con el número de hojas, considerando la relación altura y anchura, ya sea sólo la altura

G

Gráfico, Diseño. diseño en dos dimensiones, a menudo combinando texto e imágenes

I

Imagen. la entidad unificadora que centra y coordina todos los elementos de una composición visual

Imprenta. acto de imprimir con caracteres móviles

Impresión. técnica de reproducir un número indefinido de copias, textos e ilustraciones mediante presión

Interlínea. espacio entre dos líneas

J

Justificación. medida exacta de la longitud de las líneas en la composición

Justificar. igualar la longitud de las líneas en la composición, según una medida determinada

L

Logotipo. cabecera de una publicación, especialmente cuando está constituida por un grafismo especial

M

Maqueta. versión reducida a escala de la obra final

Medianil. margen del lomo

P

Pica. (voz inglesa) unidad de medida tipográfica

Pie. margen inferior de una página o de una columna

Portada. En una publicación periódica, primera página de texto, encabezada con el título y los datos registrales

Punto. unidad de medida tipográfica, por la que se rige el material de imprenta

R

Retícula. red regular de líneas rectas dispuestas a intervalos iguales y por lo general, en ángulo rectos

Ritmo. disposición de elementos en una secuencia que está controlada por unos intervalos periódicos

T

Tipografía. diseño de texto impreso

"Apuntes para el taller de diseño editorial asistida par computadora". Ediciones Calíope, México 1994.

AUGE, R.

La imprenta: naciones técnicas de las procedimientas de impresión y normas tipográficas, título original "L'Imprimerie". Ed. Paraninfo, Madrid 1971.

Enciclopedia del diseño.

"Grafisma funcional"

Dirigido por Luc Janiszewski y Abraham Moles
Ediciones CEAC, Barcelona, España.

Ley Federal de Derechas de Autor.

Ediciones Delma, S.A. de C.V. Quinta edición,
México 1996

MARTÍNEZ de Sausa, José.

Diccionario de información, comunicación y periodismo. Ed. Paraninfo S.A. 2a. edición,
España 1992

MULLER-BROCKMANN, Josef.

Sistemas de retículas, un manual para diseñadores gráficos. Ed. Gustavo Gili,
México 1992

OWEN, William.

Diseño de Revistas, título original "magazine Design". Ed. Gustavo Gili, S.A., Barcelona 1991 y para la presente edición Ed. GG S.A. de C.V. México 199.

PRIETO, Daniel.

Diseño y Comunicación. UAM Xachimilco,
México 1987.

RAWSON, Philip.

Diseño, título original "Design". Traducción Alberto Villalba Rodríguez. Ed. Nerea S.A., Madrid 1990.

RICARD, Andre.

Diseño Porqué?, Colección Punto y Línea. Ed. Gustavo Gili S.A., Barcelona 1982.

ROBLES, Francisca.

"Guía práctica para elaborar revistas". Tesis para obtener la licenciatura en Ciencias de la Comunicación. UNAM, México 1987

ROJAS Soriano, Raúl.

Guía para realizar investigaciones Sociales.
Textos Universitarios, UNAM, México 1981

STANTON, William J., Charles Futrell.

Fundamentos de la mercadotecnia. Ed.
Mc.Graw-Hill, México 1989.

SWANN, Alan.

Cómo diseñar retículas. Ed. Gustavo Gili,
Barcelona 1990.

TURNBULL, Arthur T., Baird Rusell N.

Comunicación gráfica; tipografía,
diagramación, diseño y producción. Ed.
Trillas S.A. de C.V., México 1986