



12
31.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLAN

*La función del diseñador en el proceso
de elaboración de una revista*

TESIS

Que para obtener el título de licenciatura de Diseño Gráfico



PRESENTA

Laura Martínez Rodríguez

ASESOR

Lic. Albino Manuel Ramírez Méndez

Naucalpan, Acatlán, Estado de México. 22 de Agosto de 1997.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



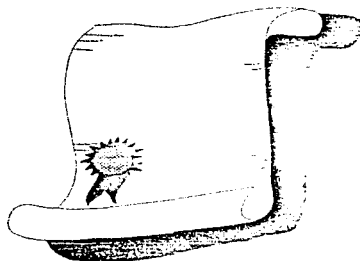
UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis 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.

DEDICATORIAS



*Agradezco a Dios.
Por la oportunidad
de permitirme aprender cada día.
A las personas que han sido parte de este proceso...
y nuevamente...
a la ley infinita universal que se manifiesta a cada
momento como paradoja.*

INDICE

INTRODUCCIÓN	pág. 1
CAPÍTULO 1 Definiciones y antecedentes del diseño gráfico	2
1.1 <u>DEFINICIONES</u>	2
1.1.1 DEFINICIÓN DE DISEÑO GRÁFICO: elementos del proceso comunicativo (emisor, receptor, mensaje y código)	2
1.1.2 ÁREAS DEL DISEÑO GRÁFICO: publicidad, ilustración, medios audiovisuales, empaque, diseño editorial.	4
1.2 <u>ANTECEDENTES</u>	5
1.2.1 CULTURA ORAL	6
1.2.2 CULTURA ESCRITA: escritura sintética (mnemotécnica y pictografía) y escritura analítica (ideográfica y fonética).	6
1.2.3 CULTURA IMPRESA O TIPOGRÁFICA: los manuscritos	8
1.2.4 CULTURA ELECTRÓNICA	9
1.2.5 CRONOLOGÍA DE LOS MEDIOS IMPRESOS	10
1.3 <u>PUBLICACIONES EN EL DISEÑO EDITORIAL</u>	10
1.3.1 LIBRO	10
1.3.2 REVISTA	11
1.3.3 PERIÓDICO	11
1.3.4 FOLLETO	11
CAPÍTULO 2 Definiciones y antecedentes de la revista	12
2.1 <u>DEFINICIÓN DE REVISTA</u>	12
2.2 <u>CLASIFICACIÓN DE LA REVISTA</u>	12

2.2.1	REVISTA DE INFORMACIÓN GENERAL	13
2.2.2	REVISTA MUSICAL	13
2.2.3	REVISTA DE NEGOCIOS	13
2.2.4	REVISTA DE REVISTAS	13
2.2.5	REVISTAS ESPECIALIZADAS	14
2.2.6	REVISTAS TÉCNICAS	14
2.2.7	REVISTA ESCOLAR	14
2.2.8	REVISTA NOTICIOSA	14
2.3	<u>COMPONENTES BASICOS DE UNA REVISTA</u>	14
2.3.1	DEFINICIÓN DE PÁGINA	15
2.3.2	ELEMENTOS DE UNA PÁGINA: textos impresos, imágenes y espacios	15
2.3.3	TIPOS DE PÁGINAS: páginas exteriores y páginas interiores	17
2.4	<u>REPASO HISTÓRICO DE LA REVISTA EN MÉXICO</u>	20
2.4.1	EPOCA COLONIAL	20
2.4.2	EPOCA INDEPENDIENTE	21
2.5	<u>SISTEMAS DE COMPOSICIÓN DE TEXTO</u>	23
2.5.1	COMPOSICIÓN MANUAL: con tipos móviles y con caracteres transferibles.	23
2.5.2	COMPOSICIÓN MECÁNICA: en caliente (linotipia y monotipia) y en frío (fotocomposición y dactilocomposición)	24
2.5.3	COMPOSICIÓN ELECTRÓNICA: editoras personales y uso de computadoras.	26
CAPITULO 3 Bases teóricas para el diseño de revistas		27
3.1	<u>CONCEPTOS</u>	27

3.1.1	TERMINOLOGÍA UTILIZADA EN LA INDUSTRIA DE LA IMPRESIÓN: tipo caracter, clasificación de caracteres, el renglón gráfico, familia, estilo, estilos básicos, serie y cuerpo de una letra	27
3.1.2	PAPEL: ventajas en el uso de formatos, formatos de papel normalizados, tipos de papel, clasificación y evaluación del papel.	33
3.2	<u>PROPORCIONES Y RELACIONES EN LA COMPOSICIÓN</u>	36
3.2.1	DEFINICIÓN DE PROPORCIÓN: tipos de proporción, proporción áurea, número de oro.	36
3.2.2	CLASIFICACIÓN DE RECTÁNGULOS: rectángulos estáticos y rectángulos dinámicos	37
3.2.3	PROPORCIÓN EN FORMATO DE PÁGINA: formatos DIN, formato raíz de dos, formato ternario y formato áureo.	38
CAPITULO 4 Planeación y producción en el diseño editorial		43
4.1	<u>PLANEACIÓN GENERAL</u>	43
4.1.1	PLANEACIÓN PARA LA PRODUCCION GENERAL (Definición de la publicación, investigación de mercado, costos y presupuestos, características de la publicidad)	43
4.1.2	PROPUESTAS PARA ORGANIZACION EN EL PROCESO DE ELABORACION DE UNA REVISTA	44
4.2	<u>PLANEACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN DEL DISEÑO</u>	49
4.2.1	BOCETAJE (Bocetaje burdo, bocetaje final)	49
4.2.2	DUMMY	50
4.3	<u>PLANEACIÓN PARA LA REPRODUCCIÓN</u>	50
4.3.1	OBTENCIÓN DE ORIGINAL MECÁNICO (Definición de original mecánico, clasificación de original mecánico, original de línea, original de medio tono, original de tono continuo)	50
4.3.2	OBTENCIÓN DE NEGATIVOS (fotolito)	52

4.3.3	IMPRESIÓN: Impresión en hueco (hucograbado), impresión en relieve (tipografía), impresión en plano (serigrafía, litografía, offset)	54
4.3.4	ACABADOS	56
3.4.5	ENTREGA DE MATERIAL	56
4.4	<u>FUNCIÓN DEL DISEÑADOR GRÁFICO EN EL PROCESO DE ELABORACIÓN DE UNA REVISTA</u>	57
4.4.1	PERFIL DEL DISEÑADOR GRÁFICO	57
4.4.2	MODALIDADES EN EL DESEMPEÑO PROFESIONAL DE UN DISEÑADOR GRÁFICO (Desempeño dependiente y desempeño independiente)	57
4.4.3	PLANEACIÓN DE TIEMPO Y ACTIVIDADES: (Actividades controlables y actividades no controlables).	58
4.4.4	ASPECTOS LEGALES Y ADMINISTRATIVOS: documentación de un proyecto (carta, memorándum, minuta, orden del día, fianza, reporte, cotización, presupuesto, contrato, agenda y calendario)	59
	CONCLUSIONES	62
	BIBLIOGRAFIA	63

INTRODUCCIÓN

Si alguna vez nuestra atención ha sido atrapada por cualquier tipo de impreso exhibido en algún puesto de revistas o periódicos, nos habremos dado cuenta de la importancia que ha sido para nosotros en ese momento recibir oportunamente información acerca de recientes investigaciones científicas, nuevas aplicaciones tecnológicas, o simplemente datos o detalles sobre eventos de nuestro interés; películas, conciertos, cursos, conferencias o exposiciones. Uno de los documentos escritos que nos proporcionan este tipo de información es la revista, y aunque entre una de sus principales funciones es la de informar, también puede llegar a crear vínculos entre diferentes grupos de la sociedad con intereses afines o complementarios (a nivel científico, intelectual, recreativo, etc.) por lo tanto; decimos que la revista, además de **informar** también **comunica**. La revista también se utiliza como recurso didáctico en la enseñanza de diversos temas (manualidades, artes, oficios).

La gran versatilidad de la revista le ha permitido ser uno de los medios comunicativos e informativos más utilizados a nivel interno u externo tanto en organizaciones particulares como públicas: facultades, asociaciones civiles, empresas, o escuelas. Podemos decir que la accesibilidad en la producción de una revista, abre las espectativas tanto para diseñadores gráficos, así como para cualquier otra persona que se interese en llevar a cabo cualquier tipo de revista.

Hemos considerado la gran importancia que tiene dentro del diseño gráfico el conocer y dominar cada uno de los procesos necesarios para realizar una publicación e identificar en forma global y específica la totalidad de las actividades y su

interacción.

Esto, en otras palabras, significa tener una macrovisión y una microvisión de cualquier empresa que iniciemos.

El tener una microvisión abarca las conceptualizaciones o bases teóricas fundamentales; en el caso de diseño editorial comprende el conocimiento de los elementos que intervienen en la composición, conocimiento de teoría y psicología del color y de la forma, principios de relación y orden en los elementos formales de las diferentes publicaciones así como la correcta aplicación de éstos principios para realizar el diseño final.

La macrovisión, en el ejercicio del diseño editorial es adquirir el conocimiento de la planeación, organización y producción de una publicación. Esto implica visualizar las estrategias de mercado, estrategias editoriales comunicativas, aspectos organizacionales y legales, etc.

Conocer y aplicar únicamente las bases teóricas fundamentales (microvisión) nos hace excelentes técnicos, sin embargo, el conocimiento de ambos aspectos (macrovisión y microvisión) nos hace profesionales con un entoque preciso de nuestro trabajo.

El presente material informativo abarca aspectos de planeación y producción en el proceso de editorial de una revista, se visualizan aspectos particulares y generales y la finalidad es brindar al estudiante de diseño gráfico o a las personas que se interesen en la realización de publicaciones, una guía sobre los aspectos necesarios para ejercer profesionalmente el diseño editorial.

CAPITULO 1

DEFINICIONES Y ANTECEDENTES DEL DISEÑO GRÁFICO.

1.1 DEFINICIONES

Definimos algo siempre que deseamos fijar con claridad y precisión, ya sea el significado de palabras, la naturaleza de una cosa o bien, el conjunto de normas establecidas que rigen determinado organismo.

En éste caso es importante asentar primeramente la acepción relativa a los términos *Diseño Gráfico*, con la finalidad de entender el vínculo existente entre diseño gráfico, diseño editorial y la revista como producto editorial.

1.1.1 DEFINICIÓN DE DISEÑO GRÁFICO

Para realizar un estudio respecto a las actividades que desempeña un diseñador gráfico en el aspecto productivo de un país, en este caso México, procederemos a interpretar: ¿qué es el diseño gráfico? para ello examinaremos algunas definiciones existentes.

Enric Satué se refiere al diseño gráfico como "un conjunto de operaciones técnico-proyectuales las cuales son necesarias para elaborar un modelo singular y lograr así una determinada información visual."¹ Al objeto de dotar al diseño de la mayor cantidad posible de atributos eficaces, comprensibles y persuasivos para la fácil y completa percepción de su mensaje es algo que hay que considerar razonablemente con independencia del medio técnico empleado para obtener el número de copias deseadas.

Posteriormente, el mismo autor señala que:

"el diseño gráfico ha sido condicionado desde el siglo XV por el proceso de evolución tecnológica... hasta el punto de fomentar implícitamente la idea de que se trata de una de las llamadas artes gráficas o, más propiamente, de la industria de la impresión."²

En el libro titulado *Las artes plásticas en México*, editado por la UNAM y cuyos datos posteriormente damos definen al diseñador gráfico como "aquél que se ocupa de los objetos de dos dimensiones o planos, por ejemplo: tejidos y telas estampadas, carteles, portadas de libros, rótulos y señales de tráfico."³

Esta idea es reforzada por Arthur T. Turnbull, quien en su libro *La comunicación gráfica*, expresa que todo diseño implica comunicación y así la define:

"La comunicación gráfica es el proceso de transmitir por medio de imágenes que, generalmente están en una superficie plana."⁴

Literalmente procederemos a definir cada palabra:

DISEÑO: "Proyecto que hace un artista o el técnico de ciertos objetos de uso que serán fabricados en serie"⁵

GRÁFICO: Procede del término griego *grafos*, que significa escribir o grabar.

1.- Enric Satué, *El diseño gráfico, desde sus orígenes hasta nuestros días*, Madrid, ed. Alianza, 1988, pág. 9

2.- *Ibidem*, pág. 10

3.- *Las artes plásticas en México*, México, ed. UNAM, 1988, pág. 55

4.- Arthur T. Turnbull, *Comunicación gráfica*, México, ed. Trillas, 1990, pág. 25

5.- *Diccionario Enciclopédico A.E.A.*, Barcelona España, 1990, pág. 381

Estructuramos la siguiente definición:

El diseño gráfico es un proyecto que el artista o *técnico* escribe o graba de ciertos objetos que serán fabricados en serie.

Una definición literal como la anterior nos muestra las funciones que, originalmente desempeñaba el diseñador gráfico. Sin embargo, considerando la importancia de la evolución tecnológica notaremos hasta qué punto ha evolucionado y continúa evolucionando la función del diseñador, simultáneamente con la nueva tecnología. No obstante, el diseño gráfico independientemente de los recursos tecnológicos implementados continúa teniendo como principal objetivo comunicar e informar.

Por lo tanto definiremos básicamente al diseño gráfico como el conjunto de técnicas, operaciones o métodos utilizados para realizar un proyecto de objetos cuya finalidad será la de transmitir mensajes, de ésta manera la tecnología será determinante en la realización de las operaciones o métodos que utilizará el diseñador gráfico.

Actualmente podemos informarnos de las funciones desempeñadas por el diseñador gráfico:

"Es el profesional que satisface las necesidades de comunicación visual mediante la configuración, estructuración y transmisión de mensajes significativos, de una forma eficaz, expresiva y adecuada a un

determinado medio social; valiéndose de signos, señales y símbolos, colores, formas, sonidos y la relación entre ellos".⁶

Algunos autores hacen énfasis en que se trata de una actividad básicamente bidimensional (véase notas 3,4).

Consideramos al diseñador gráfico con el profesionalismo suficiente que le permita configurar, estructurar y transmitir mensajes para lograr un objetivo comunicativo; de modo que, dentro de este proceso se ubicará como el proyectista que al realizar los planos de ejecución sobre una superficie plana (generalmente sobre papel) la concretización del diseño puede aplicarse en forma tridimensional y a gran escala, cumpliendo así su propósito comunicativo.

Bruno Munari, en su libro *El arte como oficio*, considera al diseñador un proyectista dotado, de un sentimiento estético que desarrolla en diferentes sectores: diseño industrial, diseño visual, diseño gráfico y diseño de investigación.

Un diseñador gráfico, además de conocer los elementos de diseño (espacio, línea, valor tonal, volumen, textura y plano), principios de diseño (relación, transición, repetición, oposición, etc...) y parámetros de composición, deberá tener la habilidad de conocer y ubicar sus funciones a desempeñar dentro del proceso comunicativo, el cual se describe a continuación.



EMISOR: es quien genera determinados mensajes mediante la aplicación adecuada de un código, con la finalidad de establecer relación comunicativa con el receptor.

RECEPTOR: es el individuo que recibe el mensaje, ya sea en forma acústica o visual, lo interpreta de acuerdo al código que también le es conocido y lo descifra o decodifica. En el receptor se genera una respuesta, según la cual se puede medir la efectividad de la comunicación.

CÓDIGO: es el conjunto de elementos y reglas convencionales establecidas en cualquier lenguaje para optimizar el proceso comunicativo.

MENSAJE: es el principal objetivo de la comunicación. Es aquello que necesita ser expresado (por el emisor) y decodificado (por el receptor), generalmente se expresa mediante ideas o conceptos.

Dentro del proceso comunicativo anteriormente expuesto el diseñador gráfico no desempeña el papel de emisor, sino de estructurador de mensajes mediante el correcto uso del lenguaje visual; de modo que al participar en una parte del proceso comunicativo, su labor depende básicamente de los canales de comunicación y recursos disponibles, por lo tanto; las actividades realizadas por el diseñador gráfico no se darán en forma aislada.

Para concluir definiremos al diseño gráfico como el conjunto de operaciones o métodos que, mediante el apropiado uso del lenguaje gráfico, nos permite elaborar un proyecto de objetos que cumplan fines comunicativos.

La función específica del diseñador gráfico estará determinada por el medio comunicativo donde esté inmerso. Es así como la versatilidad de los medios de comunicación darán origen a las divisiones que se hacen en el campo del diseño gráfico.

1.1.2 ÁREAS DEL DISEÑO GRÁFICO.

El diseño gráfico se ha dividido en diversas ramas, las cuales se han especializado en sus propias formas de comunicación. Cada área presenta variaciones en la metodología de trabajo y el único factor que tienen en común es que han de ser "Visualmente eficaces y dinámicamente creativas"⁷

Algunas especialidades dentro del diseño gráfico son las siguientes:

- ◆ Publicidad
- ◆ Ilustración
- ◆ Medios audiovisuales
- ◆ Empaque, envase y embalaje
- ◆ Diseño editorial.

PUBLICIDAD:

La publicidad es el conjunto de acciones y medios empleados para divulgar noticias o información de tipo comercial, con

el propósito de atraer compradores. Este conjunto de acciones se refieren al diseño comercial, que cuenta con diversidad en soportes como son el cartel, anuncio en diversos medios, catálogos, etc.

ILUSTRACIÓN:

El recurso de la ilustración como apoyo básico para cumplir los objetivos comunicativos del diseño gráfico le llevan a emplear diversas técnicas para la ejecución de imágenes como son el grabado, pintura, viñeta, fotografía, ilustración digital o cualquier otra imagen que sirve de apoyo a la transmisión de un mensaje. De modo que el diseñador que se aboca a la ilustración será el realizador de estas imágenes y además, quien decida la técnica de realización más apropiada para la impresión y medios en que se utilizarán.

MEDIOS AUDIOVISUALES:

Los medios audiovisuales comprenden el desempeño dentro del manejo de la imagen cinética o fija acompañada de sonido.

EMPAQUE, ENVASE Y EMBALAJE:

Las actividades relativas a el empaque, envase y embalaje, consisten en acondicionar externamente mercancías diversas para ser almacenadas, conservadas o enviadas al destinatario; este acondicionamiento requiere de:

- a) El conocimiento de materiales para construir contenedores apropiados para conservar y transportar los productos.
- b) La labor de acondicionamiento externo también abarca el diseño de la presentación (formas, colores, tipografía, secuencia gráfica, etc.) en función del lugar donde será exhibido el producto.

c) Presupuesto disponible y técnica de impresión.

DISEÑO EDITORIAL

El término edición se deriva del verbo latino *édere*, que significa sacar a la luz. Propiamente, editar designa a la acción consistente en difundir o publicar una obra, periódico, revista, folleto, mapa, disco etc. a través de la imprenta o cualquier otro medio mecánico.

Aunque la edición, en medios como radio y televisión, designa a la terminación, perfeccionamiento o postproducción de programas filmados o radiofónicos; a nivel de material impreso se ha conceptualizado

diferente.

El diseño editorial consiste en cumplir objetivos comunicativos mediante la planeación, estructuración y realización de mensajes visuales, así como la adecuada aplicación del lenguaje visual en la organización de textos, titulares, ilustraciones, fotografías, plecas, grafismos o mancha impresa, contragrafismos o espacios en blanco y secuencialidad en las páginas.

El diseño editorial es la organización de ideas dentro de un espacio blanco (página) en forma comprensible. Es un trabajo donde conjuntamente participan dibujantes, diseñadores, tipógrafos e impresores.

El diseñador recibe la información procedente del redactor y corrector de estilo, acompañada de imágenes y especificaciones, de manera que organiza estos elementos, enfocados a dirigir los procesos de pensamiento del lector y cumplir el objetivo informativo.

A la organización de los elementos dentro de la página o maquetación, seguirá el estilo que sustente la publicación dentro del mercado; sin embargo, puede armarse la página creativamente, proponiendo nuevas distribuciones del espacio.

El diseño editorial se ha favorecido por las aplicaciones contenidas en paquetes editoriales de computación, con funciones específicas para la edición de documentos, como son diseño de página, acceso a fuentes tipográficas de diverso puntaje, efectos especiales, impresión de imágenes provenientes de cintas de video etc.

1.2 ANTECEDENTES

El lenguaje escrito ha evolucionado a través de la historia de la humanidad, cada una de las fases de éste desarrollo a sido significativo para la evolución de los medios impresos.

Para lograr una mayor comprensión de los procesos que han ido conformando lo que hoy conocemos como diseño editorial, procederemos a esquematizar brevemente la evolución de los medios impresos, así como de la escritura (principal lenguaje utilizado en la revista).

Fernando Curriel, divide a la cultura occidental en cuatro culturas comunicativas de acuerdo a su evolución.⁸

- cultura oral
- cultura escrita
- cultura impresa o tipográfica
- cultura electrónica

1.2.1 CULTURA ORAL

El surgimiento de la cultura oral se ubica en el periodo prehistórico (2.000.000-6.000), anterior a todo documento de carácter histórico. La prehistoria, aunque forma parte de la historia carece de testimonios escritos o sus códigos de escritura aún no han sido descifrados.

Se conoce de las actividades realizadas por pueblos antiguos por los instrumentos encontrados en sus moradas, tumbas, utensilios de uso doméstico, armas, piedras grabadas o pintadas, huesos humanos, etc.

Los grandes progresos en la etapa prehistórica fueron el lenguaje, el fuego, la domesticación de animales, el cultivo de la tierra, etc.

A esta etapa corresponden los primeros intentos comunicativos como son

las pinturas rupestres encontradas en España, Bélgica, Austria y Dinamarca.

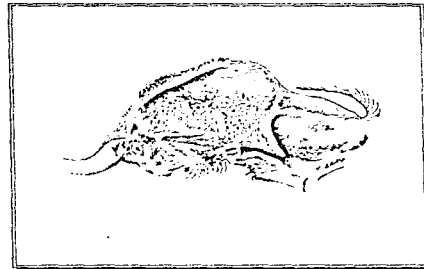


FIGURA 1 Pinturas rupestres encontradas en Altamira España.

1.2.2 CULTURA ESCRITA

Iniciaremos por definir qué es la escritura, palabra proveniente del término latín *scriptura* y se refiere a la forma de representar gráficamente el lenguaje mediante símbolos (ideogramas) o signos (letras).

La historia de la escritura inicia hacia 3000 a. C.⁹ y es cuando los dibujos figurativos adquieren un tratamiento de estilización y geometrización, es el cambio del pictograma a ideograma.

La importancia de la escritura radica en establecer la transición de la prehistoria a la historia, ya que los documentos escritos han permitido reconstruir en forma aproximada parte del pasado.

Dentro de la cultura escrita se han establecido divisiones de acuerdo al nivel de perfeccionamiento del código empleado, el cual ha sufrido un proceso evolutivo para formar lo que ahora conocemos como alfabeto.

ESCRITURA SINTÉTICA

La primera etapa de la escritura es la pre-escritura o escritura sintética consistente en la transcripción del pensamiento, sólo cubre sectores limitados de la experiencia y no se da la combinación del lenguaje.

a) Lenguaje mnemotécnico: es todo recurso comunicativo que se utiliza con la finalidad de incrementar la memoria o

⁸ - Fernando Curriel, *Vol. Anagn. México*, ed. UNAM, 1988, pág. 79

⁹ - Antonio de Tobarco e Ivana, *Tipografía*, Italia, ed. Universidad de Palermo, 1964, pag. 16

crear una memoria *artificial*; estos recursos comunicativos primitivos que constituyen la pre-escritura pueden ser objetos, como los que a continuación se mencionan:

Los quippus o cuerdas de diversos colores en las cuales se realizaban nudos con diverso significado. El uso de los quippus se atribuye a pueblos peruanos.

Los wampum de los indios iroqueses eran collares o cinturones tejidos con fibras vegetales o tiras de pieles de animales adornados con diversos objetos, dichos instrumentos se emplearon como moneda o para estipular contratos.

Los stickmessages o palos mensajeros que los antiguos australianos usaban para transmitir órdenes o noticias.

b) La pictografía : es la segunda fase en la escritura sintética, se utilizan los dibujos figurativos (pictogramas), y cada uno de los cuales equivale a una frase. La pictografía se diferencia del símbolo por representar tan sólo el elemento natural simplificado, sin juicio crítico o irónico.

"La pictografía no tiene ningún carácter sistemático pero ha constituido una etapa importante de la prehistoria del lenguaje escrito."¹⁰

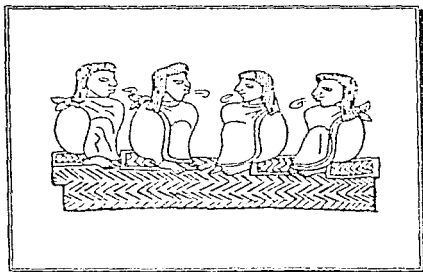


FIGURA 2 Pictograma tomado del códice de Mendoza.

ESCRITURA ANALÍTICA

La primera etapa de la escritura analítica es ideográfica, la segunda fonética (silabario y alfabeto); esta segunda etapa facilita la combinación del lenguaje, ya que las unidades de expresión son manipulables.

a) escritura ideográfica; el uso del ideograma ejemplifica claramente a la escritura analítica, dado que puede representar un signo lingüístico, una palabra o un morfema. En el ideograma existe mayor grado de abstracción y menor grado de iconicidad que en el pictograma.

Ejemplos de escritura ideográfica son la escritura cuneiforme, los jeroglíficos egipcios, la escritura China y el sistema numeral Maya.

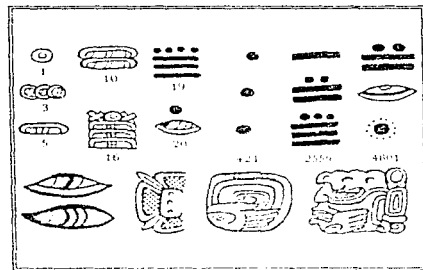


FIGURA 3 Ejemplo de ideograma, sistema numeral Maya.

b) escritura fonética: consiste en representar gráficamente sonidos, voces y palabras. La primera etapa de la escritura fonética fue silábica (un signo para cada sílaba). Posteriormente, los Fenicios estructuran el primer alfabeto fonético (1,000 a. C.) signo-letra, el cual expresó el sonido elemental que modula la garganta humana.

Los griegos retomaron el alfabeto fonético y lo perfeccionaron: separaron vocales de consonantes y completaron 24 letras, cambian la dirección en la escritura, del sistema sinistrórsum fenicio (dirección derecha- izquierda) al dextrorso (dirección izquierda derecha).

Los griegos involucran en el aspecto formal de las letras los cánones de simetría y armonía y sustituyen los ángulos agudos de las letras fenicias por ángulos rectos.

LOS MANUSCRITOS

Durante la Edad Media (s. V-XV) los escritos se realizaban en forma manual en los monasterios, los cuales fungían como centros donde los monjes realizaban la labor de copistas (o pendolistas) y reproducían gran cantidad de escritos a mano o manuscritos. En una sala de los monasterios llamada scriptórium, se producían algunos ejemplares de una obra, el lector la pronunciaba en voz alta, a la vez que varios amanuenses o copistas ejecutaban el escrito que, posteriormente se revisaba, corregía e ilustra.

Los crisógrafos aplicaban oro en los dibujos de letras iniciales, frisos y otros adornos.

Los iluminadores o miniaturistas eran personas encargadas de aplicar el color a los adornos, iniciales o cabeceras.

En su aspecto material el desarrollo del manuscrito se vio ligado tanto a la evolución de diferentes soportes como al desarrollo de los medios de fijación (tintas). Gramaticalmente la producción y lectura del manuscrito, tanto en monasterios como en universidades dependió de la oralidad, es decir, los recursos de puntuación y redacción, aparecieron posteriormente con el uso de la imprenta.

Con el aspecto formal del manuscrito surge la caligrafía (arte de dibujar la letra) propia en escritos importantes, carátulas o portadas de libros, o letras capitulares.

Hacia el siglo XIII en Europa se comienzan a utilizar las letras grabadas en madera o metal (cobre o cinc) conocidas como *tipos*.

1.2.3 CULTURA IMPRESA O TIPOGRÁFICA.

La etapa de la comunicación impresa se establece con el uso de la imprenta, basada en los tipos móviles metálicos y acreditada a Johan Gutenberg de Alemania, aproximadamente en el año de 1440. Este es el punto de partida para la comunicación a través de medios impresos a gran escala; sin embargo, diez siglos antes de Cristo en China ya se conocía la impresión mediante bloques de madera y también el uso del papel.

En el siglo XVII se desarrolla la litografía, la fotografía en la segunda mitad del siglo XIX y posteriormente, en el siglo XX el sistema de reproducción impresa conocido como *offset*, el cual reúne principios de la litografía tanto como de la fotografía.

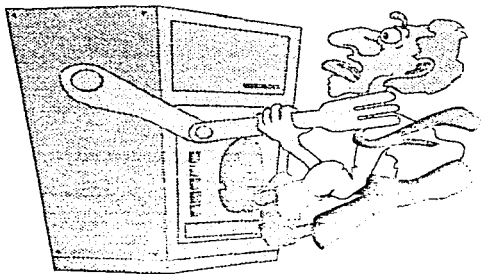
1.2.4 CULTURA ELECTRÓNICA.

La era electrónica se caracteriza por el incremento en los estudios referentes a la circulación de cargas eléctricas en gases, sólidos y en el vacío, así como el control y aplicación de éstos fenómenos a solucionar necesidades del hombre. La electrónica se aplica en diversos campos; el de nuestro interés principal es la informática, destacando la importancia que ha tenido la computadora a grandes niveles comunicativos.

Aunque los primeros intentos por procesar y almacenar información se remontan al siglo XVII con Blais Pascal y a finales del siglo XIX con Herman Hollerith, es hasta la década de los cincuenta cuando surge la primera generación de computadoras. Las primeras computadoras que surgen en los años cincuenta utilizan bulbos, por lo que son demasiado grandes, con poca capacidad de almacenamiento, alto consumo de energía y uso del alfabeto

numérico. En la década de los 60s, las computadoras cuentan ya con transistores y ensambladores; utilizan el alfabeto numérico y cuentan con un sistema operativo rudimentario. Hacia 1970 los circuitos integrados proporcionan ventajas como reducción de costos, menor consumo de energía, menor tamaño y sistema operativo más completo. Los circuitos integrados a gran escala, aplicados en la década de los ochenta, incrementan la velocidad de las computadoras; además, surgen paquetes de programación, mejores lenguajes y minidisos. En la década de los noventa se implementa la voz en las computadoras así como la posibilidad de conversar directamente con ellas.

En el siglo XX, antes de la Segunda Guerra Mundial, ocurre la mezcla de las cuatro culturas comunicativas. Destaca la oralidad, nuevamente implementada en diversos artículos electrónicos.



1.2.5 CRONOLOGÍA DE LOS MEDIOS IMPRESOS

El apartado siguiente se exponen en forma esquemática y breve la relación en aplicación de materiales, técnicas y lugar donde tuvieron origen los descubrimientos relativos a la industria de la impresión.

CRONOLOGÍA EN LOS MEDIOS IMPRESOS¹¹

AÑO	TIPO DE ESCRITURA	TÉCNICA	SOPORTE	CULTURAS O PAÍSES DONDE INICIA
3000 a. C.	pictográfica e ideográfica	pintura y grabado	papiro y piedra	Egipto
3000 a. C.	silábica	pintura y grabado	arcilla y piedra	Sumerios, Babilonios, Asirios.
1300 a. C.	alfabética	pintura y grabado	arcilla y piedra	fenicios
s. X	Alfabética	pluma con inclinación de 30 a 40 grados	pergamino y papiro	Italia
s. XV	Alfabética	regla y compás	papel, impresos comerciales	Italia
s. XV	Alfabética	Imprenta con caracteres movable, xilografía	papel, impresiones comerciales	Roma, Venecia
s. XVII	Alfabética	Litografía, pluma con punta fina	papel, impresos comerciales	Inglaterra, Italia
s. XIX	Alfabética	rotativas	libros, diarios, revistas y periódicos	Inglaterra
s. XX	Alfabética	fotograbado (offset), computadora	papel, impresos comerciales, libros, diarios, revistas, periódicos	E.E.U.U.

1.3 PUBLICACIONES EN EL DISEÑO EDITORIAL

Es publicación todo aquél producto editorial que se produce y difunde con la finalidad de dar a conocer cierta información destinada para cumplir objetivos

predeterminados. Aunque existen infinidad de publicaciones solamente expondremos aquellas de mayor reelevancia como son; el libro, revista, periódico y folleto.

1.3.1 LIBRO

El término *libro* tiene su origen en la palabra *liber* que es una película finísima que los Egipcios obtenían de una planta

llamada papiro con la finalidad de formar rollos que sirvieran como soporte para escribir. A lo largo del rollo de papiro se

11.- Antonio de Tubero e Ivana *Tipografía*, Italia ed. Universidad de Palermo, 1994, pág. 10

escribía en columnas alineadas, ésta fue la primer forma de un libro, que, inicialmente se denominó volumen (del latín *volvere*; envolver), debido a que los dos papiros eran enrollados por sus dos extremos en cilindros de madera, en un cilindro se escribía el título y se guardaban en cajas llamadas *scrinium*.

En la actualidad, el libro se constituye por un conjunto de hojas de papel

unidas entre sí: cosidas, engrapadas o pegadas. Las hojas pueden estar impresas por un sólo lado (página) o por ambos lados. El envoltorio del libro se denomina cubiertas (portada y contraportada) que, además de ser el material más grueso y resistente que las hojas interiores cumple la función de presentar la información relativa al contenido del libro o datos del autor.

1.3.2 REVISTA

Es una publicación periódica, generalmente ilustrada. Su contenido consiste en presentar artículos sobre diversas materias o una área específica.

Se ha comprobado que las revistas de mayor venta dan importancia al diseño individual de cada uno de sus artículos; en

este tipo de revista se integra el contenido informativo de cada artículo con el diseño de página.

Se ha comprobado que, en la mayoría de los casos, las revistas líderes en ventas dan mayor importancia al estilo que al contenido.

1.3.3 PERIÓDICO

Es una publicación impresa cuyo contenido son noticias y artículos sobre diversas materias. Su publicación puede ser diaria, semanal o mensual y el contenido noticioso es actualizado a los sucesos que ocurren. El material informativo para facilitar

su localización suele dividirse en secciones informativas y en algunos periódicos recurren a una sección adicional publicada semanalmente y que se conoce como suplemento.

1.3.4 FOLLETO

Es una obra impresa cuyo contenido varía entre 5 y 48 páginas, sin contar las cubiertas. El material utilizado para su producción puede ser desde papel bond, couche, cultural, etc.; o bien, cartulinas adecuadas para el sistema de impresión.

El folleto es un recurso muy utilizado en las agencias de viajes cuyo objetivo es comunicar una imagen de valor para vender servicios; cumple funciones informativas, publicitarias y persuasivas.



CAPITULO 2

DEFINICIONES Y ANTECEDENTES DE LA REVISTA.

La revista es un recurso informativo que en todo país juega un papel muy importante para la difusión de sucesos, eventos, descubrimientos y proyectos cuya trascendencia afecta en mayor o menor proporción la economía a nivel nacional.

La revista, como actualmente se publica es el resultado de todo un proceso que a través del tiempo a tenido que sufrir para cubrir las necesidades momentáneas y así llegar a constituir un reflejo económico, cultural y social.

2.1 DEFINICIÓN DE REVISTA

Etimológicamente la palabra revista se deriva del término *revisar*.

La palabra revisar o pasar revista se entiende como dar una segunda vista o realizar un examen cuidadosamente.

La palabra revista, en su acepción actual está tomada del idioma inglés: review que, entre otros significados es "el examen crítico de una obra"¹; sin duda inicialmente la revista constituyó un medio informativo y posteriormente fue adquiriendo autonomía y funciones específicas: "La revista anticipa, presagia, descubre, polemiza... La revista es vitrina y cartel".²

La revista se caracteriza por ser una publicación impresa, su periodicidad puede ser semanal, quincenal, mensual, bimestral o semestral y cuenta con información ilustrada de diversos temas.

"...se asemeja al libro al proveer de noticias con calidad y valor duradero".³

La revista tiene algunas características del periódico como son: informa noticias recientes y trascendentales; clasifica la

información a través de secciones; usa ilustraciones y fotografías. También las tiras cómicas, que en algunas revistas se publican, fueron recursos utilizados inicialmente en periódicos y actualmente continúan usándose

No está por demás mencionar la comparación que realiza William Owen, referente a la forma de revista: "una revista es más flexible que un libro y más rígida que un periódico; tiene mayor periodicidad que un libro y menos que un periódico y tiene una estructura híbrida de material de lectura en serie".⁴ Editar una revista también implica en promedio un menor costo en tiempo y dinero respecto a la edición de un libro.

Podemos incluso relacionar los objetivos de la revista con los de la publicidad "en cuanto a que se pone gran atención en su atractivo visual"⁵; como ejemplo, cabe mencionar a las revistas de relaciones públicas, de bienes y servicios, de publicidad, etc., aunque la mayor parte de las revistas utilizan la publicidad como uno de los principales patrocinadores y sustentadores de la misma.

2.2 CLASIFICACIÓN DE LA REVISTA

La revista presenta varias características como son: período de edición y

contenido, lo cual da una pauta para su clasificación; ésta variará en cada país, debido

1.- *Gran Larousse Universel*, Tomo 35, Barcelona, 1981, pág. 10820

2.- *Ibidem*, pág. 10820

3.- Arthur T. Turnbull, *Comunicación Gráfica*, México D.F., ed., Trillas, 1990, pág. 295

4.- William Owen, *Directo de Revistas*, México, ed. Gustavo Gili, 1981, pág. 126

5.- Arthur T. Turnbull, *Comunicación Gráfica*, México D.F., ed. Trillas, 1990, pág. 295

a que la idiosincrasia del público consumidor es diferente y depende de el nivel económico, cultural y social existente donde se edite la revista. Aún dentro de un mismo país, la población se dividirá en estratos sociales a los cuales se dirigen determinadas publicaciones. Asimismo, la infraestructura también será determinante en el tipo de revistas que se publiquen.

Las revistas se publican siempre bajo un mismo nombre; por su periodicidad se clasifican generalmente en: revista semanal, quincenal o mensual.

El contenido de la revista permitirá seleccionar el tipo de lectores interesados en determinada publicación, considerando las inquietudes, intereses, nivel intelectual, gustos y deseos del público consumidor (determinado por el previo estudio de mercado) se realizará el diseño de revista conveniente (adecuado a la información) y la publicidad adecuada.

Las revistas se pueden clasificar de diferentes maneras, un ejemplo de clasificación por su contenido es el siguiente:

2.2.1 REVISTA DE INFORMACIÓN GENERAL

En éste tipo de revista predominan artículos informativos acerca de temas actuales y diversos como pueden ser nuevas aplicaciones y descubrimientos tecnológicos o científico, juegos de entretenimiento, reportajes, entrevistas a personajes relevantes (de la política, científico o medio artístico).

"Es la que aparece bajo un mismo título, con una periodicidad regular hasta de un máximo de tres veces por semana, dirigida a un público lector indeterminado y que inserta reportajes, información y comentarios sobre hechos o temas de actualidad referidos a aspectos varios de la vida nacional e internacional".⁶

2.2.2 REVISTA MUSICAL

"publicación periódica dedicada a temas relacionados con la música".⁷ En la revista musical podemos encontrar varios

géneros musicales dirigidos a distinto público.

2.2.3 REVISTA DE NEGOCIOS

Aquella cuyo contenido se dedica al sector industrial, comercial y de servicios, cuyo material de redacción se enfoca totalmente a cuestiones empresariales y financieras.

La revista *El impresor* es una publicación mensual al servicio de las artes gráficas, se distribuye principalmente en la ciudad de México y es un ejemplo de revista de negocios.

2.2.4 REVISTA DE REVISTAS

Generalmente su periodicidad es semanal y su contenido se enfoca a resumir lo

más importante de la que se ha publicado anteriormente en varias revistas o diarios.

6.- Ignacio H. De La Mota, *Diccionario de la Comunicación*. Tomo IV, ed Limusa, México, 1994, Pág. 263
7.- *Ibidem*, pág. 263

2.2.5 REVISTAS ESPECIALIZADAS

Publicación que se hace de temas concretos, específicos y con un nivel de profundidad extenso y detallado, por lo que se

requiere que el lector cuente con conocimientos generales a cerca de las temáticas expuestas.

2.2.6 REVISTAS TÉCNICAS

Son publicaciones con temas de interés general como informática, mecánica, electrónica, etc. Requieren que el público lector

cuente con un grado amplio, de conocimientos acerca del contenido. El nivel de complejidad utilizado en la terminología es medio.

2.2.7 REVISTA ESCOLAR

Aborda temas de carácter didáctico en forma ilustrativa y específica. "...tiene el

formato tradicional de un libro".⁸

2.2.8 REVISTA NOTICIOSA

"emplea encabezados al estilo periodístico"⁹ y su contenido además de ser informativo presenta análisis y comentarios realizados por diversos periodistas y escritores sobre diversos temas.

Un ejemplo de revista de información general es la revista *Proceso*, la cual se publica semanalmente en el Distrito Federal desde 1976 hasta la fecha. La mayoría de sus 80 mil ejemplares se distribuyen principalmente en la ciudad de México.

Debido a que existen diversos factores característicos que agrupan por sus similitudes a las revistas, no podemos delimitar estrictamente una clasificación definitiva, debido a que ésta se incrementará de acuerdo a la edad, sexo, nivel económico social y cultural de el público lector, así, existen diferentes tipos de revistas juveniles, infantiles, femeninas, varoniles, etc.

2.3 COMPONENTES BÁSICOS DE UNA REVISTA

Conocer e identificar cada una de las partes formales que constituyen una revista así como su función, se hace necesario para toda persona en el ámbito de diseño editorial. La

manipulación de dichos elementos sin llegar a dificultar la captación del mensaje dependerá básicamente del conocimiento y uso que de la revista tenga el diseñador.

8.- Arthur T. Turnbull, *Comunicación Gráfica*, Mexico, D.F., de Trillas, 1990, pág. 295
9.- *Ibidem*, pág. 295

2.3.1 DEFINICIÓN DE PÁGINA

Podemos definir la página como cada lado impreso de una hoja, pudiendo ésta corresponder a un libro, revista, cuaderno, periódico o cualquier otro escrito.

Gerard Blanchard afirma que "una página puede ser definida como un plano

medurable"¹⁰ (que se puede medir), dentro del cual se sitúan un conjunto de elementos impresos que también son medibles. La disposición de éstos elementos dentro del espacio es conocida como composición.

2.3.2 ELEMENTOS DE UNA PÁGINA

Básicamente encontramos tres tipos de elementos dentro de una página de revista:

- Textos impresos
- Imágenes
- Espacios

La relación existente entre los elementos anteriormente mencionados debe ser proporcional y equilibrada, de manera que en conjunto resulte ser una composición estéticamente agradable y funcional; sin embargo, antes de abordar las reglas y lineamientos de composición, necesitamos conocer la importancia y función de cada elemento.

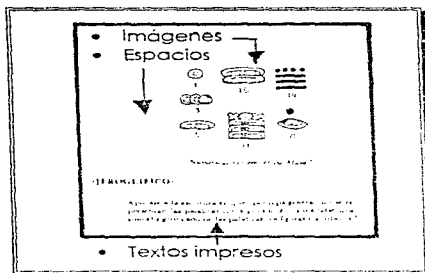


FIGURA 5 Elementos de una página

TEXTOS IMPRESOS

a) **Cabecera:** es aquella que "cumple el mismo fin que el título impreso en la cubierta del libro o al principio de un artículo"¹¹; identifica a la revista y da algunos datos significativos acerca de la publicación. La cabecera se ha convertido en un símbolo de identificación y a menudo el mejor agente de ventas de una revista. Es un elemento de la portada.

b) **Títulos:** los títulos después de la imagen (si la hay) tienen supremacía dentro de la página. "...es la expresión, en pocas palabras, de lo más destacado de la noticia".¹²

Los títulos son útiles para inducir hacia el mensaje concreto y atraer la atención del lector. El tratamiento que se les da respecto al tamaño, peso, ancho y posición, determinarán cuál es la nota más importante.

c) **Subtítulos:** son textos de menor jerarquía que los títulos, dan una introducción más detallada pero breve y concisa. Por lo que su tamaño y peso serán menores a los correspondientes al título.

d) **Ladillos:** "son pequeños títulos que se intercalan en la información para destacar las partes más importantes de ella".¹³

e) **Pie de foto:** son notas explicativas acerca de las imágenes que aparecen en la revista; se pueden distinguir con un grosor distinto al texto base. Si la imagen y el texto se

10.- Gerard Blanchard, *La Letra*, España, ed. CEAC S.A., 1990, Pág. 141

11.- Alberto A. Sutton, *Concepción y confección de un periódico*, Madrid España, ed. RIALP, 1963, pág. 312

12.- William Owen, *Diseno de revistas*, México, ed. Gustavo Gilli, 1991, Pág. 254

13.- Alberto A. Sutton, *Concepción y confección de un periódico*, Madrid España, ed. RIALP, 1963, pág. 256

ubicaran en diferente sitio, se debe mantener una relación numérica entre ambos.

f) Texto en general: es importante el adecuado manejo de grandes bloques de texto, ya que de éste depende la legibilidad de la página, así como un agradable y funcional diseño de la misma. El estilo del tipo, su cuerpo y el espacio entre líneas y el margen son los factores que determinan la mancha tipográfica.

Gerard Blanchard establece dos variables desde el punto de vista del lector en relación con el texto: la tipografía y la tipovisión. La primera, "pasa en primer lugar por el estadio de percepción global de una forma que corresponde a la propia naturaleza del texto"¹⁴ La tipografía se convierte en imagen figurativa para lograr contrastes más eficaces, derivados de las teorías literarias y de las imágenes retóricas.

Al contrario de la tipografía "la tipografía publicitaria, se propone, como primer objetivo, la búsqueda del impacto visual"¹⁵ y se

define como tipovisión porque su naturaleza es la de atraer visualmente.

g) El folio: nos indica el orden de páginas, pudiendo ser de tipo numérico o explicativo; el folio numérico se coloca a la cabeza, al pie de la página, a los extremos o centrado. El folio explicativo, además del número, lleva una explicación que puede ser el nombre de la revista o título de la sección.

Las páginas derechas corresponden a números pares y las izquierdas a números impares; las que van en blanco no se folian.

h) Citas y notas: Otros textos adicionales son las citas y notas, las cuales se ubican regularmente al final de la página o capítulo; se distinguen mediante números arábigos o letras y la constitución de su tipografía debe ser de menor jerarquía a la empleada en el texto.



FIGURA 6 Elementos de texto en la revista

IMÁGENES

Existen razones de semiótica para el tratamiento específico de cualquier imagen, sin embargo, nosotros abordaremos solamente generalidades y ventajas que proporciona cada procedimiento.

El uso de fotografías e ilustraciones, o como lo denomina A. Sutton "el periodismo gráfico" se inicia con "la invención de las tramas de puntos en 1880 y su adaptación a las

planchas curvadas estereotípicas en las rápidas rotativas"¹⁶

No obstante, el mismo autor afirma que las primeras ilustraciones que aparecieron en los periódicos no estaban relacionadas con la noticia, sino más bien eran anuncios atractivos, que posteriormente se comprobó, ejercían extraordinaria influencia sobre la gente mediante su impacto visual, motivándola a la

14.- Gerard Blanchard, *La Letra*, España, ed. CEAC S.A., 1990, Pág. 144

15.- *Ibidem*, pág. 144

16.- Alberto A. Sutton, *Conceptión y confección de un periódico*, Madrid España, ed. RIALE, 1963, Pág.

compra de dicho periódico o revista.

Podemos considerar que la imagen en el diseño de la página de revista se manipula de dos formas: mediante la fotografía o mediante la ilustración. Sin embargo las funciones que conlleva son:

"producir una interacción narrativa entre imágenes, organizándolas de manera que creen significados en sus relaciones con el texto, o bien, como una secuencia de hechos".¹⁷

Por lo tanto, mediante el impacto visual no sólo se ilustrará, sino también se informará al crear un concepto unificado entre imagen y texto.

La ilustración es considerada individualizada y subjetiva, "...su mensaje es, por lo general, indirecto y retórico".¹⁸

La ilustración proporciona comentarios, ambiente o emoción; revela el pensamiento mediante el uso de la metáfora a través de caricaturas, viñetas, gráficos etc. La ilustración "debe hacer algo que la ciencia objetiva o la fotografía no pueden hacer".¹⁹

La ilustración suele emplearse mayormente en el diseño para revista de temas abstractos como son las revistas que requieren, en su mayoría de la manipulación en las imágenes: ejemplo de ello son las de informática, revistas infantiles, revistas didácticas, de temas complejos, revistas que incluyan estadísticas o gráficas, como pueden ser las relacionadas con economía o temas empresariales y otras más.

La ilustración *rebasada*, es aquella

que se extiende ocupando el margen y es cortada por la guillotina al refinar las hojas; este recurso genera dinamismo en la página, además de usarse con mayor frecuencia en revistas juveniles.

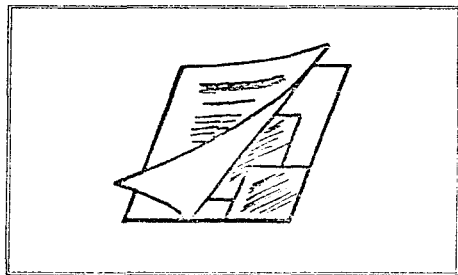


FIGURA 7 Ilustración rebasada.

ESPACIOS

Los espacios o blancos son el soporte o área dentro de la página que no se imprime, también se definen como contragrafismos y son el elemento negativo de una página impresa.

La imagen y texto constituyen el elemento positivo, grafismo o negro en una composición.

Los espacios pueden ser de diferentes tipos: los blancos interiores a los signos o letras, el espaciado entre renglones o interlineado y los espacios marginales.

2.3.3 TIPOS DE PÁGINAS

Podemos considerar dos tipos de páginas, determinadas por su ubicación y, por lo tanto, su funcionalidad: las exteriores y las interiores.

Las páginas externas o exteriores son conocidas como: primera de forros o portada y

cuarta de forros o contraportada.

Las páginas interiores son: la segunda de forros y la tercera de forros en cuanto a las cubiertas. Otras páginas interiores importantes son la primera página, la página editorial, las páginas centrales en revista engrapada o a caballo y el índice o sumario.

17.- William Owen, *Diseño de revistas*, México, ed. Gustavo Gilli, 1991, pág. 200

18.- *Ibidem*, pág. 200

19.- *Ibidem*, pág. 200

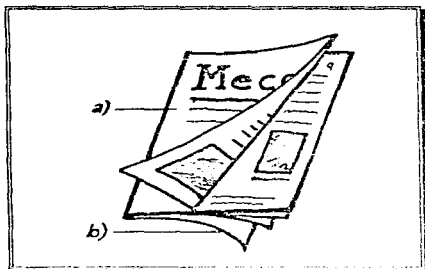


FIGURA 8 Páginas de forros

PÁGINAS EXTERIORES

a) Portada o primera página

La revista, cualquiera que sea su contenido o tipo de público lector, mantiene ciertos lineamientos fijos que consideramos como elementos constitutivos externos del cuerpo de la revista, así como de los interiores de la misma.

Lo primero que vemos de una revista es la primera página, portada o "ventana de muestra".²⁰ A través de ella se ganan confianza y lectores, debido a que se destacan los más importantes artículos, se dan los fundamentos tipográficos del resto de la revista y sobre todo, muestra la identidad o *personalidad* de la misma.

Hay quien opina que "la mejor portada de la revista es la memorable, la que se recuerda"²¹, y mejor aún, quien opina que la mejor portada es la que se vende.

Hay quien da a la portada el destino de hasta el 40% de la tirada de la revista; por ello se enfatiza en el estudio adecuado para la correcta realización en la presentación de una revista.

El diseño de portada de revista, además de atraer la atención del lector, debe

cumplir con una segunda función,²² que es la de crear un contexto mediante el uso apropiado de imágenes, gráficos, tipografía, formatos y color.

Las imágenes que comúnmente presentan en la portada las revistas juveniles, femeninas, de política o interés general, suelen ser rostros o cuerpos que, en la mayoría de los casos "buscan reflejar las aspiraciones físicas y sociales del lector".²³

Las revistas de interés general suelen colocar en la portada alguna imagen fotográfica o ilustración relacionada con el tema más importante. Las revistas de deportes, musicales, finanzas o modas, adoptarán portadas con fotografías de actividades recientes o personajes destacados en la materia.

Observamos que otras revistas, como las especializadas, técnicas y científicas recurren a la portada ilustrada con fotografías amplificadas, creando un tipo de surrealismo fotográfico y así captan la atención.

Independientemente del estilo que siga determinada editorial y de los recursos económicos que disponga para lograr una portada funcional y diferente en cada número, es importante considerar que "el diseño de portada revela interesantes características nacionales"²³, por lo tanto, el estudio del contexto es determinante. Estudios realizados revelan que, por ejemplo, los Italianos muestran un uso imaginativo de logotipo e imagen; los franceses tienen preferencia por modelos de cuerpo entero; los ingleses, por los rostros y los japoneses, por el torso y cabeza.

El diseño de portada de revista estará determinada por factores externos y factores internos. Los externos serán todos aquellos factores temporales y espaciales que influirán en el proceso de diseño (contexto). Los factores internos conciernen más específicamente a los requerimientos técnicos, como pueden ser formato, papel, y sistema de formación y reproducción o impresión, todos éstos determinados por el presupuesto y tiempo disponibles.

20.- Alberto A. Suttón, *Conceptión y confección de un periódico*, Madrid España, ed. RIALP, 1963, pág.

307

21.- William Owen, *Diseño de revista*, ed. Gustavo Gilli, 1991, pág. 189

22.- *Ibidem*, pág. 180

23.- *Ibidem*, pág. 186

b) Cuarta de forros o contraportada

Es la parte posterior de la cubierta de una revista, opuesta a la portada (contraportada). Publicitariamente es funcional, ya que se considera el punto de atención más importante después de la portada y por lo regular se utiliza como sección de anuncios en las revistas. Por servir de protector a las páginas interiores, las cubiertas suelen ser de un papel o cartón con mayor resistencia que el papel interior, además de mejorar en gran medida la presentación.

PÁGINAS INTERIORES

a) La segunda y tercera de forros

Son las páginas interiores que conforman las pastas o cubiertas de una revista. Su función es proteger, envolver y dar una presentación a la revista. Son lugares estratégico, después de la portada y contraportada, para la ubicación de mensajes publicitarios o carteles en promoción.

b) Primera página

La primera página en interiores es

aquella que encontramos enseguida de la primera de forros; hay quien afirma que "la primera página requiere de una atención especial porque es la ventana de muestra".²⁴

En las diversas revistas utilizan la primera página interior para presentación, página editorial, directorio, índice o sumario, o bien para algún anuncio publicitario.

c) Directorio

Es un espacio destinado a mencionar los créditos en la elaboración de la revista. Suele escribirse en esta página el número, volumen, año, lugar y fecha de edición, así como los nombres del editor, director comercial, coordinador editorial, colaboradores, diseñadores, fotógrafos, nombre de la institución (si es el caso), lugar de impresión y otros datos adicionales.

Además, en el directorio se anexan aspectos y datos de tipo legal como son periodicidad, número de registro, certificado lícitud de contenido, certificado lícitud de título, derechos de autor si es distribuidora nacional e internacional, dirección, teléfono, fax y aclaraciones acerca del contenido.

- 1.- Título de la Publicación. (Igual al registrado en la Constancia de Derechos de Autor)
- 2.- Fecha de Impresión y Periodicidad.
- 3.- Número de Certificado de Licitud y Título. (En Trámite)
- 4.- Número de Certificado de Licitud de Contenido. (En Trámite)
- 5.- Domicilio de la Publicación.
- 6.- Nombre y Domicilio de la Imprenta.
- 7.- Número de Reserva al Título en Derechos de Autor. (En Trámite)
- 8.- Nombre Completo del Editor Responsable designado en la Solicitud.
- 9.- Nombre y Domicilio del Distribuidor.

EJEMPLO:

OM, es una publicación mensual, editada por medios especializados, S. A. Mar Mediterráneo # 236, Col. México, C. P. 11420. Editor Responsable MARTIN PAEZ. Número de Certificado de Licitud de Título (En Trámite), Número de Certificado de Licitud de Contenido (En Trámite), Número de Reserva al Título en Derechos de Autor (En Trámite). Distribuido por la Unión de Vocadores, Despacho Everardo Flores, Serapio Rendon # 87, Col. San Rafael. Impresos ELIT, República de Brasil 22, Despacho 2, Col. Centro, México, D. F.

FIGURA 9 Requisitos de Ley que debe cubrir el Directorio de una Publicación.

24.- Alberto A. Sutton, *Conceptos y confección de un periódico*, Madrid España, ed. RIALP, 1963, pág.

d) Índice o sumario

Es una lista ordenada de los temas, secciones y artículos que se abordan en una revista y sirve como guía para una rápida y eficaz localización dentro de la misma mediante la foliación de las páginas.

e) Página editorial

Es el espacio dentro de una revista a

través del cual se mantiene un vínculo más directo con el lector. Inicialmente, era el editor propietario quien escribía la página editorial; actualmente, contiene artículos de varias personas; esto depende del estilo de la revista.

En el contenido de la página editorial se pueden incluir artículos explicativos, algunos grabados, caricaturas u otro material de especial interés para los lectores.

2.4 REPASO HISTÓRICO DE LA REVISTA EN MÉXICO

El contenido, así como la forma de la revista, en cada país ha sido reflejo de una realidad socioeconómica de su tiempo. Los avances tecnológicos son determinantes para el nivel cultural que alcance cada país y viceversa; el nivel cultural de la población de cada país influirá en la tecnología que se desarrolle. La importancia de conocer el proceso histórico de un producto (en este caso la revista), nos permite ubicarlo, conocerlo y relacionarlo con el entorno histórico como son

personajes, sucesos y fechas relevantes.

Es importante especificar el porqué la delimitación en este periodo. Sin duda, la trayectoria de las publicaciones periódicas (en éste caso la revista) en México, así como en cualquier parte del mundo, ha estado fuertemente vinculada y determinada tanto por el desarrollo tecnológico de la época, como a por las corrientes artísticas y filosóficas imperantes.

2.4.1 ÉPOCA COLONIAL

Hemos delimitado el periodo histórico a partir de la época colonial dado a que fue a partir de entonces cuando los medios impresos empezaron a tomar forma, dado el arribo de la imprenta a México. No obstante, reconocemos que durante el periodo precolombino se inició el desarrollo de la primera fase de escritura en México conocida como escritura sintética (véase capítulo 1), consistente en el uso de pictogramas e ideogramas asentados en códices, grabados y pinturas.

El arribo de la imprenta a México ocurrió durante la época virreinal y fue "gestionada por Fray Juan de Zumárraga en 1533".²⁵

Posteriormente, en el año de 1536, el italiano Juan Pablos establece en la ciudad de México, en "la Casa de las Campanas" cerca del zócalo, la primera imprenta en el continente

Americano. Por lo mismo, Juan Pablos es conocido como el primer impresor en México. El objetivo fundamental de instalar la imprenta fue difundir el cristianismo; prueba de ello es la reproducción de "*La Breve y más Compendiosa Doctrina Cristiana en Lengua Mexicana y Castellana*"²⁶; por cargo de Fray Juan de Zumárraga.

Los primeros grabadores fueron indígenas, que seguían instrucciones de españoles, por lo cual el diseño de las imágenes muestra elementos retomados de culturas prehispánicas y europeas; es mejor conocido como *Arte Indocristiano* o *tequitqui*, posteriormente "En el siglo XVII las relaciones y volantes vivieron un apogeo... En el siglo siguiente... se dio la aparición de las primeras gacetas y mercurios".²⁷

25.- Toussaint, *Resumen gráfico de la historia del arte en México*, México, ed. Gustavo Gilli, 1986, pág. 133

26.- Revista, *Contexto Gráfico*, núm. 33, febrero de 1996, pág. 12

27.- Karin Bohmann, *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, México, ed. Alianza, 1986, pág. 61

2.4.2 ÉPOCA INDEPENDIENTE

La ideología publicada hasta 1821 había sido de insurrección (en gacetas, periódicos y volantes) hasta que en 1812, el Virrey Venegas suspende la libertad de expresión y encarcela a periodistas como Fernández de Lizardi.

Durante el siglo XIX los medios impresos se beneficiaron grandemente por la aplicación de las primeras litografías realizadas en el año de 1826 por los italianos Clavela Linatti y Guspas Franchini; quienes habían sido trasladados a México con la finalidad de enseñar la técnica de reproducción litográfica.

En el año de 1847 se destaca como grabador Gabriel Vicente Gaona (Picheta), quien ilustra el periódico "Don Bulle Bulle" publicado en Yucatán.

El grabado como recurso ilustrativo, tanto de periódicos como de gacetas, cobra importancia a tal grado que en el año de 1853 se contrata al grabador profesional George Periam de Londres, con la finalidad de impartir clases de grabado en el colegio de San Carlos (fundado en 1783).

Entre los más connotados discípulos de Periam destacan: Miguel Pacheco, Luis G. Campe, Antonio Orellana, Valeriano Lara y otros más.

Otro destacado grabador mexicano ha sido José Guadalupe Posada Aguilar, quien además de realizar litografía comercial y estampas religiosas colaboró en el periódico *El jicote* (1870). En León Guanajuato participó en la realización de los diarios *El popular* y *El amigo del pueblo* así como en la revista *La patria ilustrada* (1883-1887).

Fundó los periódicos *La Gaceta Literaria*, *El Centavo Perdido* y *La Casera* y colaboró en las siguientes revistas:

Revista de México, *El padre Cobos*, *El teatro*, *Nuevo siglo*, *El boletín*, *El argos*, *La patria*, *El Ahuizote*, *El hijo del Ahuizote*,

Don Chepito, *Fray Gerundio y El Fandango*. Guadalupe Posada fue autor de aproximadamente quince mil grabados.

Desde 1850 ya se perfilaban los primeros estilos de revista "El primer periódico con carácter de revista llamado *Iris*... se dirigía a mujeres y publicó la primera caricatura política".²⁸

El periódico es considerado antecesor de la revista y es hasta 1869 cuando la corriente ideológica interesada en aspectos culturales crea un estilo de revistas más especializado y es precisamente en ese mismo año (1869) cuando Ignacio Manuel Altamirano inicia la publicación de grandes revistas literarias mexicanas, entre ellas "*El Renacimiento*"²⁹. Comienza a definirse, dados los recursos estilísticos y de contenido la revista ilustrada. Para llevar a cabo tal proyecto, Altamirano reunió a escritores de todas las tendencias y emprendió la tarea de sumar las inteligencias para construir lo que en aquel tiempo se nombró *reconstrucción nacional*.

Posteriormente surgieron otras publicaciones literarias como *la Revista Azul* dirigida por Gutiérrez Nájera y Carlos Díaz Dufoo; su periodicidad fue semanal y se publicó de 1894 a 1896. "Se le considera el primer órgano de modernismo".³⁰



FIGURA 10 Revista Azul

28.- *Ibidem*, pág. 61

29.- Moisés Ochoa Campos: *Reseña histórica del periodismo mexicano*, México, de Porrúa, S.A., 1968, pág. 109

30.- Humberto Musacchio: *Diccionario Enciclopédico de México*, México, D.F., ed. Andrés Bello, 1995, pág. 1710

La *Revista Moderna* fue una publicación literaria publicada quincenalmente entre 1898 y 1910 fundada por Bernardo Couto Castillo contenía gran número de viñetas realizadas por Julio Ruelas, contemporáneo de Posada. Esta publicación era un tanto elitista ya que principalmente se dirigía a escritores, poetas y artistas.

No obstante, el aspecto político existente en México también influyó en la aparición de revistas y periódicos con tendencias críticas hacia el sistema gubernamental.

"Una de las revistas de oposición más importante fue *Regeneración*, fundada en 1900³¹ cuyo contenido manifestó una resistencia contra la reelección de Porfirio Díaz.

Surgieron además otras revistas dirigidas a sectores más específicos como fueron "*El álbum de la mujer*" y "*Puros Cuentos*".³²

Hacia 1910 se funda la revista titulada *Revista de Revistas* cuyo contenido es de carácter general. A partir de 1918 dicha revista sufre un importante cambio en el diseño, por la valiosa participación del caricaturista veracruzano Ernesto García Cabral, quien además de sus caricaturas, llegó a ilustrar gran número de portadas e imágenes interiores.

En fechas próximas a 1923 el grabado inicia su decadencia debido a la aparición de la fotografía y su aplicación al grabado, para ilustrar revistas y periódicos.

Se considera que "es en los años veinte cuando está en plena efervescencia la evolución mexicana de las artes"³³, y es precisamente en ese período (1920-1924) cuando en la plástica se da el muralismo mexicano con tendencias nacionalistas. Estas tendencias nacionalistas repercutieron en el diseño de revistas, ya que se recurrió a

ilustraciones de murales, dibujos de indígenas y gran colorido característico del folklore nacional.

La revista *México Moderno* fue la primera revista literaria que apareció después de la revolución y se ocupaba de la alta cultura³⁴ (1920-1927); se publicó en la ciudad de México entre agosto de 1920 y junio de 1923, fue dirigida sucesivamente por Enrique González, Manuel Toussaint y Agustín Loera y Chávez.

Entre el período comprendido de 1925 y 1929 se edita la revista "*Forma*", fundada por Gabriel Fernández Ledezma, quien es considerado como: "El primer creador verdaderamente moderno dispuesto a poner su talento al servicio del Diseño Gráfico...consagrándose en la creación de catálogos de diseño de excepcional calidad... se aprecia en éstos catálogos la influencia de temas Art-Déco, alejado de la tendencia nacionalista mexicana."³⁵

En 1930 se crea un nuevo género de divulgación popular conocido como el de "*paquines*", que son revistas ilustradas de periodicidad semanal, o tiras cómicas. En la publicación de historietas dibujadas se popularizó a personajes como *Mamerto*, *El chupamirto*, *Don Catarino* y *Chirín*.

De 1932 a 1936 llegan a México un gran número de españoles, exiliados después de la guerra civil española, quienes representaron una nueva posibilidad de expresión y de estilo para el diseño gráfico mexicano.

Entre ellos destacan Miguel Prieto y Vicente Rojo. En 1940 Miguel Prieto funda la revista *Romance*, dirigida hacia los españoles exiliados en México, también realiza el diseño de las ediciones del INBA (1947).

31.- Karin Bhomann, *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, México, ed. Alianza, 1986, pág. 68

32.- *ibidem*, pág. 31

33.- Toussaint, *Resumen Gráfico de la historia de México*, México, ed. Gustavo Gilli, 1986, pág. 135

34.- Moisés Ochoa Campos, *Reseña histórica del periodismo mexicano*, México, de. Porrúa, S.A., 1968, pág. 182

35.- Enrique Sotuz, *El diseño gráfico desde sus orígenes hasta nuestros días*, España, ed. Alianza, 1988, pág. 401

Otra revista sumamente importante dado su contenido literario y cultural fue *Tierra nueva*; revista editada bimestralmente por la UNAM desde enero de 1940 a diciembre de 1942. Entre los principales colaboradores podemos mencionar a Ali Chumacero, Jorge González Durán, José Luis Martínez, Leopoldo Zea, Emilio Abreu Gómez, Raúl Anguiano, etc.

En 1951, otros exiliados españoles (Tomás Expresaté y Pepe Azorín) fundaron lo que posteriormente sería la famosa imprenta

Madero, la cual tuvo trascendencia debido a que fue la primera industria gráfica mexicana en instalar un departamento de diseño, dirigido hasta muy recientemente por Vicente Rojo.

Posteriormente se formó el grupo Madero integrado por destacados diseñadores como Rafael López Castro, Bernardo Recamier, Peggy Espinoza, Germán Montalvo y Luis Almeida integran el departamento de la industria gráfica.

2.5 SISTEMAS DE COMPOSICIÓN DE TEXTO

La composición consiste en "unir las letras, las palabras, las líneas y las frases de que está formado el texto."³⁶ Para designar el

mismo procedimiento se emplean términos como parar o levantar el texto.

Los sistemas de composición se pueden clasificar de la siguiente forma:

COMPOSICIÓN MANUAL	COMPOSICIÓN MECÁNICA		COMPOSICIÓN ELECTRÓNICA
Con tipos móviles (En frío)	En caliente		Editoras personales
Con caracteres transferibles (En frío)	Linotipia	Monotipia	
	En frío		Uso de computadoras
	Fotocomposición	Dactilocomposición	

FIGURA 11 Sistemas de composición de texto

2.5.1 COMPOSICIÓN MANUAL

COMPOSICIÓN MANUAL CON TIPOS MÓVILES

Como su nombre lo indica, consiste en el acomodamiento de tipos sueltos para formar palabras, párrafos y páginas necesarios en la impresión. Este proceso se ejecuta manualmente.

El material base es el tipo, que consiste en un paralelepípedo de metal, formado por una aleación de plomo, antimonio y estaño. Este tipo, cuya altura varía de acuerdo a cada país; lleva en su parte superior el carácter a imprimir (letra, signo de puntuación o cifra) en relieve y al revés.

36. - Gerard Blanchard, *La Letra*, España, ed. CEAC S.A., 1990, pág. 30

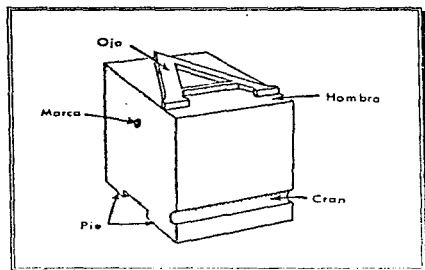


FIGURA 12 partes de un tipo

El ojo es la cara grabada en relieve, cuya superficie hace la impresión. *El hombro* es la base en que se asienta el ojo. *El cran* es una muesca que sirve de guía para posicionar correctamente la letra en el componedor. *El pie* consiste en dos proyecciones que hay en la base del cuerpo y sirven de guía para entintar el tipo.

La composición con tipos consiste en colocarlos en un utensilio conocido como componedor, uno a uno hasta formar una línea completa. También se dan espacios entre líneas, letras y palabras mediante el uso de bloques con medidas a escala y se expresa en unidades de puntos y picas.

SISTEMA DE MEDICIÓN	UNIDAD DE MEDICIÓN EN LONGITUD DEL TIPO	UNIDAD DE MEDICIÓN EN LA ALTURA DEL TIPO	PAÍSES DONDE SE UTILIZA
Métrico decimal	1 cicero = 4.51 mm	1 pto. = 37 mm	Europa, parte de América central y del sur.
Sistema basado en la pulgada (25.4 mm)	1 pica = 4.20 mm	1 pto. = .35 mm	Países de habla inglesa

FIGURA 13 Sistemas de medición

El componedor utilizado puede ser graduado para dar mayor precisión al texto, el cual se guarda en soportes rectangulares, llamados galeras, cuando se ha concluido su ordenamiento. En la actualidad este sistema de composición de texto se utiliza en diversas imprentas para formar e imprimir textos cortos como impresos de volantes, tarjetas, invitaciones etc.

COMPOSICIÓN CON MANUAL CARACTERES TRANSFERIBLES

Son letras, signos o imágenes autoadhesivos que se transfieren hacia la superficie donde se necesita el texto; ésta es una labor lenta, pero útil para trabajos de poca extensión.

2.5.2 COMPOSICIÓN MECÁNICA

Evidentemente, en este tipo de composición se utilizan máquinas y el trabajo que se realiza puede ser en caliente o frío.

COMPOSICIÓN EN CALIENTE:

Al industrializarse la producción del papel e incrementarse la velocidad en las prensas de imprimir, así como el auge que tuvo

el periódico en el siglo XIX, se hizo necesaria la mecanización en la composición. Esta consistió en reunir mecánicamente las matrices, en las que se inyectaría metal en fusión antes de volver al circuito de composición.

Existen dos sistemas de composición en caliente: linotipia y monotipia.

a) Linotipia

Inventada por O. Mergenthaler en 1866. El componedor ordena el original pulsando sobre un teclado; las matrices pulsadas se agrupan en la máquina y al completar la línea se funde el lingote.

b) Monotipia

Inventada por Tolber Laston en 1892. Esta máquina fundía y componía tipos individuales y móviles (idénticos a los de la composición manual). A diferencia de la linotipia, se fundían los caracteres individuales; esto permitía que las correcciones fueran más rápidas, ya que no había necesidad de fundir la línea completa.

La máquina monotype está compuesta por el teclado y la fundidora. Para cada letra se requiere una matriz, la cual se coloca en posición de fundir el número de veces que se requiera.

Posteriormente, hacia 1930 con la *telecomposición* se empezó a utilizar un sistema de composición a distancia para las linotipias. El proceso de telecomposición consistía en producir información mediante perforaciones en cintas, cuyos orificios correspondían a las letras del alfabeto y signos de puntuación, que a través de un distribuidor se traducían a impulsos eléctricos y éstos se enviaban por teléfono o radio al destinatario, quien traducía los impulsos y formaba una cinta perforada igual a la primera. Después, la cinta perforada instalada en la linotipia, producía los bloques de líneas terminados. De esta manera la tecnología ha permitido automatizar cada vez más los procesos de composición.

COMPOSICIÓN EN FRÍO

La composición en frío utiliza caracteres planos; prescinde del metal y de la fusión de éste. Consta básicamente de un teclado que, en el momento de pulsar una tecla produce un carácter inmediato. Se divide en dos sistemas: fotocomposición y dactilocomposición.

a) La fotocomposición

Es el sistema de componer textos mediante la fotografía de las letras, símbolos o signos. Estas máquinas fotocomponedoras emplean como matrices signos traslucidos sobre fondo opaco, que a través de diversos procedimientos, obtienen el texto en papel o película fotográfica.

Las primeras fotocomponedoras producían alrededor de 12,000 signos por hora. Posteriormente, entre los años de 1944 y 1947, ingenieros en telecomunicaciones mejoraron el sistema mediante un disco portador del negativo de los signos, el cual giraba a gran velocidad frente a un flash electrónico activado con el paso de la letra, previamente registrada por el componedor.

La aplicación de la electrónica básicamente comprende: la unidad de las matrices, un sistema óptico que permite los cambios de tamaño de los caracteres y la proyección de éstos sobre una superficie sensible (película o papel surgida de un receptáculo impermeable a la luz).

En el sistema de fotocomposición se utilizan también las fototituladoras a través de las cuales se producen títulos o textos cortos mediante el ensamblaje manual de las matrices; ya sea que se trabaje por contacto o en modo semejante a las ampliadoras fotográficas.

b) La dactilocomposición

Este tipo de composición es obtenida mediante máquinas que funcionan similarmente a una máquina de escribir. Los estilos tipográficos son intercambiables y pueden ser esferas o margaritas. Su calidad de composición no puede competir con la obtenida a través de la fotocomposición o la composición en caliente. Las máquinas de dactilocomposición actualmente se encuentran en desuso en el proceso de formación de texto.

2.5.3 COMPOSICIÓN ELECTRÓNICA

Básicamente consiste en el empleo de una máquina electrónica (computadora) para realizar la composición del texto, y en sí, de todo un documento, ya que el uso que se le ha dado actualmente, abarca todos los campos del desarrollo humano, sin omitir el diseño editorial.

Como mencionamos anteriormente una computadora es una máquina electrónica diseñada para recibir información (datos), procesarla mediante un esquema predeterminado (programa) y almacenarla para después proporcionarla al usuario.

La aplicación de la tecnología computacional al diseño gráfico se inicia con la creación de actividades específicas de autoedición publicación electrónica, compuedición o autoedición electrónica. Sin embargo, éstos términos no se refieren a un programa; sino más bien a un sistema complejo de usuario, equipo y programa (Hardware y software) unidos se han denominado el DTP (*Desktop Publishing*) que literalmente se traduce como publicaciones de escritorio y funcionalmente involucra desde la generación de texto, a la inserción de imágenes vanadas hasta la obtención del producto final que puede ser un volante, un periodico o cualquier otro documento impreso.

ASPECTOS DEL DTP (*Desktop Publishing*)

El DTP es considerado como una fusión de la tecnología computacional con las artes gráficas; o bien, la automatización en los procesos de formación de texto, imágenes, gráficos, diseño, montaje y preparación de originales para su reproducción.

Seis aspectos proporcionan los sistemas electrónicos para crear una página: la edición de texto, entrada del texto, importación de imágenes para editadas, creación y composición de páginas, despliegue de la página en pantalla y salida del documento.

a) Ventajas

Las ventajas en el uso de DTP comparativamente con los métodos tradicionales son:

- Se elimina el cálculo tipográfico, obteniéndose el producto final con mayor precisión en menor tiempo.
- Se evita el retacleo que hay al mecanografiar el texto y al componer la tipografía.
- El proceso de bocetaje y diseño de página (*layout*) se realiza directamente en la pantalla.
- Hay posibilidades de hacer cambios de última hora con mayor rapidez.
- Mejor calidad en la presentación de maquetas *dummies* con texto y color aproximados a los propuestos.
- Reducción de tiempo en el armado de los originales (*paste up*).
- Impresión inmediata de originales mecánicos.
- Posibilidad de reutilizar el trabajo.

b) Desventajas

- Altos costos del equipo especializado para DTP.
- Caer en soluciones prefabricadas.
- Dependencia de la corriente eléctrica.
- Posibilidad de perder información al no grabar la información.

CAPITULO 3

BASES TEÓRICAS PARA EL DISEÑO DE REVISTA

Es indispensable que, además de conocer todas y cada una de las partes que conforman una publicación periódica como una revista, conozcamos también los principios de relación y orden que nos permitan crear un diseño armónico y funcional, para no cometer el error de *sobrepasar el mensaje con la forma*, dadas las grandes oportunidades en la manipulación de imágenes.

Como afirmara Harold Evans: "El ideal es que el periodista- diseñador esté dominado por la idea de expresar una función, pero que tenga, al mismo tiempo una sensibilidad ante principios estéticos de unidad, proporción y armonía".¹

Es obvio que esta sensibilidad requiere de conocimientos fundamentados en las matemáticas y geometría, para así conformar el aspecto racional de éstos principios.

3.1 CONCEPTOS

Abordaremos definiciones relativas al área de diseño gráfico, y que en el diseño editorial es fundamental su conocimiento,

aplicación y evaluación de alcances. Éstos elementos son los caracteres, el papel y relaciones proporcionales entre ambos.

3.1.1 TERMINOLOGÍA UTILIZADA EN LA INDUSTRIA DE LA IMPRESIÓN

Con la finalidad de evitar confusión por la incorrecta aplicación de los términos relativos a la industria de la impresión y del diseño gráfico, hemos considerado precisar definiciones, clasificaciones, medidas establecidas y algunos otros datos relativos a los elementos del diseño.

Los tipos y grabados en relieve, una vez entintados, se transfieren mediante presión sobre el papel o soporte a imprimir.

Aunque actualmente el sistema de impresión tipográfica ha sido casi desplazado por nuevos sistemas de impresión como el offset, o mediante impresoras láser; la mayoría de los términos empleados en tipografía han trascendido hasta nuestros días.

TIPO

Un autor define el tipo como "la letra o carácter tipográfico".²

Este término se aplica a la pieza metálica que contiene en relieve una letra o cualquier otro signo, destinado a reproducirse mediante el sistema de impresión tipográfica (ver figura 12).

CARACTER

El término carácter se emplea para designar la figura o forma de un signo alfabético de cualquier sistema de escritura, es bidimensional y comprende tanto a letras como a signos de puntuación.

1.- Harold Evans, *Diseño y compaginación de la prensa diaria*, México, 1984, ed. Gustavo Gili, pág. 12

2.- Antonio Túbaro e Ivana: *Tipografía*, Italia, ed. Universidad de Palermo, 1994, pág. 93

CLASIFICACION DE LOS CARACTERES

a) *La figura* de los caracteres determina su clasificación en redonda, cursiva, negrita, versal y versalita.

redonda

cursiva

negrita

VERSAL Y VERSALITA

b) *Por sus trazos* los caracteres pueden ser recta, circular, semicircular y mixta

1.- Recta **N**

2.- Circular **O**

3.- Semicircular **C**

4.- Mixta **D**

c) *Por su gracia o serif*

1.- En gota **Γ**

2.- En botón..... **Ɔ**

3.- En bandera..... **Ɔ**

4.- En pico o gancho..... **Ɔ**

3.- Euniciano Martín, *La composición en las artes gráficas I*, Barcelona, ed. Don Bosco, 1970, pág. 28

4.- Ibidem, pág. 172

5.- Ibidem, pág. 178

EL RENGLÓN GRÁFICO:

Al agrupar los caracteres en palabras y frases existen zonas definidas por cuatro líneas limítrofes imaginarias:

a) *Astas ascendentes o rasgos*; son las porciones de las letras minúscula que sobresalen a la altura de las X.

b) *Altura de la X o núcleo central*; es el espacio vertical que ocupan las minúsculas (sin contar los trazos ascendentes y descendentes) o las versalitas.

La X se usa para medir esta altura, porque sus cuatro extremos tocan un punto de

las líneas imaginarias que limitan ese espacio

c) *Línea de base*; es el punto de referencia principal de las letras mayúsculas y minúsculas, donde inician los trazos descendentes.

d) *Astas descendentes*; porción de las letras minúsculas o los números de algunas familias alfabéticas que se ubican debajo de la línea de base.

Estas líneas varían según sea el diseño de las diferentes familia.

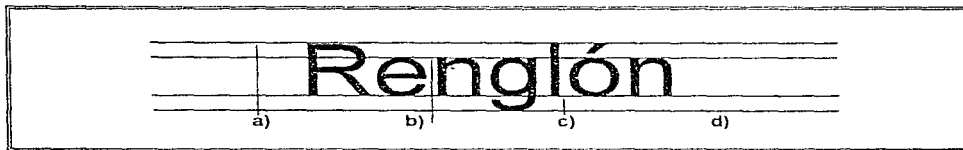


FIGURA 14 El renglón gráfico

FAMILIA

"es el conjunto o colección de caracteres de los distintos cuerpos y series que son del mismo estilo, han sido obtenidos a partir del mismo diseño básico y tienen el mismo nombre".³

La familia comprende series o variantes de acuerdo a la densidad, color o forma (redonda, cursiva, fina, negra, seminegra, ancha, estrecha,) que presenten los caracteres.

Algunas de las familias más comunes son Bodoni, Univers, Garamond, Futura, etc.

ESTILO

"es la forma o características

peculiares de un alfabeto o grupo de caracteres".⁴

Los estilos de los caracteres son determinados por las tendencias artísticas imperantes en una determinada época, así como también por el desarrollo tecnológico.

Aunque existen diversas clasificaciones hemos considerado la clasificación de estilos propuesta por Thibaudeau⁵ en 1924, la cual se fundamenta en los elementos constitutivos de la letra: el asta y el remate o terminal. No obstante, la clasificación anterior de estilos solamente comprende los básicos: romano antiguo, romano moderno, egipcio y palo seco, sin embargo, adicionaremos otros estilos como son el gótico, de escritura y de fantasía.

3.- Euniciano Martín. *La composición en las artes gráficas 1*, Barcelona, ed. Don Bosco, 1970, pág. 28

4.- *Ibidem*, pág. 172

5.- *Ibidem*, pág. 178

ESTILO	ASTAS	REMATES Y SERIFS O GRACIAS	EJEMPLOS
Romana Antigua (1465)	moduladas con ligero contraste	Triangulares y unidos a las astas	Roman
Romana moderna o Didona (s. XVIII)	fuerte contraste claroscuro	Filiformes Rectos y finos	Times New Roman
Egipcia (1820)	uniformes o modulados	cortadas en ángulo de igual grosor o mayor que el de las astas	Bookman Old Style
Paloseco (s. XIX)	grosor uniforme, puede ser lineal o modulada	no existen	Century Gothic
Gótica	Se inspira en los caracteres medievales de los siglos XII y XIV	Angulares, conocidos como remate en diamante	<i>Lincoln</i>
De escritura	Imita la caligrafía manual	de diversas formas	<i>Brush Script</i>
De fantasía	Elaboradas y decoradas de distintas maneras	de diversas formas	Brasquaccio

FIGURA 15 Estilos básicos, cuadro obtenido del libro *Tipografía*, Antonio de Túbaro e Ivana, ed. Universidad de Palermo.

SERIE

"es cada una de las variedades dentro de una misma familia: redondo, cursiva, negra, estrecha, ancha, etc."⁶

La amplitud es el ancho de espacio

que ocupa una letra en relación con la altura de la misma. "si su altura es X, la amplitud debe ser el 80% de X"⁷. La amplitud determinará el ancho de la letra.

6.- *Ibidem*, pág. 173

7.- Antonio de Túbaro e Ivana, *Tipografía*, Italia, ed. Universidad de Palermo, 1994, pág. 52

AMPLITUD RESPECTO A LA ALTURA	SERIE
40 % 60 % 80 % 100 % 120 %	Estrechísima Estrecha Normal Ancha Anchísima

FIGURA 16 Misma fuente de la figura 15

La relación existente entre el ancho de las astas respecto a la altura se conoce como

intensidad y las variantes generan la siguiente gama serial.

INTENSIDAD	SERIE
5 % 10 % 15 % 20 % 25 % 30 %	Clarísimo Claro Normal Negrita Negra Supernegra

FIGURA 17 Misma fuente de la figura 15

Las inclinaciones de las letras respecto al eje vertical generan las redondas o rectas y las cursivas o inclinadas. Se considera que "la inclinación a 12 grados es la más correcta para expresar la forma cursiva de un carácter".⁸

La mayoría de familias presentan dos versiones ortográficas: las minúsculas o bajas y

las mayúsculas, altas o versales. Algunas familias poseen otra versión ortográfica especial que son las versalitas, letras mayúsculas cuya altura corresponde al ojo medio de las minúsculas; es decir, a la altura que estas últimas tienen sin ascendentes ni descendentes..

8.- Ibidem, pág. 54

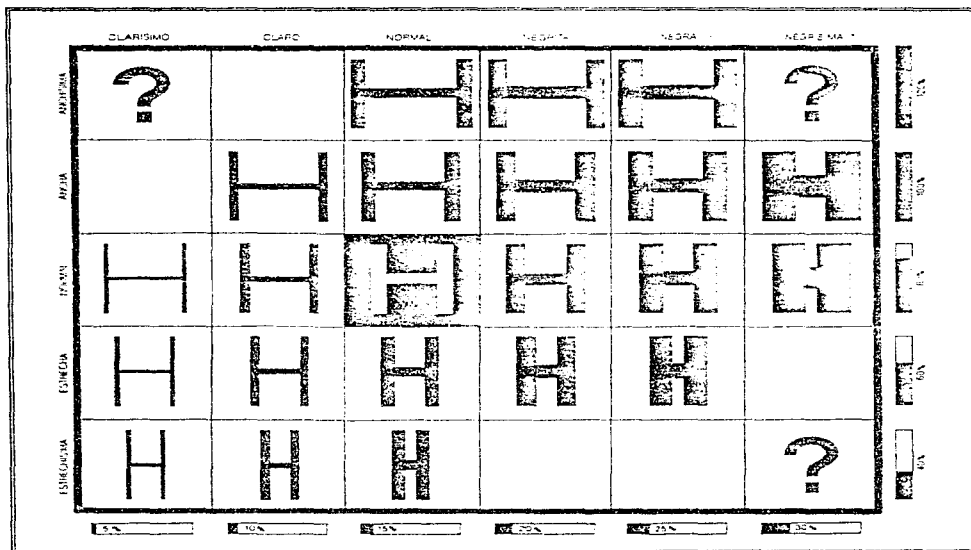


FIGURA 18 Relación de porcentaje entre el grafismo (mancha) y el contragrafismo (espacio blanco).
Misma fuente de la figura 15.

CUERPO DE UNA LETRA

"es una medida que define la proporción del carácter. Está calculado en puntos tipográficos o milímetros".⁹

El cuerpo es "la distancia entre la cara anterior y posterior del tipo".¹⁰

En el renglón gráfico, el cuerpo corresponde al espacio comprendido entre la línea de astas ascendentes y la línea de astas descendentes.

Recordemos que, en el sistema Francés *Didot* 1 punto equivale a .37 mm. y en el sistema Anglosajón *pica*, 1 punto equivale a .35 mm.

A continuación se ejemplifica algunas series de la familia romana con variación en el

tamaño de cuerpo.

Romana diez puntos
Romana doce puntos
Romana catorce puntos
Romana dieciséis puntos

Es importante aclarar que, el estilo de la familia puede hacer que el ojo de las letras varíe, aunque el cuerpo sea el mismo.

VENTAJAS EN EL USO DE FORMATOS:

"Se llama formato al tamaño de un libro o impreso que adopta una forma determinada por sus dimensiones y por su posición".¹¹

9.- *Ibidem*, pág. 54

10.- Euniciano Martín, *La composición en las artes gráficas I*, España, ed. Don Bosco, 1970, pág. 10

11.- *Ibidem*, pág. 591

3.1.2 PAPEL

La elección del formato de una revista o cualquier otra publicación, la mayoría de las veces, está determinada por los tamaños de hojas o pliegos de papel existentes en el mercado; a su vez, el tamaño de los pliegos de papel corresponde a la capacidad de *entrada* en las máquinas de impresión y acabados.

El papel también es fabricado en bobinas, aunque éstas se utilizan en tirajes muy grandes, como son periódicos o revistas de amplia circulación.

Las ventajas de usar formatos normalizados son:

- Simplifican los tamaños de los impresos desde la tarjeta al cartel mural.
- Reducen costos, dan orden y uniformidad.
- Hacen posible la producción en serie
- Permiten el máximo de aprovechamiento de la capacidad de las máquinas.
- Aseguran la fácil venta de los productos.
- Facilitan el aprovisionamiento y la exportación.
- Reducen el capital inmovilizado.
- Facilitan el almacenamiento y archivado.
- Casi eliminan los cortes al refinar el papel.
- Hacen más racional la elección de formatos y cálculos de presupuestos.
- Ofrecen la posibilidad de hallar fácilmente bolsas, sobres y otros productos adecuados a los formatos normalizados.

FORMATOS DE PAPEL NORMALIZADOS

Las diversas publicaciones, adoptan formatos que aprovechan al máximo los pliegos de papel producidos en el mercado nacional e internacional; comúnmente, corresponden a los siguientes tamaños:

A: pliego menor o formato para ocho cartas 57 X 87 cms.

B: pliego menor o formato para ocho oficinas 70 X 95 cms.

A: Pliego menor 57 X 87 cms.

- Son múltiplos de tamaño carta 21.5 X 28
- Formato 1/2 carta: cabe 16 veces en un pliego
- Formato 1 carta: cabe 8 veces en un pliego
- Formato doble carta: cabe 4 veces en un pliego
- Formato 4 cartas: cabe 2 veces en un pliego.

B: Pliego mayor 70 X 95 cms.

- Son múltiplos de tamaño oficina 21.5 X 34
- Formato 1/2 oficina: cabe 16 veces en un pliego
- Formato oficina: cabe 8 veces en un pliego
- Formato doble oficina: cabe 4 veces en un pliego
- Formato 4 oficinas: cabe 2 veces en un pliego
- Otras variantes son:

21.5 x 33 (8 ½" x 13")

21.5 x 35 (8 ½" x 14")

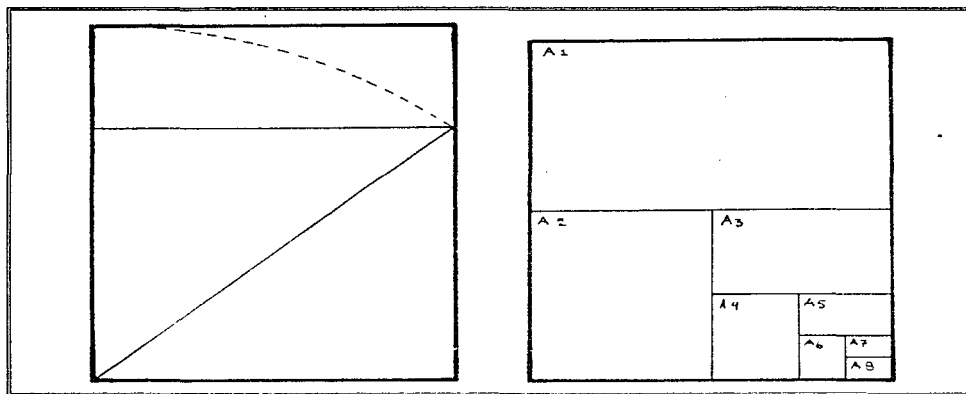


FIGURA 19 Serie de formatos

TIPOS DE PAPEL

Los tipos de papel que comúnmente se emplean en la producción editorial son el papel bond, pipsa y revolución; para elaboración de

trabajos más finos los papeles couché, lustriloto y cultural.

PAPEL	BOND	COUCHÉ O LUSTROLITO (UNA O DOS CARAS)	CULTURAL
MEDIDAS	57 X 87 70 X 95 55 X 86	57 X 87 70 X 95 61 X 90 57 X 72 61 X 81	57 X 87 70 X 95
GRAMAJE	48 gr./m ² 120 gr./m ²	80 gr./m ² 100 gr./m ² 135 gr./m ²	75 gr./m ² 90 gr./m ²
PESO	24 y 80 Kg.	40 y 80 Kg.	37 y 44.5 Kg.
COLOR	azul, canario, verde, rosa y blanco	blanco	crema
USO	papelería, libros, revistas, volantes y folletos	debido a la superficie lisa se utiliza en trabajos finos, selección de color para revistas, trípticos, portadas.	libros y revista

FIGURA 20 Características de los papeles más usados

CLASIFICACIÓN DEL PAPEL

Un papel se clasifica de acuerdo a la calidad y cuerpo, éstas características dependerán de la concentración de encolado y pigmentos utilizados en su producción. La cara óptica se determina por el acabado y reflectancia que la superficie presente. Los factores antes mencionados permiten la siguiente clasificación.

a) alisado: es un papel muy áspero y rugoso, no apto para imprimir por tipografía, fotograbado directo ni caracteres de perfiles muy finos.

b) satinado: el papel ha sido planchado y abrillantado por la presión de cilindros. Sirve para realizar impresiones de selección de color y tramas finas.

c) estucado: También conocido como couché, contiene finas partículas minerales como son yeso, caolín, etc., que tapan la porosidad y rugosidad, haciéndolo apto para imprimir fotograbados directos de trama fina.

EVALUACIÓN DEL PAPEL

a) Medidas : son los formatos disponibles en que se elabora el tipo de papel.

b) Gramaje : el gramaje es el peso del papel en gramos por metro cuadrado.
Ejemplo 48 gr. / m²

c) Peso : depende de la materia que conforme determinado papel, así como del proceso de fabricación del mismo. El peso también depende de las dimensiones de la hoja.

d) Color : considera los colores y diversos tonos en que se trabaja dicho papel.

e) Uso : se deben conocer las aplicaciones y usos que se les dan a los diversos tipos de papeles con base en las características físicas que presentan, como son: porosidad, brillo y transparencia.

En la elección del papel influyen

directamente el costo, el procedimiento de impresión, la conveniencia de un determinado grosor de la publicación, la inserción de grabados o tramados y la naturaleza de la superficie adecuada, tanto al método de impresión como al tipo de imágenes que se reproducirán.

Al realizar los cálculos de cantidad y costo del papel, se deben consultar las tablas que contienen la descripción de los diversos papeles en existencia (nombre del papel, gramaje, medidas, color y características), las cuales son generalmente proporcionados en las grandes abastecedoras de papel.

Inicialmente, se deben conocer los datos cuantitativos referentes a la obra que se va a imprimir, como son el número de páginas, tamaño y número de ejemplares de la tirada. También deberán considerarse las condiciones cualitativas, como clase, color, tono y acabado superficial. Asimismo, es importante considerar el presupuesto de que se dispone, por ejemplo: se requiere imprimir una revista de 48 páginas a dos tintas interiores y 4 tintas en la portada (en selección de color) con un formato carta y un tiraje de de 50,000 ejemplares.

Si en un pliego de 57 x 87 cm. caben 8 páginas tamaño carta, por cada lado; obtenemos 16 páginas en 1 pliego.

Necesitaremos 3 pliegos por revista, porque $16 \times 3 = 48$.

Y en total 150,000 pliegos, impreso 2 veces cada lado excepto la portada.

Sobrante o Aumento : se conoce como aumento o sobrante al papel que se añade con la finalidad de prevenir errores o percances y para realizar las pruebas en las máquinas de reproducción.

En algunos países como España de acuerdo a las normas generales de contratación, distribución, y venta se utiliza hasta un 10% del total de papel como sobrante; en México igualmente se ha adoptado este porcentaje aunque admite variaciones. Por ejemplo cuando es muy corta la tirada debe aumentar el sobrante.

3.2 PROPORCIONES Y RELACIONES EN LA COMPOSICIÓN

Para llevar a cabo una composición en el espacio de la revista, que es la página es necesario que identifiquemos los elementos gráficos básicos como son: texto, imágenes (fotografías, viñetas o ilustraciones), y gráficos (plecas, señaldadores folio etc.); el espacio disponible dentro de la página y las reglas de composición que permitan crear un diseño

armónico, estético y funcional basado en principios geométricos o matemáticos. Debido a las condiciones necesarias anteriormente señaladas, en el apartado siguiente exponemos algunos métodos geométricos o matemáticos para obtener proporción áurea y composiciones estáticas o dinámicas aplicadas a la distribución de elementos dentro de la página de revista.

3.2.1 DEFINICIÓN DE PROPORCIÓN

La proporción ha sido definida como: "la relación de medidas y tamaños -es la primera cualidad que necesita toda figura para ser estética"¹², la proporción es una cualidad que se presenta cuando, entre dos dimensiones diferentes se establece un principio de relación o razón que las vincula, esta relación es el cociente entre ambas.

Vamos a ejemplificarlo dentro de la página.

El área o espacio en blanco que comprende la página, mejor conocido como contragrafismo, es una de las dimensiones.

Los grafismos, conformados por el texto y las imágenes (fotografías o ilustraciones) integran la segunda dimensión que, al ubicarla dentro de un espacio dado (página), delimitará los espacios marginales, de interlinea e intercolumna.

La dimensión existente entre grafismos y contragrafismos se establece mediante el uso de escalas numéricas, operaciones matemáticas o bien, procedimientos geométricos.

TIPOS DE PROPORCIÓN

De acuerdo al principio de relación que utilizemos se establecerán tres tipos de proporción distintos.

a) *Proporción de escala:* se obtiene

mediante el empleo de un escalímetro o medidas a escala.
Ej.: 2:3 como 3:6

b) *Proporción matemática:* es obtenida mediante operaciones aritméticas.

c) *Proporción gráfica o geométrica:* se determina mediante el trazo de diagonales y métodos geométricos. Un ejemplo de la proporción obtenida mediante trazos geométricos es el rectángulo dinámico raíz de 2, que en páginas posteriores se muestra.

La proporción se considera como una condición importante, que debe cumplir una composición para ser estética y armónica.

El uso de la proporción áurea es considerada sumamente importante, tanto en el diseño como en las artes plásticas.

PROPORCIÓN ÁUREA

Se define como " Cortar una línea en dos partes desiguales, pero de manera que el segmento MAYOR sea a TODA línea como el menor lo es al mayor".¹³

La relación de proporción especificada se esquematiza en base al número áureo y se representa con la letra mayúscula griega Φ (**PHI**) como símbolo de proporción áurea, sección áurea, o relación áurea.

Respecto a la proporción áurea Pablo

12.- Ibidem, pág. 194

13.- Tosto Pablo, *La composición aurea en las artes plásticas*, Argentina, ed. Hachette S.A., 1983, pág. 10

de Tosto expresa lo siguiente: "El número crea orden, el orden ritmo, el ritmo engendra armonía...".¹⁴ Y, posteriormente afirma: "El número par produce simetría, que es ritmo igual, monótono; el número impar produce asimetría, ritmo discontinuo, variado, inestable. El "Número de Oro" produce equilibrio armónico de proporciones perpetuas".

Leonardo de Pisa o Fibonacci fue un matemático italiano (1170) que aclaró el origen del Número de Oro, así como de la proporción áurea.

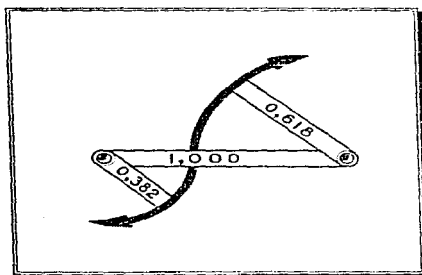


FIGURA 21 Representación de la proporción áurea. Del libro: *La composición áurea en las artes plásticas*, Pablo de Tosto, ed. Hachette, S.A.

NÚMERO DE ORO

En la serie de números naturales 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, Existe una relación constante, monótona. Si se hace aditiva la serie, de manera que cada término sea la suma de los dos números anteriores, obtendremos una serie asimétrica y armónica.

1, 2, 3, 5, 8, 13, 21, 34, 55, 89, 144, 233...

Si representamos la serie de números en forma fraccionaria obtendremos lo siguiente:

1/1, 1/2, 2/3, 3/5, 5/8...

Donde al partir de la unidad representada en fracción, el numerador de la fracción siguiente es igual al denominador de la anterior, y su denominador es igual al resultado de la suma del numerador y el denominador de la fracción anterior.

Esto genera una serie infinita que, a partir de la octava fracción 21/334, si dividimos el denominador por el numerador obtenemos una cifra constante aproximadamente de 1,618 cuyo inverso es ,618, el cual se considerado el **Número de Oro**.

"El número de oro es el símbolo de la relación constante y armónica entre magnitudes diferentes".¹⁵

Las magnitudes en proporción áurea se aplican a líneas, figuras geométricas y cuerpos poliedricos, siendo utilizable en el diseño gráfico para distribuir formatos y realizar cualquier distribución de elementos en algún espacio o formato.

3.2.2 CLASIFICACIÓN DE RECTÁNGULOS

La clasificación que se hace de los rectángulos considera el principio de relación o razón existente entre el lado mayor y el lado menor.

Existen dos grandes grupos de rectángulos que son los estáticos y los dinámicos.

RECTÁNGULOS ESTÁTICOS

Se consideran rectángulos estáticos aquellos en que la razón o cociente existente entre ambos lados se expresa mediante un número racional, ya sea entero o fracción y se dice que sus lados son conmensurables, es decir, que la unidad mínima conocida como módulo se encuentra en ambos lados un

14.- Ibidem, pág. 10

15.- Ibidem, pág. 10

número exacto de veces.

Un ritmo estático conferirá a nuestro diseño " un aspecto de aplomo, estabilidad, perenidad".¹⁶

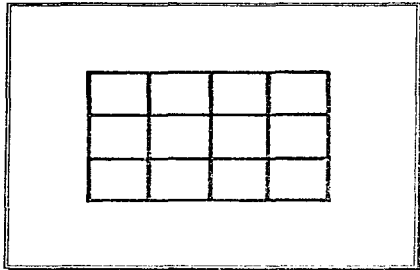


FIGURA 22 Rectángulo estático

RECTÁNGULOS DINÁMICOS

El término dinámico se refiere a potencia, o sea elevar a un número X determinada cantidad.

En los rectángulos dinámicos la relación entre sus lados se expresa mediante un número irracional, por lo tanto el cociente no es exacto.

En los rectángulos dinámicos la relación de proporción entre sus lados no es conmensurable si se expresa en números racionales; sin embargo, al definir la relación con números irracionales sus lados sí son

conmensurables.

Dentro de los rectángulos dinámicos se clasifican algunos de los rectángulos armónicos y el rectángulo áureo.

La construcción de un rectángulo consiste en la aplicación de métodos, ya sea geométricos o matemáticos, para generar los límites que lo conformarán.

La descomposición de un rectángulo consiste en realizar seccionamientos espaciales dentro del mismo, mediante líneas o figuras geométricas. La ubicación y dimensión de las líneas que seccionan el rectángulo, está dada por puntos generados dentro de la figura, los que determinan trazos geométricos, fraccionando el área en submúltiplos o bien, por cálculos numéricos.

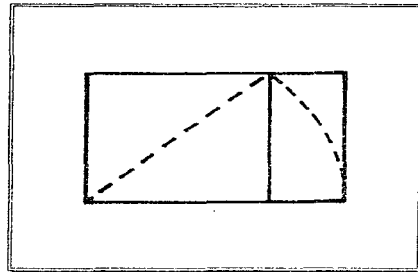


FIGURA 23 Rectángulo Dinámico

3.2.3 LA PROPORCIÓN EN EL FORMATO DE PÁGINA.

Un formato de página es el área de la misma, así como su posición respecto a los ejes vertical y horizontal.

Existen formatos convencionales; pero primordialmente, éstos se eligen con un fin utilitario. La forma rectangular ha sido

mayormente usada para todo tipo de publicaciones.

Sin duda se ha considerado para la estandarización que, de acuerdo a la psicología de la forma, el formato rectangular vertical nos remite a la acción, dependiendo igualmente de

qué tipo de rectángulo (estático o dinámico) sea utilizado ; este tema se tratará posteriormente.

Generalmente, los formatos de revista se encuentran predeterminados por la normalización en los pliegos de papel, así como por las dimensiones que aceptan las máquinas impresoras. Las variantes en tamaños, por tanto, se definen en submúltiplos de pliego.

Sin embargo, no está de más hacer mención de los formatos DIN. (*Das Ist Norm*,

"esto es normal") establecidos por Alemania en 1992, cuyo uso se ha dado, principalmente, en publicaciones europeas.

Tres son las reglas en que se basa el sistema de normalización de tamaños cuyo fundamento es el sistema métrico decimal:

a) Los formatos se obtienen partiendo por la mitad el inmediato superior.

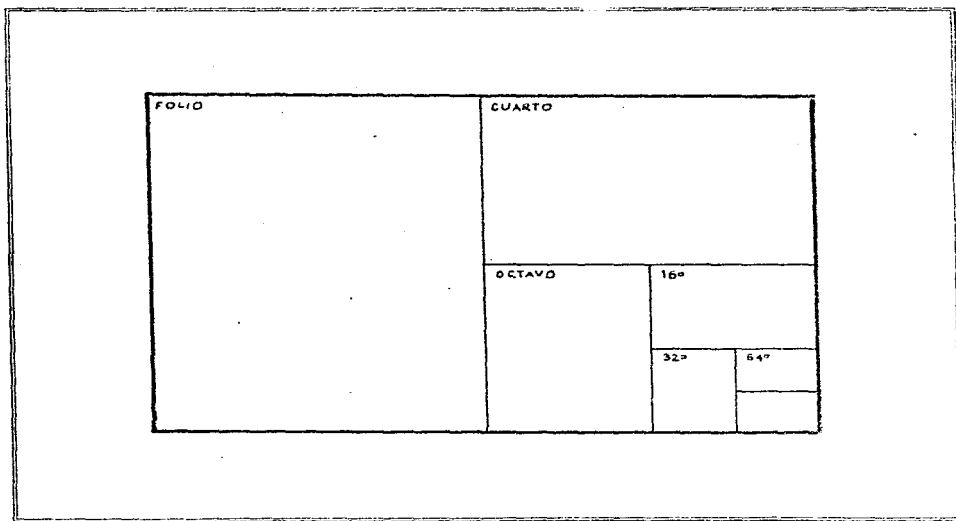


Figura 24 División del pliego

b) La relación entre sus lados es constante donde;

$$\text{el lado menor : lado mayor } \hat{=} 1 : \sqrt{2}$$

c) El formato básico es un rectángulo de un metro cuadrado de superficie, donde la relación 1: raíz de 2, es la relación entre el lado de un cuadrado y su diagonal que es 1,414 y se representa así:

$$1 : 1,414$$

FORMATOS DIN

Las medidas de las series A, B, y C de los formatos DIN son las siguientes:

DENOMINACIÓN	SERIE A mm	SERIE B mm	SERIE C mm
0	841 x 1189	1000 x 1414	917 x 1297
1	594 x 841	707 x 1000	648 x 917
2	420 x 594	500 x 707	458 x 648
3	297 x 420	353 x 500	324 x 458
4	210 x 297	250 x 353	229 x 324
5	148 x 210	176 x 250	162 x 229
6	105 x 148	125 x 176	114 x 162
7	74 x 105	88 x 125	81 x 114
8	52 x 74	62 x 88	57 x 81
9	37 x 52	44 x 62	
10	26 x 37	31 x 44	

Figura 25 Series A, B, C, de formatos DIN.

FORMATO RAÍZ DE 2

Se obtiene la diagonal del cuadrado que sirve como base; y ésta determina el lado mayor del rectángulo, el lado menor es igual al lado del cuadrado.

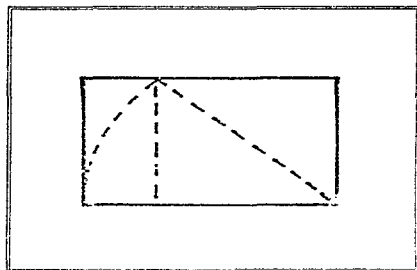


FIGURA 26 Obtención del formato raíz de dos

FORMATO TERNARIO

Dada la relación 2:3 (donde la unidad corresponde a un módulo cuadrático) para definir cada lado.

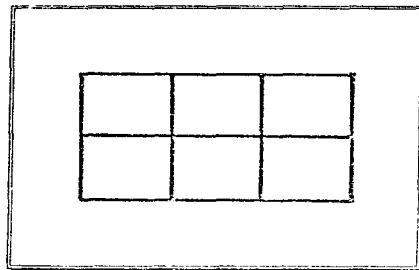


FIGURA 27 Formato ternario

FORMATO ÁUREO

- 1) Geométricamente se obtiene partiendo de un cuadrado.
- 2) Se localiza la mediana vertical del cuadrado.
- 3) Se traza la diagonal desde el punto de intersección de la mediana con el cuadrado (punto A) hasta el ángulo opuesto del cuadrado (punto B).
- 4) Con el radio AB (igual a la diagonal) se intercepta la prolongación del lado del cuadrado partiendo de A.
- 5) El segmento mayor del rectángulo se limita por los puntos CD.

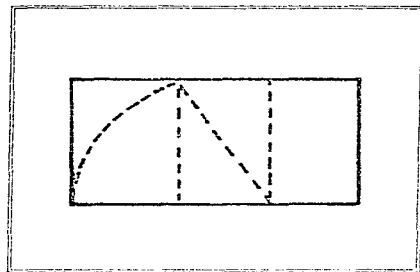


FIGURA 28 Formato áureo

Hemos comprobado de manera objetiva que las dimensiones de página conocidas como "carta y oficio" de mayor uso en México no corresponden a ninguno de los formatos antes expuestos.

Aún así pueden ser aplicables (los formatos normalizado, ternario y áureo) al definir los espacios marginales o áreas de distribución de los gráficos con la finalidad de

lograr proporcionar las distribuciones de textos e imágenes

a) *Proporción áurea de una línea (método geométrico)*

- 1) Trazar una perpendicular desde el extremo B
- 2) Con origen en B y radio l obtener D

3) Unir A con D

4) Con origen en D y radio II seccionar la recta AD en el punto E

5) Haciendo origen en A y con un radio III, seccionar la recta AB en el punto C. La recta AC es el lado mayor y CB el lado menor.

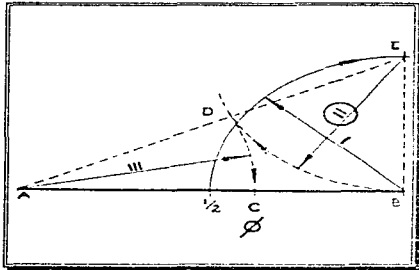


FIGURA 29 Proporción áurea de una línea

b) Proporción áurea de un rectángulo

En el formato de una revista, comúnmente rectangular, es posible obtener la distribución de elementos mediante áreas en proporción áurea.

DADO EL LADO MAYOR

1) Se obtiene la división áurea de una recta.

2) El lado mayor resultante se toma como base para construir un rectángulo por el método anterior.

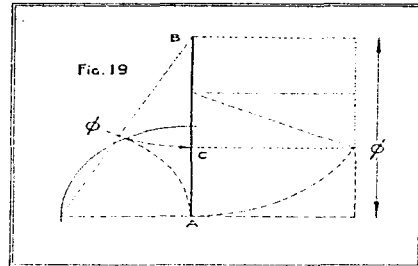


FIGURA 30 Obtención de un rectángulo áureo mediante el lado mayor

c) Obtención del rectángulo áureo matemáticamente.

Cuando necesitamos obtener el lado mayor basta multiplicar el lado menor por $f = 1.618$.

Si por el contrario, el lado mayor es el que conocemos se multiplica por $1/f = .618$ y se obtiene el lado menor.

CAPITULO 4

PLANEACIÓN Y PRODUCCIÓN EN EL DISEÑO EDITORIAL

Toda acción de planeación implica trazar o proyectar el plan de actividades lo cual incluye recursos, posibilidades y alcances antes de llevar a cabo cualquier empresa. En sí, la planeación es el proceso

que se debe realizar antes de iniciar cualquier actividad. La producción corresponde a las actividades que realiza el ser humano con el objeto de obtener o comercializar bienes.

4.1 PLANEACIÓN GENERAL

La información respecto al conjunto de actividades necesarias para llevar a cabo una adecuada planeación y producción editorial se abordan de manera muy general

en este apartado, ya que posteriormente se ampliarán todos aquellos puntos que conciernen directamente a la labor del diseñador.

4.1.1 PLANEACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN GENERAL

El proceso editorial comprende tanto a la planeación como a la producción y se establece en los siguientes pasos:

1.- Definición de la publicación: consiste en estudiar las políticas de la empresa u organismo, objetivos comunicativos, estrategias editoriales y características de contenido de la publicación.

2.- Investigación de mercado: es el conjunto de datos informativos acerca de las expectativas que tiene el producto editorial respecto a otros productos existentes en el mercado.

3.- Costos y presupuestos: consiste en realizar una evaluación de los recursos económicos, tecnológicos y humanos con los cuales se dispone para iniciar y realizar dicho proyecto.

4.- Características de la publicación: se establecen los lineamientos tanto de contenido (tipo de publicidad, información que cumpla con los objetivos editoriales), como de la estructura (aspecto gráfico o de diseño, presentación).

5.- Proceso de diseño: *Bocetaje burdo:* es el bosquejo generalmente realizado

primero manualmente el *boceto preliminar*, y que sirve para esquematizar en forma rápida, la propuesta de diseño, posteriormente se realiza el *boceto comprensivo* el cual es más elaborado y se realiza tanto de la portada como de páginas interiores. El *boceto final* es la base para construir lo que finalmente será el dummy.

El Dummy es la visualización del diseño, como quedará finalmente.

6.- Obtención del original: ésta etapa consiste en realizar el diseño en positivo (plata negra sobre fondo blanco), para obtener, posteriormente la placa en negativo necesaria para la reproducción.

7.- Obtención de negativos: es la placa que se obtiene en una película de acetato, en la cual se registra la imagen inversa del original mecánico.

8.- Impresión: consiste en la realización del proceso de impresión

9.- Acabados: comprende el trabajo de doblar, engrapar o pegar, plastificar (si se requiere) y el corte final.

10.- Entrega de material:

4.1.2 PROPUESTAS PARA ORGANIZACIÓN EN EL PROCESO DE ELABORACIÓN DE UNA REVISTA.

La planeación consiste en la visualización global de todas y cada una de las fases del proceso de elaboración de una revista y, con base a esta visualización, trazar un proyecto de realización. Este proyecto conlleva una disposición de las actividades y organización basados en una secuencia lógica o en datos experimentales. La planeación, además de darnos un mayor control sobre el trabajo, evita que hagamos gastos innecesarios:

"La planeación cuidadosa de la producción impresa da lugar a ahorros en costos".¹

Al considerar la importancia en la secuencia de las fases y actividades en el proceso de planeación hemos considerado oportuno hacer mención de las propuestas que algunos autores hacen al respecto.

PROPUESTA 1

La primera propuesta ², que aborda el autor Antonio Abad Sánchez en su libro: *Manual del diseñador*, señala, básicamente tres aspectos.

- 1.- Planeación organizativa
- 2.- Proceso de diseño
- 3.- Evaluación del proyecto

PLANEACIÓN ORGANIZATIVA

- **Contactar al cliente mediante:**
 - 1.- anuncios de empleos en periódicos
 - 2.- anuncios de proyectos
 - 3.- sección amarilla
 - 4.- parientes y amigos
 - 5.- bolsa de trabajo
 - 6.- trabajos realizados adecuadamente con anterioridad

- Al presupuestar el trabajo preguntarse:
 - 1.- importancia económica del cliente
 - 2.- alcance del proyecto
 - 3.- imagen del cliente
 - 4.- nivel de producción del diseño
- **Contratar el trabajo:**
 - 1.- interpretar términos legales (contratar un abogado) "El contrato es la voluntad de las partes"
- **Organizar el trabajo:**
 - 1.- organizar compras
 - 2.- dividir el trabajo
 - 3.- programar el trabajo
 - 4.- especificar y evaluar cómo se quieren las cosas
 - 5.- supervisar el trabajo

PROCESO DE DISEÑO

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

- **Formas de control:**
 - 1.- formato tiempo (métodos de programación y administración por objetivos)
 - 2.- formato dinero (registro de ingresos y egresos)
- **Archivo:**
 - 1.- Al finalizar, evaluar y seleccionar (bocetos, modelos, apuntes, planos, fotografías, etc.)
 - 2.- Archivar lo relevante y analizar el por qué de lo intrascendente para no volverlo a repetir.
 - 3.- Revisar en el archivo bocetos, apuntes y fotografías con las que contamos y que se puedan aplicar al caso que estamos estudiando.

1 - Antonio Abad Sánchez, *Manual del diseñador*, México D.F., ed. UAM, 1993, pág. 9

2 - Ibidem, pág. 12

• **Resumen:**

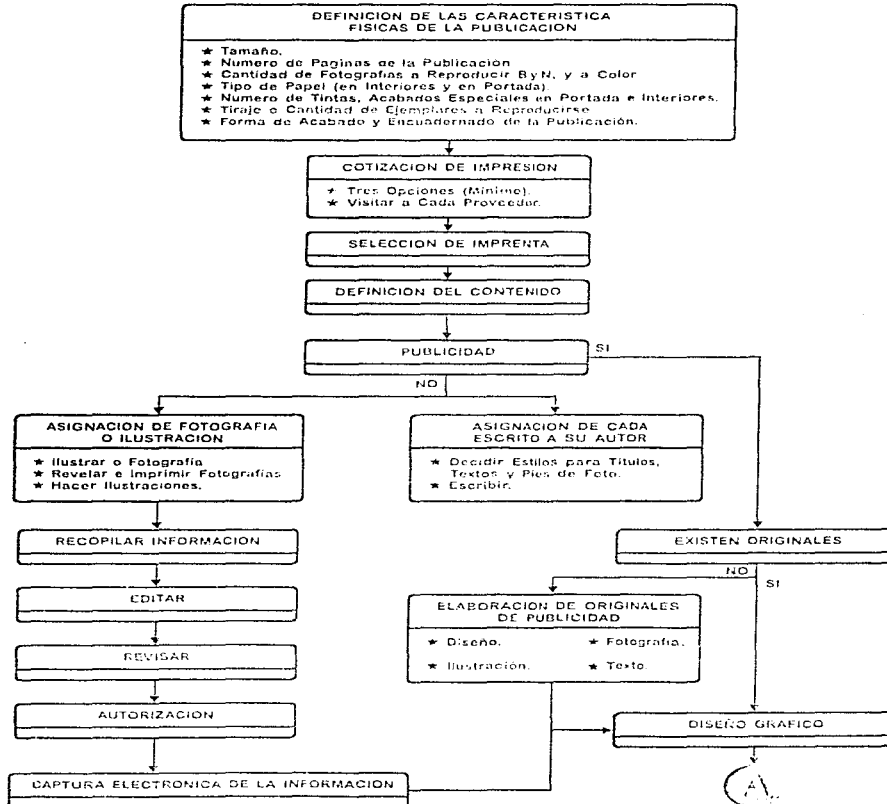
1.- Documento que permite localizar rápidamente: Proveedores, alcances técnicos, resultados concretos de logros y/o fallas en la administración.

La propuesta anterior es aplicable a cualquier tipo de diseño: industrial,

publicitario o editorial.

PROPUESTA 2

En la propuesta dos (figura 38), presentamos un diagrama de flujo para la realización específica de una publicación.



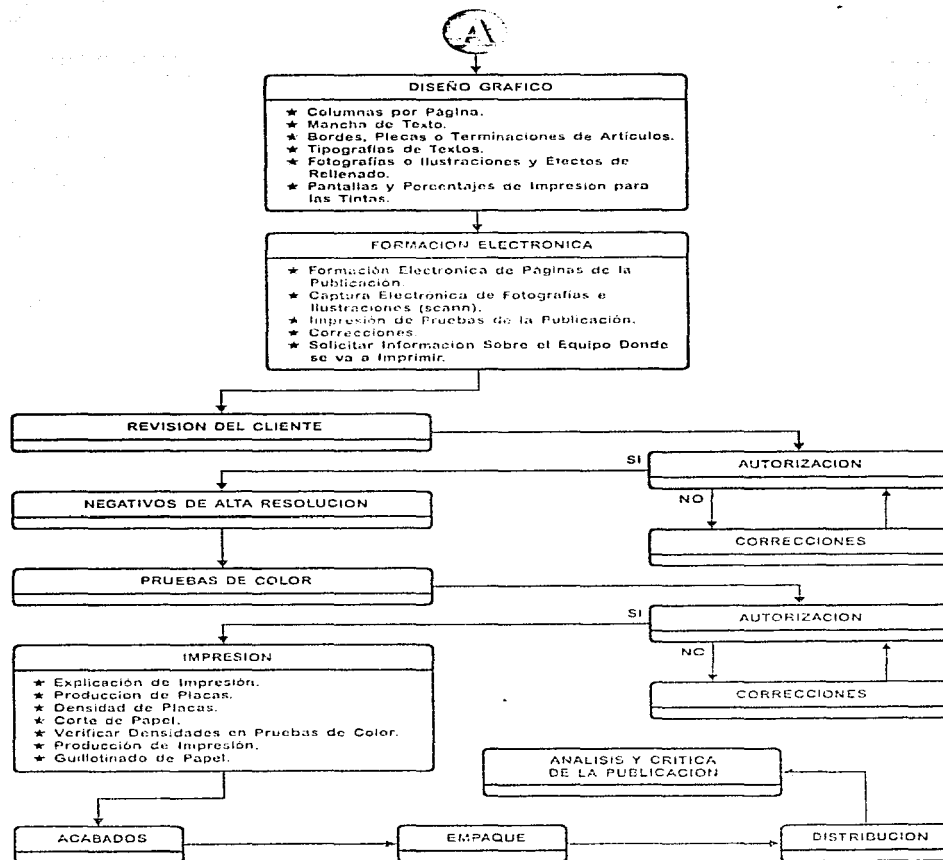
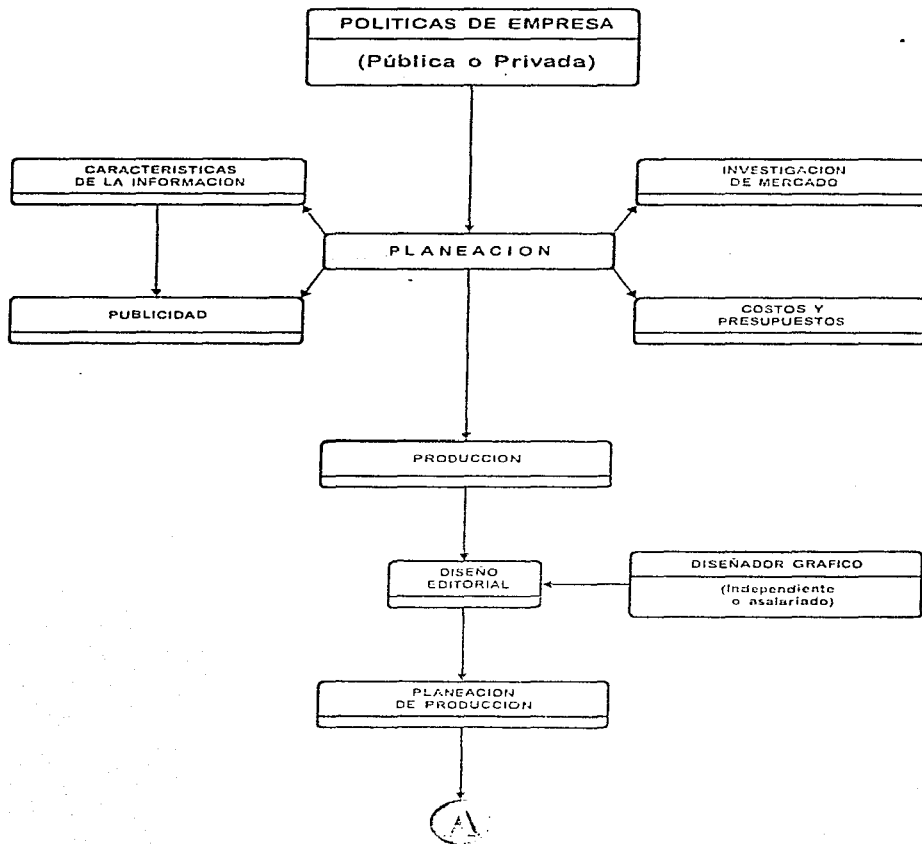


FIGURA 31 Revista Contexto Gráfico, Núm. 32, noviembre 1995, pág. 12.

PROPUESTA 3

La siguiente propuesta está fundamentada en datos proporcionados por diseñadores que ejercen el diseño editorial, esto con la finalidad de precisar en forma

global tanto la planeación como la producción y así comprobar la secuencia de actividades.



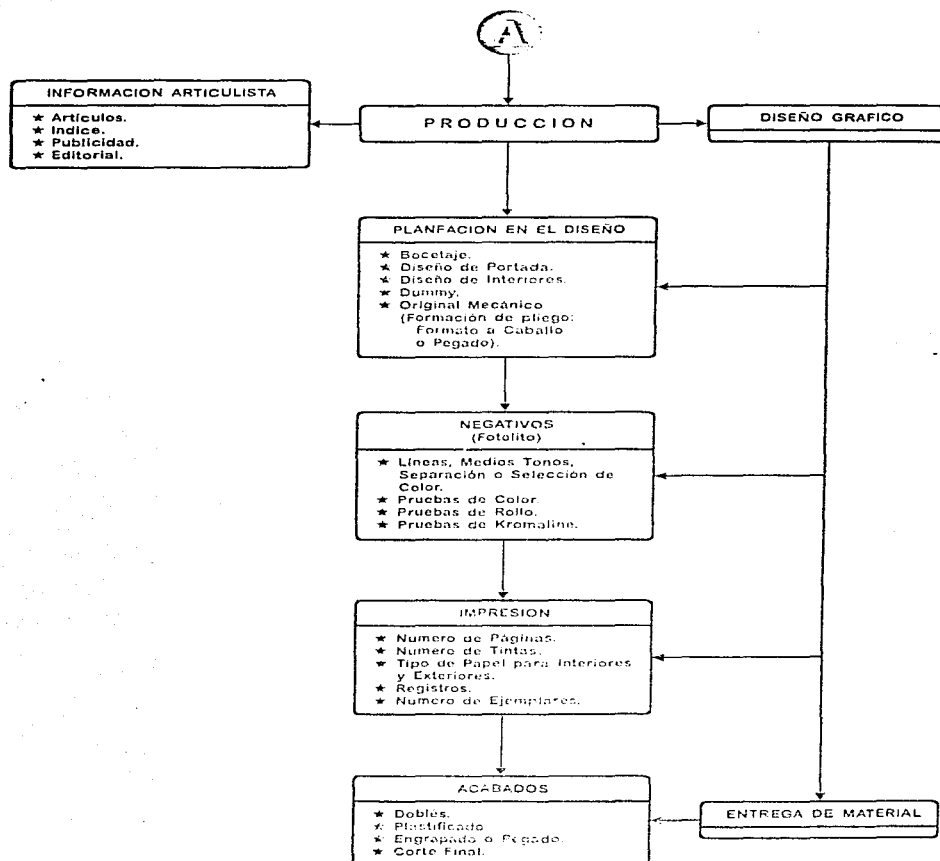


FIGURA 32 Proceso editorial.

4.2 PLANEACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN DEL DISEÑO

El proceso de diseño implica las fases sucesivas que conllevan a la realización de un proyecto.

El diseñador, además de conocer las diferentes etapas, debe saber coordinarlas para tener control en el trabajo; desde el concepto o la idea, hasta la planeación, realización y adecuada producción y reproducción final.

El concepto o idea se determina por lo siguiente:

- **¿Qué es el objeto a diseñar?**
Definir si se trata de un libro, revista, folleto, volante, manual, cartel, catálogo.
- **¿Para qué se requiere dicho artículo?**
Determinar los objetivos a corto, mediano o largo plazo que deberá satisfacer.

• **¿A quién se dirigirá el mensaje o mensajes?**

Considerar el perfil de la población mediante datos relativos a la edad promedio, nivel socioeconómico, nivel académico e intereses y aficiones.

-Requerimientos del diseño propuestos por el cliente como son tamaño del diseño, calidad del papel, número de tintas, tiraje total y otros datos más; también es importante saber si existe un diseño previo o se cuenta o algún logotipo o imagen de la empresa (recabación de material); o bien, si el proyecto será completamente nuevo.

-Una vez determinados tales aspectos se elabora el presupuesto y se establecen tiempos de entrega.

Después se procede a bocetar.

4.2.1 BOCETAJE

BOCETAJE BURDO

Consiste en realizar composiciones esquemáticas mediante dibujos rápidos, para visualizar algunas representaciones del concepto. En este tipo de boceto, se recomienda establecer la relación con el tamaño real, para seleccionar las posibles opciones en la ubicación y proporción de los elementos dentro de la página.

También se plantea el número de columnas posible en que dividirá la retícula; la familia y el cuerpo de la fuente en el texto base, títulos y subtítulos.

El tiempo en el proceso de bocetaje se ha reducido considerablemente mediante la aplicación de los paquetes computacionales de autoedición.

BOCETO COMPRENSIVO

Este proceso se inicia cuando, con base en el bocetaje burdo se han elegido algunas opciones de distribución; por lo tanto, sobre las alternativas seleccionadas se refina el diseño, definiendo el formato de la página, los márgenes y la retícula.

Los elementos que van a integrar la página se simulan con líneas, o con el mismo texto, para formar la mancha tipográfica, mientras que las imágenes se representan con recuadros.

BOCETO FINAL

Se realiza con base en el diseño seleccionado. Se calcula el número total de páginas de acuerdo con la cantidad de texto e imágenes. El diseño se ajustará considerando las necesidades y limitaciones económicas.

4.2.2 DUMMY

Es el prototipo que se realiza con la finalidad de visualizar el diseño completo de la obra, una vez concluido el trabajo. Primeramente el dummy se realizará (en el caso de una revista) empleando el papel en que se va a imprimir; se procede a indicar el número de páginas, la distribución entre ellas y su ubicación; así se determina el número de veces que se doblará cada pliego.

Cuando la revista es demasiado extensa y se dificulta la composición página

por página, es conveniente recurrir a la diagramación de las mismas a una escala menor para mostrar el acomodo de texto e imagen.

Los forros deberán presentarse sobre el material que se empleará en la producción definitiva, así como las ilustraciones, tipografía y color, que deben ser lo más aproximados posible a como se verá el diseño final.

4.3 PLANEACIÓN PARA LA REPRODUCCIÓN

Consiste en abordar el conjunto de procedimientos necesarios para realizar la

producción en serie del diseño editorial o dummy.

4.3.1 OBTENCIÓN DE ORIGINAL MECÁNICO

Una vez concluido el dummy del diseño, es necesario la obtención de placas en negativo, mediante las cuales se transporta la imagen a cualquier sistema de impresión, con procesos químicos de fotograbado. Los negativos se obtienen al fotografiar los originales mecánicos sobre placas de acetato transparente.

DEFINICIÓN DE ORIGINAL MECÁNICO

El original mecánico es el resultado del proceso de ensamblar la tipografía e ilustraciones (o en su defecto, *la ventana*) correspondientes al diseño, sobre un soporte plano (cartón o cartulina de preferencia). Las zonas que se imprimirán se plasmarán en negro y el soporte deberá ser blanco.

Una reproducción de alta calidad depende en gran porcentaje de la exactitud en la elaboración e indicaciones en el original mecánico.

CLASIFICACIÓN DE ORIGINALES

Los originales mecánicos se realizarán dependiendo de las características que presente el diseño y el tipo de reproducción a emplear.

Se consideran 5 tipos de original mecánico:

- Original de línea
- Original de tono continuo
- Original mixto
- Original para separación de color
- Original para selección de color

a) original de línea

Es el manejo de un color sólido o en plasta, cualquiera que sea (letras puntos líneas o cualquier tipo de figura sólida) sin tonos intermedios, y que por razones fotográficas relacionadas con el proceso de impresión, en el original se representan en plasta de color negro o rojo sobre fondo blanco.

El original de línea no es adecuado para la reproducción de dibujos sombreados o fotografías.

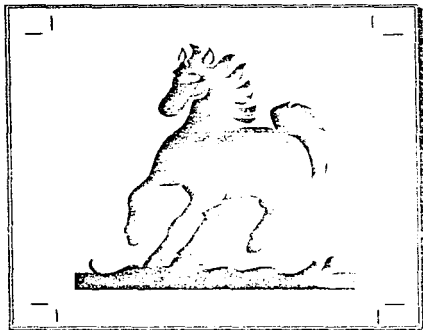


FIGURA 33 Original de línea.

b) original de tono continuo

El original de tono continuo tiene tonos intermedios que se funden visualmente para formar la imagen. Para reproducir un original de tono continuo el impresor debe descomponer la imagen en puntos de medio tono (puntos que tienen densidad uniforme pero distintos tamaños). Los puntos más grandes cubren mayor área y representan las zonas oscuras, los puntos pequeños cubren menor área y representan las zonas claras, los puntos de tamaño medio representan los tonos intermedios.

El medio tono se obtiene mediante una pantalla de contacto, en una película de alto contraste para artes gráficas, de modo que la imagen se registra como puntos negros de diverso tamaño sobre fondo transparente.

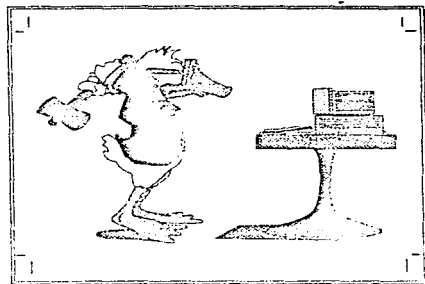


FIGURA 34 Original de tono continuo.

c) originales mixtos

Los originales mixtos tienen características de originales de línea y de originales de tono continuo. Se obtienen con pantallas de medio tono y se reproducen como si fueran originales de línea.

d) original para separación de color

Cuando la imagen que necesitamos reproducir presenta colores lisos se requiere obtener un clisé para imprimir cada color por separado. El original mecánico de una ilustración para separación de color se realiza de la siguiente manera:

- 1) En el soporte o base plana se indican los registros, las líneas de corte, dobles, rebase si los hay .
- 2) Posteriormente las partes que se imprimirán se realizarán en mancha de color naranja o negro sobre la misma base.
- 3) Se realizarán camisas con sus respectivos registros, cada una de las cuales corresponderá a un color diferente.
- 4) En cada camisa se especificará el número de phantone, color, o bien el porcentaje de color básico (magenta, cyan y amarillo).

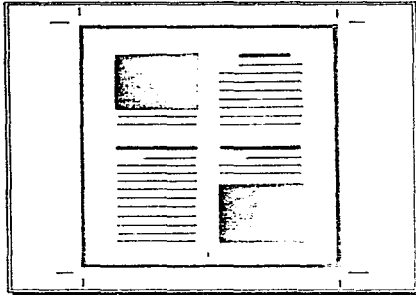


FIGURA 35 Original para separación de color.

e) original para selección de color

Los originales para reproducir en selección de color son generalmente fotografías o ilustraciones a color.

La imagen a reproducirse deberá colocarse en la posición requerida dentro del original e indicar en una camisa adicional si deberá ser ampliada, reducida o se ese es su tamaño real para la reproducción.

Los métodos para obtener los negativos en la selección de color pueden ser mediante la tricromía o cuatricromía, o bien, con el uso de un dispositivo electrónico conocido como *scanner* el cual realiza el aislamiento de los colores (Cyan, amarillo, magenta y negro) automáticamente mediante el registro de sus porcentajes. En temas posteriores ampliaremos la información al respecto.

4.3.2 OBTENCIÓN DE NEGATIVOS (fotolito)

a) definición

Consiste en la toma fotográfica (en cámara de fotomecánica) del original mecánico sobre una película de acetato, obteniendo así el inverso de la imagen original conocido como negativo. Sirve para obtener negativos de originales para medios tonos o selecciones de color.

b) negativos de línea

Se obtienen al registrar mediante un proceso fotomecánico un original de línea (sin gradación tonal).

Además del equipo fotográfico y de revelado, se hace necesario conocer tiempos de exposición para obtener negativos con una calidad de contraste adecuada, para evitar el mínimo de errores en la elaboración de las láminas de impresión.

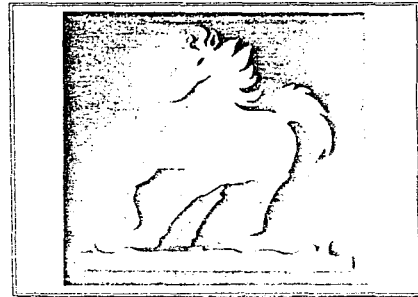


FIGURA 36 Negativo de línea.

c) negativos de medio tono

El proceso para la obtención de negativos de medio tono es análogo al proceso para negativos de línea. La variación

consiste en fotografiar el original mecánico a través de una retícula que descompone la imagen en puntos muy pequeños en las zonas claras de la ilustración y puntos de mayor tamaño en las zonas oscuras. La densidad de la trama genera la gradación de tono. Este tipo de negativos se utilizan cuando necesitamos reproducir fotografías.

d) negativos para policromías

Para reproducir los originales a color o policromías, se inicia con la selección de los colores primarios que contiene la ilustración y se obtiene una matriz diferente

para cada color.

Los colores básicos son tres: rojo magenta, amarillo cromo y azul cyan.

Para reproducir en offset un original a color (pintura, fotografía, diapositiva), se extrae o *selecciona* de la imagen el porcentaje de magenta, amarillo, cyan y negro que contiene. Por ejemplo, para obtener el negativo del color magenta que existe en una ilustración o fotografía, se realiza una placa fotográfica (de la imagen), interponiendo un filtro del color complementario. (en este caso, el complementario del magenta es el verde).

NEGATIVO DEL COLOR	FILTRO QUE SE EMPLEA
magenta	verde
amarillo	morado
cyan	rojo
negro	amarillo

La adición del color negro enfatiza el contraste en los valores y es utilizado como uno de los cuatro colores primarios en las cuatricromías.

Para obtener las películas correspondientes a cada color (cyan, magenta, amarillo y negro), es necesario

someterlas a un sistema de fragmentación de la imagen en puntos o líneas (trama) y la densidad se mide por cm^2 .

En la reproducción de cuatricromía o tricromía los puntos deben tener una inclinación distinta entre sí para evitar el efecto de "moiré" o superposición.

COLOR	ANGULO DE INCLINACION
Amarillo	90 GRADOS
Azul-cyan	75 GRADOS
Magenta	15 GRADOS
Negro	45 GRADOS

Cada color distinto de la ilustración representa una *entrada* a la máquina; esto es, las veces que el papel o material de soporte será introducido en la máquina de impresión, y se debe a que cada tinta se imprime independientemente.

SCANNER

El *scanner* es un dispositivo de la computadora que permite obtener resultados

similares a la selección de color de tricromía y cuatricromía. Realiza el análisis o lectura de la imagen punto por punto; la imagen se descompone en los tres tonos primarios (cyan, amarillo y magenta, el ordenador, simultáneamente calcula el cuarto color que es el negro. Las intensidades respectivas de cada color se traducen en señales eléctricas o a un rayo láser para insolar la película o bien, para tramarla mediante un sistema de partición del rayo.

4.3.3 IMPRESIÓN

Literalmente, el término impresión designa la "marca que deja una cosa sobre otra".³ Aunque actualmente la acción de imprimir implica el uso de alta tecnología, en su sentido más primitivo podemos remontarnos a los primeros estampados que consistían en ideogramas labrados en materiales diversos como son la madera, el barro o la piedra.

En el proceso de impresión es necesario considerar tres elementos:

- Lo que se va a imprimir
- La tecnología que va a ser utilizada
- El soporte de impresión

En la primera etapa se consideran el bocetaje, la preparación de originales y las placas de impresión.

El segundo punto comprende los principios en los que se sustenta el sistema de impresión (en éste caso offset) y finalmente el soporte de impresión utilizado. En publicaciones, el principal soporte gráfico es el papel, del cual se ha escrito en capítulos anteriores.

TIPOS DE IMPRESION

En forma global se hará mención de las formas básicas utilizadas actualmente para imprimir.

a) impresión en relieve

La superficie elevada contiene la imagen de aquello que va a reproducirse, la que una vez entintada, se pone en contacto con la superficie imprimible para transferir la imagen.

El procedimiento tipográfico es el más antiguamente usado. Sus antecedentes se hallan en los grabados con madera hechos en Japón y Corea (siglo VIII); las xilografías realizadas en Europa (siglo XIV) y la imprenta de Gutenberg (siglo XV).

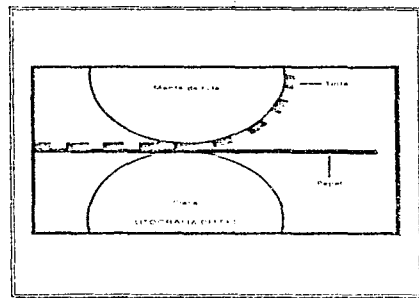
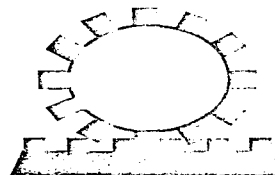


FIGURA 37 Impresión en relieve.

b) impresión en hueco

El área correspondiente a los grafismos está vacía en la plancha. En el momento de la reproducción, se entinta toda la superficie y se limpian las partes no grabadas (correspondientes a los contragrafismos en la impresión), posteriormente se presiona el papel contra la plancha para fijar la imagen.

En este sistema de impresión mejor conocido como huecograbado se ha implementado el mecanismo de un rodillo giratorio que contiene la matriz y da mayor velocidad a la producción (rotograbado); empleado principalmente en la reproducción de periódicos y publicaciones de grandes tirajes.



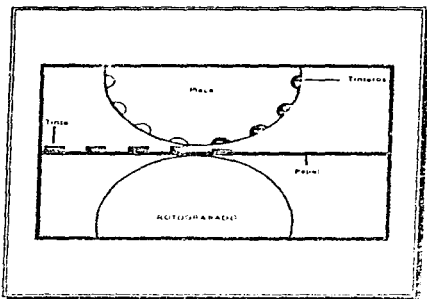


FIGURA 33 Impresión en hueco.

c) impresión en plano

No existe diferencia de nivel entre la parte imprimible y la no imprimible (grafismos y contragrafismos); la separación de ambas superficies, para su reproducción se realiza mediante diversos métodos como son la serigrafía, la litografía, la impresión en offset, etc.

• **serigrafía**

Se interpone, entre la tinta y el papel, un material bloqueador que sólo permite el paso de la tinta en las áreas a imprimir.

• **litografía**

El término litografía procede del sufijo *lito*, que significa piedra, ya que el primer material utilizado para dibujar o grabar fue la piedra calcárea, posteriormente Alois Senefelder (1796), experimentó con materiales como son el aluminio, cobre, zinc, etc., para realizar litografía se fundamenta en el principio de repulsión existente entre el agua y la tinta (de consistencia aceitosa); las partes impresoras retienen la tinta grasa y rechazan el agua; las partes no impresoras retienen el agua y rechazan la tinta.

• **offset**

Se conoce como impresión "offset" aquella que se realiza a partir de una superficie plana, en donde los elementos a imprimir, se separan del resto de la superficie mediante tratamientos químicos, que favorecen la adherencia de la capa impresora hacia la tinta, así como la retención de agua del resto de la plancha.

La plancha, placa, lámina litográfica o lámina de *offset* es una superficie plana, que puede ser de materiales como el aluminio o el cinc; o bien, de papel recubierto por una película metálica, cartón plastificado, papel electrostático, etc.

proceso de la impresión offset

Básicamente, el sistema offset opera mediante el mecanismo de tres cilindros: el cilindro de placa o base de matriz, el cilindro de mantilla y el cilindro de impresión o contra.

1.- El cilindro de placa base o matriz es aquel que sostiene la placa de impresión, la cual ha sido obtenida por procesos fotoquímicos.

La placa matriz es mantenida húmeda por una fuente de agua y entintada por un rodillo.

2.- El cilindro portamantilla contiene una cubierta de hule o caucho que recibe la imagen impresa de la placa y la transfiere a un tercer cilindro llamado cilindro de impresión.

3.- Cilindro de impresión o contra: sujeta el papel y lo presiona contra el cilindro de caucho para transferir la imagen hacia el papel. La placa matriz nunca entra en contacto con el papel.

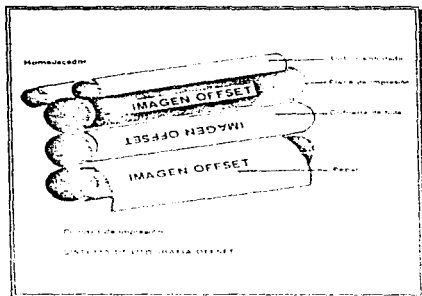


FIGURA 39 Impresión en offset.

Ventajas de la impresión en offset

Aunque actualmente se han automatizado varias funciones de mando en las máquinas offset, como son el proceso de impresión, preentintado, limpieza, registros cromáticos y de corte, aún no se ha reemplazado el principio de impresión (que el agua y el aceite se repelen).

Podría decirse que, independientemente de los sistemas de

impresión láser, aún no se han podido desplazar las ventajas que ofrece el sistema offset en cuanto a calidad, cantidad y costos en la producción de medios impresos.

Las ventajas son las siguientes:

- Las letras impresas presentan una distribución de tinta uniforme (aún en áreas grandes), los bordes presentan una buena definición.
- Permite imprimir sobre superficies diversas como son papel, plástico o cartón.
- Buena calidad de impresión en originales de línea y selección de color.
- Velocidad de impresión en algunas máquinas; "de hasta 40 mil revoluciones por minuto".⁴
- Al producir un mayor tiraje se reducen costos.

Algunas máquinas offset tienen integrados sistemas de compaginación y acabados (suaje, doblado, engrapado).

4.3.4 ACABADOS

Los acabados son el conjunto de acciones que se realizan al finalizar la reproducción impresa y que consisten en dar el material final, tamaño y forma requeridos.

Éstas acciones pueden implicar la plastificación de la portada, el dobles, el tipo de engrapado o cosido y el corte o refine final.

4.3.5 ENTREGA DE MATERIAL

Consiste en hacer llegar a los destinatarios, al cliente directo o a los distribuidores principales la cantidad de producto editorial terminado y empacado.

Una vez verificadas las condiciones de entrega se firma de mutuo acuerdo y se da por concluido el trato (salvo algunas observaciones posteriores).

4.4 FUNCIÓN DEL DISEÑADOR GRÁFICO EN EL PROCESO DE ELABORACIÓN DE UNA REVISTA

Vamos a abordar por último el aspecto fundamental en el ejercicio profesional del diseño gráfico como es el

perfil del aspecto formativo así como de la importancia que representa.

4.4.1 PERFIL DEL DISEÑADOR GRÁFICO.

Es conveniente, para determinar las funciones específicas del diseñador gráfico citar algunas opiniones al respecto.

Harold Evans afirma "...la tarea principal de todo diseñador tipográfico, diseñador gráfico, dibujante de maquetas o como quiera que se denomine a sí mismo, debe ser la presentación (es decir, comunicación) del mensaje que se le confía ya sea la portada de un libro, una nota de revista... en la forma más simple, directa, ordenada y efectiva que sea posible".⁵

Y, posteriormente expresa:

"El ideal es que el periodista diseñador esté dominado por la idea de expresar una función, pero que tenga (al mismo tiempo) una sensibilidad ante principios estéticos de unidad, proporción y armonía".⁶

Interpretamos lo siguiente:

El diseñador gráfico debe ser capaz de expresar mensajes cuya función comunicativa se cumpla, mediante la aplicación correcta de principios teóricos de estética (unidad, proporción, armonía, etc.).

Sin embargo, debido a los avances tecnológicos en todos los ámbitos, no podemos pasar por alto este nuevo requisito, que implica el conocimiento, uso y dominio

de la tecnología para lograr un desempeño profesional. Asimismo, es de suma importancia el conocimiento administrativo requerido para cualquier tipo de empresa.

Por lo tanto hemos de considerar fundamentales tres aspectos formativos necesarios en todo diseñador.

- 1.- Aspectos teóricos con bases científicas y de estética.
- 2.- Conocimiento y manejo de la tecnología aplicada al diseño.
- 3.- Aspectos administrativos aplicados al desempeño profesional.

La formación teórica implica principios de orden científico y estético que le dan al diseñador el conocimiento sobre lo cual sustenta el ejercicio de su profesión.

El conocimiento y manejo de recursos tecnológicos es la herramienta básica que facilita el trabajo reduciendo costos y tiempos de ejecución.

La administración es el punto que abordaremos más ampliamente en lo que resta de este capítulo; consiste en el conjunto de acciones cuya finalidad es dirigir y cuidar de los intereses propios o ajenos. Este conjunto de acciones comprende metodologías organizativas de trabajo, así como aspectos legales.

4.4.2 MODALIDADES EN EL DESEMPEÑO PROFESIONAL DE UN DISEÑADOR GRÁFICO.

Una de las principales preocupaciones, en el momento de elegir una carrera, es la perspectiva laboral a nivel

profesional.

Sabemos que hay profesiones cuya

5.- Harold Evans, *La foto y la información de la prensa diaria*, pág. 12

6.- *Ibidem*, pág. 13

actividad principal se desarrolla dentro de la industria, y por lo mismo, presenta obstáculos mayores para ejercer independientemente, ya que el objeto de trabajo en sí, gira en torno de un sistema complejo de tecnología.

El acceso a equipo electrónico, aplicado a la industria editorial, ha facilitado al diseñador gráfico el desempeño independiente, incrementando así la saturación en el mercado de trabajo, por lo cual se requiere una constante preparación del diseñador gráfico, para estar siempre a nivel competitivo.

DESEMPEÑO DEPENDIENTE O ASALARIADO:

Son las personas cuya formación académica ha sido en el ámbito del diseño gráfico y que prestan sus servicios a empresas públicas o particulares por un determinado tiempo, por lo cual se les asigna una cantidad fija de dinero como pago.

Generalmente, ésta modalidad en la disciplina del diseño gráfico, es remunerada con un salario a nivel de técnico,

principalmente en empresas particulares, ya que las actividades desempeñadas van desde ilustrador, formador de originales (manualmente o en computadora), dibujante, corrector de negativos, fotógrafo, impresor, etc. No por ello negamos que existan algunas posibilidades de desarrollo en el desempeño profesional dependiente.

DESEMPEÑO INDEPENDIENTE

Consiste en el conjunto de actividades laborales que realiza una persona o grupo de personas especializadas en Diseño Gráfico para satisfacer los requerimientos de un *cliente* o una empresa. Estas actividades no tienen periodicidad fija y se cobran mediante cantidades variables de dinero.

En el desempeño independiente, el diseñador gráfico debe, además de cubrir los aspectos formativos teóricos de diseño y uso de la tecnología, tener la infraestructura necesaria para iniciar su desempeño, y sobre todo, lineamientos de trabajo, organización en cuestiones administrativas así como de un capital fijo para cubrir toda la serie de gastos que implica iniciar cualquier empresa.

4.4.3 PLANEACIÓN DE TIEMPO Y ACTIVIDADES

Hay quien afirma que los dos factores que controlan los proyectos son el tiempo y el dinero.

"El tiempo vale tanto como el dinero o como el material, es un bien no renovable".⁷

Necesitamos jerarquizar actividades y establecer los tiempo para realizar cada actividad. La jerarquización, consiste en dividir aquellas actividades sobre las que tenemos control, de las que no dependen de nosotros.

a) Actividades controlables:

- Organización de compras
- Obtención de información

- Tiempo aproximado de bocetaje
- Tiempo aproximado de la captura de información y realización de diseño
- Tiempo de edición
- Obtención del original mecánico

b) Actividades externas o no controlables:

- Tiempo aproximado en la obtención de negativos
- Revisión de pruebas
- Tiempo aproximado de impresión
- Tiempo aproximado de armado

Es importante también, considerar y estipular fechas de entrega de información y material con el cliente, así como de revisión y aprobación del trabajo.

Con base en estas actividades, es preciso realizar un calendario donde se

registrarán fechas y horarios de realización.

4.4.4 ASPECTOS LEGALES Y ADMINISTRATIVOS

a) Documentación de un proyecto

Un documento es todo aquel escrito que ilustra sobre algún suceso; también hace constar declaraciones que especifiquen hechos, derechos o acuerdos; mediante la papelería se realiza el registro y control de actividades. Es importante conocer la función y estructura de la documentación.

El manejo y uso adecuado de la documentación en el aspecto administrativo de un trabajo ofrece las siguientes ventajas:

1.- Constatar la fecha y condiciones de un acuerdo.

2.- Dar legalidad a las actividades o acuerdos.

3.- Permite un manejo planeado y control en las actividades.

4.- Reduce tiempos y costos.

Es importante considerar tanto el contenido como la forma en la elaboración de cualquier documento escrito, dado que es nuestra carta de presentación. Los documentos de mayor uso para el seguimiento de trámites administrativos son:

1.- Carta; es todo documento escrito que espera respuesta y que es empleado con la finalidad de transmitir información. Tanto el emisor como el destinatario pueden ser una persona o una asociación.

Los datos que debe llevar una carta son: membrete, fecha de elaboración, destinatario, vocativo, introducción, cuerpo o argumento, despedida, antefirma, iniciales (A. A. / m. c. a.), con copia para (C. c. p.), anexos y referencia.

2.- Memorándum; se utiliza para dar información sin esperar respuesta.

3.- Minuta; es la lista de acuerdos a que se llegó en una junta.

4.- Orden del día; listado de los puntos a tratar en una junta.

5.- Cotización; es la estimación del costo de un trabajo (a nivel personal).

6.- Presupuesto; es la estimación del costo total de un trabajo, además de especificar condiciones y formas de pago.

7.- Contrato; es la formalización legal de un compromiso planteado en un presupuesto.

8.- Fianza; garantía de un trabajo. Es aquella cantidad de dinero que se deja como garantía para el cumplimiento de una obligación.

9.- Reporte; documento informativo acerca del estado actual de un proyecto.

10.- Papelería especializada; son los documentos relacionados con el proyecto a realizar y que llevan un diseño común (calcomanías, fotostáticas, sellos de goma, machotes, tarjetas de presentación, papel para cartas, papel para notas etc.)

11.- Agenda; es el documento en el que se establece una organización y distribución de actividades en base a fechas y horarios.

Existen otro tipo de documentos más específicos, que se elaboran, principalmente cuando se trata de un trabajo libre "freelance" ... "el documento inicial deberá ser entregado al diseñador, junto con el contrato y la carta formal de acuerdo".⁸

Es posible prescindir de la carta formal de acuerdo, debido a que en el

contrato se asientan datos más precisos, detallados y convencionales acerca de las circunstancias y condiciones de trabajo.

CONTRATO

En el contrato se debe especificar lo siguiente:

- Honorarios: se estipulan las cantidades que se cubrirán y las etapas en que se deberán pagar.
- Costos por cambio de documentos.
- Gastos que serán reembolsados.
- Derechos de autor, patente o propiedad del diseño.
- Posiblemente, la confidencialidad de la información.

a) Documentos iniciales de proyecto

Los documentos iniciales de cada diseño, deberán contener los siguientes aspectos:

Portada

- Nombre del diseñador
- Nombre de la revista
- Descripción de la revista
- Lista de secciones que contiene la revista
- Nombre, dirección y cargo de la persona que firma el documento
- Lista de personas que reciben copias
- Fecha

Introducción. La introducción cumple la función de informar a todo el equipo de trabajo acerca de los alcances, objetivos y estrategias para la realización de la revista, además de servir como recordatorio para la serie de entregas de material.

Meta. La meta es la razón de la actividad de diseño y se debe expresar en términos claros; asimismo debe ser corta y específica. En toda empresa la meta principal es el incremento en las utilidades y en la productividad, por lo cual deberán analizarse una serie de estrategias válidas que la compañía pueda adoptar.

Información útil:

- De personas: es conveniente enlistar por nombres, teléfonos y cargos a las personas a quienes el diseñador deberá recurrir durante su trabajo. También puede hacerse una descripción breve de su estatus y su especialidad, así como de los horarios en que se le puede localizar.
- Facilidades: es preciso acordar y estipular las facilidades que la compañía puede proporcionar al diseñador respecto a equipo, información y trabajo.
- Antecedentes y productos actuales: el diseñador es informado sobre el contexto en que desarrollará su trabajo. Es importante conocer la historia de productos recientes y determinar las características que los hicieron triunfar o fallar. Definir el rango actual del producto dentro del mercado y especificar datos concretos sobre el costo de la línea de trabajo actual, su precio de venta, así como las ventajas y desventajas en la producción y distribución. Estrategias publicitarias que se han utilizado y estrategias publicitarias que se proponen: Predicciones respecto a los alcances e influencias de la competencia. Toda esta información amplía la cantidad de datos del diseñador respecto al producto y su entorno.
- Investigación de mercado: la investigación de mercado proporciona información única, que indica un curso definido de acción, para la realización de todo un proyecto. El diseñador-administrador deberá sintetizar sus conceptos de referencia más importantes, para dirigirlos hacia el cumplimiento de

las metas planteadas.

Calendario; después de la

información general, se indica el calendario de diseño, como una lista de fechas con anotaciones de las actividades a realizar.

Ejemplo:

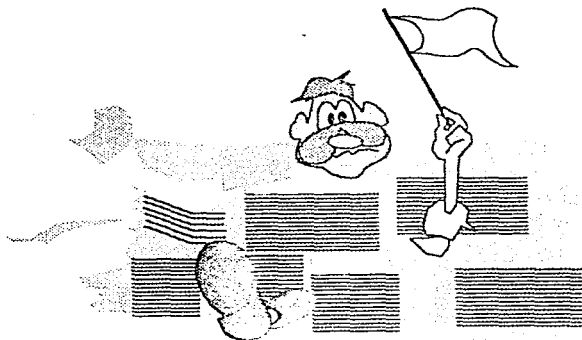
FECHA	ETAPA	ACTIVIDAD
18- octubre- 1996	1	El proyecto se inicia, el diseñador es informado.
15 noviembre 1996	2	Revisión del avance y correcciones.

El calendario no sólo controla el avance del proyecto, sino que sirve como recordatorio para las personas que forman el equipo de trabajo. "El calendario es la base contractual sobre la que el cliente y el

diseñador acuerdan trabajar".⁹ Cada modificación provocará un retraso y el contrato deberá ser revisado y reestructurado, así como las fechas de entrega.

CONCLUSIONES

- EL diseño gráfico es sólo una parte del proceso comunicativo y es de suma importancia que el profesional en Diseño sea consciente tanto de su función dentro del proceso comunicativo así como de la totalidad del proceso.
- Si el diseñador gráfico, además de dominar las técnicas gráficas, conoce, valora, y aplica los principios administrativos y legales concernientes a su labor, el desempeño se optimará, favoreciendo su ejercicio profesional independiente.
- Es importante incluir, como aspectos formativos, los administrativos, legales y de mercadotecnia, en los programas de estudio de la carrera de diseño gráfico.



BIBLIOGRAFIA

- Abad Sánchez Antonio: *Manual del diseñador*, México D. F., ed. UAM, 1993.
- Alberto A. Suttón: *Concepción y confección de un periódico*,
- Arthur T. Turnbull: *Comunicación gráfica*, México, ed. Trillas, 1990.
- Blanchard Gerard: *La letra*. Barcelona España, ed. CEAC S.A., 1990
- Bohmann Karin: *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, México, ed. Alianza , 1986.
- Revista *Contexto gráfico*, año 4, núm. 33 , Mty. N. L. México, D. F., enero de 1996.
- Curiel Fernando: *Mal de ojo*, México, ed. UNAM, 1989.
- Revista *El impresor*, año XIX, núm. 145, México, D. F. febrero de 1996.
- *El nacionalismo y el arte mexicano*, México, ed. UNAM, 1986.
- Euniciano Martín: *La composición en las artes gráficas 1*, Barcelona España, ed. Don Bosco, 1970.
- *Las artes plásticas*, México, ed. UNAM, 1988.
- Meggs Philip: *Historia del diseño Gráfico*, México, ed. Trillas, 1991.
- Munari Bruno: *El arte como oficio*, Barcelona, de. Labor, S. A. , 1973
- Ochoa Campos Moisés: *Reseño histórica del periodismo mexicano*, México, ed. Porrúa S. A., 1968.
- Owen William: *Diseño de revistas*, México, ed. Gustavo Gilli, 1991.
- Satue Enric: *El diseño gráfico desde sus orígenes hasta nuestros días*, Madrid España, ed. Alianza, 1988.
- Swan Alan: *Cómo diseñar retículas*. Barcelona España, ed. Gustavo Gilli S.A., 1990
- Tosto Pablo: *La composición áurea en las artes plásticas*, Buenos Aires Argentina, ed. Hachette S. A., 2a. de., 1983.
- Toussaint A.: *Resumen gráfico de la historia del arte en México*. México, ed. Gustavo Gilli, 1986.
- Tubaro Antonio e Ivana: *Tipografía*, Italia, de. Universidad de Palermo/ librería técnica CP67, 1994.
- Turnbull Arthur: *Comunicación gráfica*, México D. F. , ed. Trillas, 1990.