



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

“Propuesta estructural de cubiertas
para libro de inglés”

Tesis que para obtener el título de:
Licenciada en Diseño Gráfico

Presenta

Ana Isaura Oros Martínez

Director de Tesis: Lic. Alfonso Aguilar Jiménez

México, D.F., 2002



DEPTO. DE ASISTENCIA
PARA LA TITULACION
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLÁSTICAS
XOCOMILCO D.F.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

PROPUESTA ESTRUCTURAL PARA CUBIERTAS DE LIBROS

CONTENIDO	
INTRODUCCIÓN.....	4
CAPÍTULO 1.....	6
1 COMUNICACIÓN VISUAL.....	6
1.1 FUNDAMENTOS.....	6
1.2 PROCESO DE LA COMUNICACIÓN.....	8
1.3 EL DISEÑO EN LA COMUNICACIÓN.....	13
1.4 LA COMUNICACIÓN EL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE.....	15
CAPITULO 2.....	18
2 DISEÑO EDITORIAL.....	18
2.1 ANTECEDENTES.....	18
2.2 IMPORTANCIA DEL DISEÑO EDITORIAL EN EL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	19
2.3 CUBIERTA DE LIBRO.....	20
2.4 FUNCIONES DE LA CUBIERTA.....	22
2.5 TIPOS DE CUBIERTAS.....	23
2.6 LAS CUBIERTAS DE LOS LIBROS DE ENSEÑANZA.....	27
2.7 CARACTERÍSTICAS DE LAS CUBIERTAS DE LIBROS DE INGLÉS.....	28
CAPITULO 3.....	31
3 ANTECEDENTE HISTORICO.....	31
3.1 IMPORTANCIA DEL INGLÉS EN MÉXICO.....	31
3.1.1 <i>Breve historia del inglés en México</i>	31
3.1.2 <i>Objetivo del Instituto Conversa y su método de enseñanza</i>	33
CAPITULO 4.....	37
4 PROCESO DE DISEÑO.....	37
4.1 ESTUDIO DE ELEMENTOS.....	38
4.1.1 <i>Tipografía</i>	38
4.1.2 <i>Imágenes</i>	50
4.1.3 <i>Color</i>	52
4.2 LA COMPOSICIÓN.....	54
4.3 ESTUDIO DE ESTRUCTURAS.....	64
4.3.1 <i>Redes</i>	64
4.3.2 <i>Reticula tipográfica</i>	74

4.4	PAPEL	79
4.5	IMPRESIÓN	81
4.5.1	<i>Impresión a uno y dos colores</i>	83
4.5.2	<i>Impresión a cuatro colores</i>	84
4.6	ENCUADERNACIÓN Y ACABADOS	84
4.7	MÉTODOS DE DISEÑO.....	86
4.7.1	<i>Función del Método Diana</i>	90
4.7.2	<i>Aplicación del Método Diana al proyecto de rediseño del libro</i>	95
CAPITULO 5.....		108
5	DESARROLLO DEL PROYECTO.....	108
5.1	APLICACIÓN DE LOS ÍCONOS-ÍNDICES EN EL LIBRO INTRODUCTORIO	109
5.2	MÉTODO DE REPRODUCCIÓN, FORMATO Y ELECCIÓN DE PAPEL.....	112
5.3	PROPUESTAS DE CUBIERTA	117
5.3.1	<i>Selección de elementos visuales</i>	120
5.3.2	<i>Propuestas del libro introductorio</i>	121
5.3.3	<i>Propuestas de los niveles básico, intermedio y avanzado</i>	129
CONCLUSIONES.....		142
BIBLIOGRAFÍA.....		143

INTRODUCCIÓN

El diseño como disciplina, debe fundamentarse y hacer referencia a los principios en los que se basa, tomando en cuenta esto, el diseño de cubiertas, que forma parte del diseño Editorial, debe estudiarse y conocerse en sus aspectos teóricos, metodológicos y técnicos, que lo convierten en una unidad con un sentido y función social.

La presente pretende dar a conocer el proceso de creación de las cubiertas de libros, así como los aspectos que no se perciben a simple vista en una cubierta.

Se hace un análisis del proceso de la comunicación y como esta influye en el desarrollo de las cubiertas y en el Diseño Editorial, con la finalidad de mostrar su importancia y peso en la publicación de libros.

La clara distinción de términos como cubierta y portada se convierte en parte primordial de este estudio, pues son términos que aunque similares tienen acepciones completamente diferentes y que deben ser del conocimiento del diseñador quien debe saber a que se refiere cada uno con certeza.

La creación de la cubierta de libro conlleva infinidad de elementos y procesos de diseño que parecieran no estar presentes, pero que es importante identificar y comprender para darnos cuenta de su complejidad.

Existen varios aspectos que deben considerarse y que surgen inicialmente como interrogantes a las que se debe dar respuesta al momento de ir realizando el diseño, de acuerdo con el carácter de la obra y el público al que va dirigido, así como la institución que lo emite, preguntas como ¿Qué motivo gráfico puede emplearse?, ¿Qué tipografía es la adecuada?, ¿Qué colores serán empleados?, entre tantas otras.

Cada uno de los elementos que forman parte de la cubierta del libro, deben estudiarse y conocerse para obtener un excelente resultado, uno que permita la distinción del libro en el contexto en que se encuentre.

Elementos como la tipografía, las estructuras formales o redes, el color, las imágenes, son de suma importancia en el desarrollo del proyecto de diseño, todos estos se integran empleando técnicas visuales que guían la lectura del mensaje gráfico creado con una intención específica.

El resultado de todo este proceso de investigación, aplicación e integración, serán las cubiertas de libro del Instituto Conversa, quienes como Institución, están interesados en mejorar la presentación e imagen del material que ofrecen al público y que pretenden conservar y mantener actualizado de acuerdo al avance y requisitos que se vayan presentando.

Se pretende que una vez identificando y conociendo todos los aspectos relacionados con las cubiertas, el lector comprenda realmente el trabajo del diseñador de cubiertas y se aprecie la importancia de esta en la distinción y aceptación de la Institución.

Finalmente se busca que toda esta información sea útil a posteriores investigaciones, ya que la información a este respecto es muy escasa.

CAPÍTULO 1

1 COMUNICACIÓN VISUAL

1.1 Fundamentos

La comunicación visual es un proceso de absorción de información mediante el sentido de la vista, el cual comenzamos a experimentar desde muy pequeños.

La vista es un sentido automático, es veloz, comprensiva y a la vez analítica, es sumamente sintética, de modo que nos permite conservar un número infinito de información en fracciones de tiempo.

La visión es una experiencia directa que nos proporciona información con una gran aproximación de la realidad, con la que estamos familiarizados.

La comunicación visual se divide en:

- Gráfica: que reúne símbolos e imágenes para transmitir determinados mensajes.
- Ilustrativa: que emplea abstracciones de la realidad para transmitir mensajes.
- Fotográfica: que registra y expresa lo que vemos en material impreso de modo que comunique algo.
- Cinematográfica: la cual conjunta una serie de imágenes presentadas en secuencia que transmiten información tanto verídica como ficticia.
- Multimedia: que se integra por varios medios que al trabajar en conjunto nos presentan información de muy diversas maneras, sobretodo actualmente con el uso de las computadoras.

En la presente, se considera importante que se estudie más a fondo la comunicación gráfica, que es la que aplica el diseñador para el desarrollo del proyecto de creación de cubiertas.

La comunicación gráfica es un proceso por medio del cual se busca transmitir mediante imágenes visuales, es decir, mediante ilustraciones y símbolos, mensajes determinados por una necesidad.

El ejemplo más claro que poseemos de símbolos son las letras, ya que estas no pueden relacionarse con las ideas que representan, así es como funcionan los símbolos, estos representan siempre algo más debido a acuerdos entre sus usuarios, es decir, la letra "a" representa un sonido al que los usuarios decidieron darle ese nombre y todos estuvieron de acuerdo en llamarla así. Lo mismo sucede con las demás letras del abecedario, los números, etc.

De modo contrario, las imágenes o ilustraciones, dentro de las cuales podemos considerar las fotografías, pinturas y dibujos, representan o muestran de manera muy cercana la realidad, objetos y formas.

Sin embargo, existen también imágenes que pueden utilizarse como símbolos, y estas son las llamadas imágenes-símbolos que son arbitrarias ya que no representan de manera real aquello con lo que se relaciona.

Como se mencionó en un principio, la Comunicación Gráfica es un proceso en el que se busca transmitir un mensaje empleando imágenes, por ello es importante conocer que tipo de imágenes son éstas y cuales son sus cualidades, así como también es importante conocer el proceso de la Comunicación.

El trabajo del diseñador es presentar de manera agradable el mensaje, de modo que aunque este sea demasiado amplio, pueda lograrse mediante técnicas visuales que resulte interesante y llamativo.

La importancia de estas técnicas visuales, podemos explorarlas en el libro de Andrea Dondis, titulado "Sintaxis de la imagen" donde habla y examina a profundidad, los elementos visuales, las estrategias y opciones de técnicas visuales, que debemos conocer ya que estas son reglas del lenguaje visual.

Como en el caso del lenguaje escrito, para poder considerar que somos capaces de emplearlo adecuadamente, debemos estar seguros de conocer las bases de este, es decir, las letras, las palabras, ortografía gramática y sintaxis, tal como lo menciona A. Dondis "La

alfabetidad visual debe actuar de alguna manera dentro de los mismos límites”¹

Su finalidad es la misma, busca “... construir un sistema básico para el aprendizaje, la identificación, la creación y la comprensión de mensajes visuales que sean manejables por todo el mundo, y no sólo por los especialmente adiestrados como el diseñador, el artista...”²

Actualmente la Comunicación Gráfica juega un fuerte papel en la existencia económica, política y cultural del hombre, ya que la mayor parte de sus actividades están ligadas a productos de ella, como los cheques, las revistas, los periódicos, etc., por todos lados nos encontramos rodeados de materiales impresos que nos bombardean con mensajes, de ahí que la importancia de esta sea tanta, pues dependemos en gran medida de ella para influir de una u otra manera en el comportamiento humano.

1.2 Proceso de la comunicación

Del mismo modo que un escritor organiza o estructura los elementos de sus mensajes escritos, el diseñador emplea reglas para componer formas visuales que dirijan el proceso de pensamiento del lector, como lo vimos con A. Dondis; por que los mensajes visuales también deben ser leídos para poder ser comprendidos.

La expresión visual es de gran importancia, debe regirse por normas o convenios del mismo modo que el lenguaje escrito, para que de esta manera todos sus lectores sean capaces de comprender el mensaje.

Como sabemos, todos los mensajes que se propagan en los medios masivos de comunicación, se encuentran condicionados principalmente por su necesidad de desarrollo y crecimiento. Es por ello que el diseño debe cubrir las expectativas de distribución y consumo de la mercancía, es decir, debe vender el producto de la mejor manera posible, aunque para ello tenga que valerse de mentiras o promesas y mensajes subliminales.

¹ Dondis, Donis A., “La Sintaxis de la Imagen”, Ed. G. Gilli México, 10ª edición, 1992, p.11

² Dondis, op.cit., p.11

Es ahí donde entra en acción la comunicación, pues para poder vender hay que saber cual es la manera más adecuada de llegar al público, pero sobre todo como llegar al tipo de público que nos interesa. Esto casi siempre se logra mediante el empleo de imágenes que nos ayudan a convencer con mayor facilidad al público, ya que como dice A. Dondis "En la conducta humana no es difícil detectar una propensión a la información visual. Buscamos un apoyo visual de nuestro conocimiento por muchas razones, pero sobretodo por el carácter directo de la información y por su proximidad a la experiencia real."³

La difusión de los mensajes depende en gran medida de los modos de comunicación que se desarrollan en los diferentes ámbitos sociales, para cada modo de producción corresponden un tipo de relaciones sociales y para estas una forma especial de comunicación y diseño gráficos.

En realidad cuando hablamos de diseño, se piensa en publicidad y venta de algún artículo en especial, pero para poder vender un objeto, informar algo, dar carácter a un libro, es necesario conocer a que tipo de personas se dirige el mensaje y que tipo de códigos y símbolos es posibles utilizar en su estructuración, para que este logre su cometido.

Los mensajes, se destinan a ciertos sectores sociales y se manifiestan desde los temas, el tratamiento, el papel, el modo de impresión y la forma en la que son diseñados.

Entonces, para poder transmitir correctamente mensajes hay que considerar ampliamente el público al que se busca llegar; el mensaje va inmerso en el diseño, debe tomarse en cuenta el tipo de código que se empleará, los símbolos que son factibles y la estructuración del mismo, pues no en todos los estratos sociales será comprendido de la misma manera, también deben tomarse, en cuenta cuales son los medios más adecuados de difusión, cuales técnicas se prestan más para la comprensión del mensaje y el material que sea el más adecuado.

La comunicación juega entonces un papel fundamental, pues debe ser la adecuada tanto al carácter del mensaje como al tipo de público al que se dirige, la información que se ofrece en un mensaje es muy

³ Dondis, Donis A., "La Sintaxis de la Imagen", Ed. G. Gilli México, 10ª edición, 1992, p.14

importante, pero es también de una importancia crucial la forma en que esta se presenta, es decir el diseño.

Para que el diseño sea eficiente, debe comunicar lo que se desea, debe ser entendido por el sector de la sociedad al que va dirigido, debe emplear códigos y símbolos de manera adecuada, debe dar forma al mensaje por medio de imágenes en las que el diseñador se ve influenciado por el medio social en el que se desarrolla.

Entonces y como ya se mencionó anteriormente, es importante conocer la base de todo lo que implica la comunicación, por ello debemos conocer el proceso de la comunicación del cual surgen muchas respuestas de cómo deben crearse o estructurarse los mensajes y cual es su finalidad y funcionalidad.

Podemos encontrar varias descripciones del proceso de comunicación asociado a diferentes áreas de aplicación, en nuestro caso nos evocaremos a los relacionados con el diseño gráfico, Daniel Prieto⁴, por ejemplo menciona que el proceso de comunicación cuenta con los siguientes elementos: el emisor, el código, el mensaje, los medios y recursos, el perceptor, el referente, el marco de referencia y la formación social.

El emisor en el caso del proceso comunicacional del diseño, está representado por el diseñador, quien empleará los códigos para confirmar un mensaje determinado por las necesidades de una sociedad cambiante, los mensajes deben llegar a ciertos sectores socio-culturales de acuerdo al tópico u objeto del que se trate, por tal motivo, los códigos empleados deben ser conocidos tanto por el diseñador como por el perceptor, que en este caso es el público. Para hacer llegar este mensaje, el diseñador se vale de medios y recursos, es decir, los medios serán aquellos de los que se apoye el diseñador para transmitir su información, como los carteles, los trípticos, los espectaculares, los libros, las revistas, los periódicos, la televisión o el internet, en fin; los recursos serán las imágenes, técnicas, dibujos, símbolos, signos y códigos de los que se auxilie para conformar los mensajes.

El referente, es el tema del que se trata en el libro, revista o medio de difusión empleado, y el marco de referencia son los conocimientos y experiencias que tenga el receptor acerca del tema que se trata.

⁴ Prieto Daniel, *Diseño y Comunicación*, UAM Xochimilco, Colección Ensayos, 1987, 149 pag.

La información social se refiere a que la única forma de comprender un mensaje o la actividad del diseño es a partir de las características de cada sociedad en los ámbitos económico, político e ideológico.

Por otra parte, Juan Manuel López⁵, propone un esquema diferente del proceso de comunicación en el cual muestra cuales son las diferentes funciones semiológicas que cumple cada uno de los elementos que intervienen en el proceso.

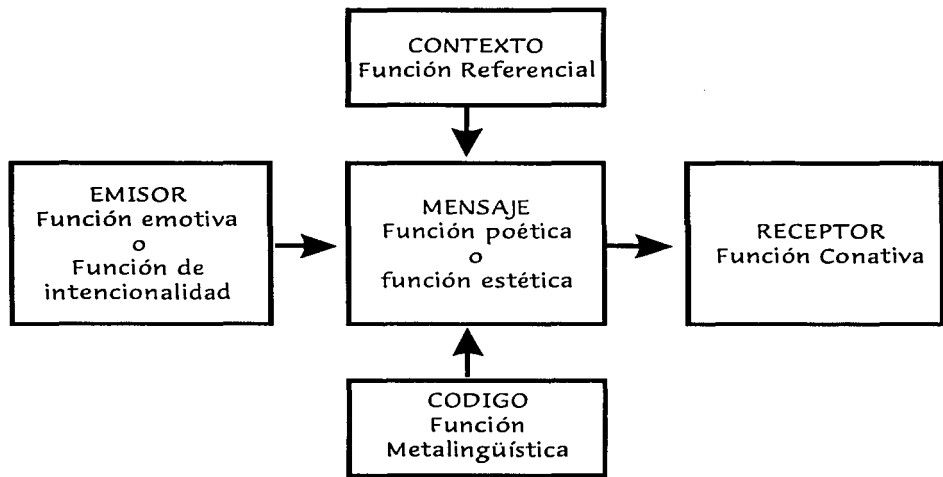


Fig. 1 Esquema del proceso de comunicación y sus funciones semiológicas

En el que la función de intencionalidad o emotiva que es la que inicia el proceso de comunicación se refiere a que el mensaje se produce siempre con algún propósito, ya sea el de informar o comunicar algo, o el de producir alguna reacción en el receptor, la

⁵ López Rodríguez, Juan Manuel, *Semiótica de la Comunicación Gráfica*, México, Instituto Nacional de Bellas Artes, 1993, 500p.

desarrolla el emisor, por ser el quien crea el mensaje con una intención particular definida y movida por algún tipo de interés.

La función referencial es la que define las relaciones entre el mensaje y su objeto, es la que fija o define esta relación.

En la función conativa, se espera que el mensaje haya provocado en el receptor alguna respuesta, esta función expresa sentimientos que se visualizan mediante íconos que aparecen en el mensaje gráfico, la respuesta que se obtenga del receptor, dependerá del grado de iconicidad del mensaje, es decir, de que tan clara sea la similitud de lo que se representa con lo que se ve.

El mensaje desempeña la función poética o estética, ya que es el mensaje el que mediante elementos que lo componen y su composición, que provocarán emociones o sensaciones en el receptor, de una u otra forma, el mensaje se manifiesta de tal forma que provoca emociones tanto positivas como negativas, pero finalmente ese es su cometido.

La función metalingüística, es aquella encargada de hacer el estudio del mensaje, nosotros como receptores debemos llevar a cabo un análisis para poder comprender que es lo que realmente se está representando en el mensaje y lo que se busca dar a entender.

Esta descripción del proceso de comunicación, varía de acuerdo al tratamiento que le dan los diferentes autores y estudiosos de la comunicación, pero como en nuestro caso nos interesa principalmente aplicado al diseño, nos resulta útil también conocer cuales elementos conforman este proceso situando a cada uno de los realizadores del diseño en el lugar en el que pertenecen.

Entonces, podemos darnos cuenta de que el proceso de comunicación en el diseño, es un proceso u tanto complejo, pues dependerá en gran medida de él que un libro cuente con los elementos necesarios para transmitir real y precisamente lo que se busca, desde su cubierta, hasta sus interiores, deben no solo reflejar fielmente su contenido, sino también el carácter y características de la empresa o institución que lo origina.

En el caso particular de esta tesis, es crucial tomar en cuenta las consideraciones pertinentes acerca de los componentes del proceso de comunicación, pues es determinante la creación de una cubierta adecuada para el tipo de público que asiste regularmente a la escuela Conversa, pero también es importante proyectar de manera real el tipo de institución del que se desprenden los libros y el tema del que tratan los libros, tanto por nivel como el idioma.

1.3 El diseño en la comunicación

El Diseño Gráfico es el proceso por medio del cual el diseñador convierte mediante símbolos un contenido específico generado por una empresa o producto en un mensaje.

Los mensajes gráficos, no son en realidad más que el conjunto de las comunicaciones funcionales: la comunicación institucional, la comercial, la publicitaria, la informativa, la didáctica, la señalética y la de la identidad; como tales, deben seguir una cadena de comunicación que es como la siguiente:

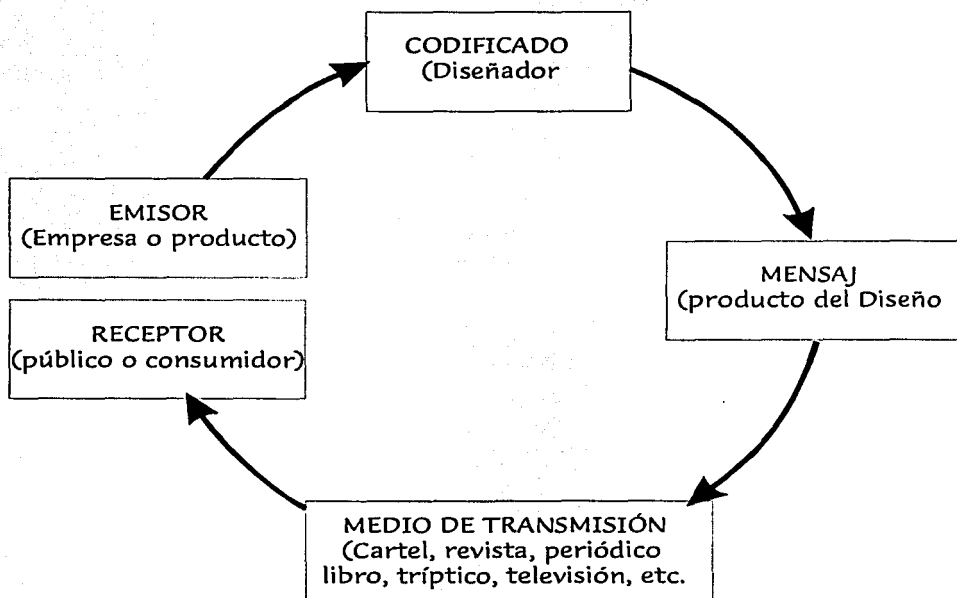


Fig. 2 Cadena comunicacional en el diseño gráfico

En esta cadena podemos observar que el diseñador funge como codificador de el mensaje, es decir, es quien debe dar soluciones a los requerimientos del emisor de modo expresivo, sumamente sintetizado y tomando en cuenta las demandas de los receptores, es el quien debe desarrollar los procesos de síntesis mentales y técnicas cuya principal finalidad es una adecuada respuesta al mensaje transmitido.

En primera instancia, como emisores encontramos a las empresas y pequeños negocios, quienes emplean el diseño gráfico para la creación de sus imágenes corporativas y propaganda, por medio de él es como logran llegar a los distintos círculos sociales y así se abren paso en el mercado donde compiten no solo por sus productos, sino también por la imagen que transmiten o proyectan a los receptores.

Entonces, podemos darnos cuenta de que "el mensaje es el resultado material del diseño gráfico"⁶, está conformado por signos, que son empleados de acuerdo a códigos, y por imágenes y figuras que corresponden a los códigos icónicos, los cuales se combinan finalmente para conformar el mensaje de forma sintetizada y efectiva.

El medio de transmisión es aquel por medio del cual se harán llegar los mensajes al receptor, ya sea el periódico, el libro, el cartel, la televisión, etc. Es ahí donde el mensaje competirá con muchos otros y donde se busca introducir a los medios sociales los productos materiales.

El receptor es por lo general un determinado sector de la sociedad, que se ha definido previamente por ciertas características, tanto culturales como económicas.

"El diseño gráfico se orienta en dos grandes direcciones: el área diversificada del diseño de informaciones y la vertiente precisa del diseño de identidad"⁷. Nos enfocaremos únicamente al diseño de información que es el que provoca mayor interés para el tema de tesis, ya que es importante conocer el tipo de información en el que podemos considerar el diseño de cubierta de libro.

El diseño de información, es aquel en el que todos los mensajes son transmisores de contenidos complejos. Podemos hablar de tres tipos de información y como actúa el diseño en ellas.

⁶ Joan Costa, *Enciclopedia del Diseño*, Imagen Global, Barcelona, CEAC, 1987, pag.12

⁷ Joan Costa Op. cit. Pag.19

Primero hablaremos de la información funcional, en este caso, el diseño se orienta hacia la utilidad pública, es decir, hacia las personas de una sociedad con la finalidad de facilitar su acceso a la información que resuelve sus necesidades y expectativas.

La información didáctica, es aquella que implica la difusión o presentación de conocimientos de carácter cultural, científico, técnico y profesional. Un ejemplo claro son los libros.

La información persuasiva, es aquella que busca sobretodo el impacto de la imagen sobre los sentidos, es el caso claro de la propaganda y la publicidad.

Estos tres tipos de información precisan por parte del diseño el empleo de diferentes técnicas de representación debido al tipo de contenidos que manejan y la función especial para la que son creadas, la funcionalidad y correcta interpretación de los mensajes gira en torno al tipo de información que se maneja en ellos y el contexto visual que crea el diseñador para su mejor comprensión.

El diseño de identidad, se refiere a que sea cual sea la información transmitida por las empresas, sus mensajes incluyen signos de identidad que son la firma del emisor.

Estos signos son elementos que identifican una empresa o marca, son fundamentalmente de carácter asociativo y con ello se logran personalizar productos y mensajes.

1.4 La comunicación el proceso enseñanza-aprendizaje

Desde sus inicios, el hombre tuvo la necesidad de comunicarse, primero lo hizo mediante gritos y señas, posteriormente logró pronunciar sonidos que le facilitaron un lenguaje articulado. Finalmente el hombre comenzó a pintar en las cavernas y pudo así expresarse gráficamente.

Y así a través del tiempo las civilizaciones fueron dándose a conocer mediante pictogramas, ideogramas y formas de escritura que finalmente dieron origen a la escritura, el papel y la tinta, que a su vez originaron la aparición de la imprenta.

Tomando en cuenta lo anterior, es importante la comunicación para el proceso enseñanza-aprendizaje, pues de ella depende la transmisión de los conocimientos de una persona a otra, y como bien sabemos en el proceso de comunicación es importante que sus integrantes interactúen, ello también permite que estos

conocimientos o aprendizaje se amplíe y desarrolle de acuerdo no sólo a un marco conceptual y teórico, sino también al campo práctico.

La didáctica es el método óptimo mediante el cual se lleva cabo el arte de enseñar, por este motivo debe estar apoyada en un proceso pedagógico, determinado por el grupo a quien se busca enseñar.

El proceso educativo se basa en adquirir elementos culturales, creados y establecidos por nuestra sociedad y transmitidos generalmente por los profesores, aunque también nos podemos valer de otros medios.

La comunicación didáctica es una forma particular del proceso de comunicación que se realiza entre profesor y alumno, cuya función radica en transmitir un mensaje y como resultado el aprendizaje.

Por medio de la educación se realiza la transmisión de conocimientos de una generación a otra, pero si se carece de conocimientos acerca de la comunicación, el proceso enseñanza-aprendizaje se encuentra inmóvil y sin continuidad, ya que no existe una retroalimentación entre emisor y receptor.

Para poder llevar a cabo la comunicación didáctica, deben cumplirse las siguientes etapas:

- a) Establecer características de alumnos y grupos a quienes se dirige un curso.
- b) Analizar, fijar y estructurar los objetivos principales, los generales y los particulares
- c) Determinar las estrategias a seguir en la enseñanza-aprendizaje
- d) Seleccionar los medios didácticos para efectuar la comunicación didáctica
- e) Experimentar o pilotear el curso
- f) Calificar y medir el aprendizaje resultado de todo lo anterior
- g) Revisar y evaluar el curso

h) Aplicar el curso

En cuanto al proceso pedagógico, podemos mencionar que este es un sistema cuyo objetivo es el de modificar los actos de conducta, el repertorio de signos, las rutinas en cuanto a técnicas y la forma de comportamiento que están tanto a disposición del receptor, como del emisor.

En este proceso existen diferentes relaciones: las personales, la relación individuo libro, la audiovisual, el cine o televisión educativa, relación hombre máquina y retroalimentación ya sea sonora o visual. Y derivadas de estas, existen tres categorías pedagógicas: la educación de adolescentes, adultos y autodidactismo.

La primera se desarrolla principalmente en la escuela.

La educación de adultos se realiza en el tiempo disponible que ellos posean, ya sea siguiendo cursos especiales o aquella que no obedece a horarios, programas u obligaciones que provengan de algún sistema.

Finalmente el autodidactismo, es aquel en el que el individuo busca por sus propios medios la forma de obtener conocimientos y aptitudes.

CAPITULO 2

2 DISEÑO EDITORIAL

2.1 Antecedentes

El diseño editorial, es una de las áreas del diseño gráfico que se encarga de la elaboración de soportes para los diferentes géneros literarios, conformándolos en libros, que permiten su difusión y comercialización.

El diseño editorial realiza la diagramación, compaginación, calculo tipográfico y la cubierta de los libros, diseñará tanto el interior como el exterior de los libros, debe lograr que estos sean tanto atractivos como originales, ya que los libros se encuentran en una enorme competencia constante en el mercado.

Como sabemos los libros juegan un papel sumamente importante en el campo educativo y cultural, es mediante la lectura que el hombre adquiere conocimientos y conoce lo que ocurre u ocurrió a su alrededor, pero sobretodo son herramientas indispensables de difusión que son además perdurables.

En el ámbito educativo el libro es muy importante, pues la enseñanza se apoya en ellos para concretar sus programas educativos, por ello los libros de este tipo deben mantenerse a la vanguardia tanto en técnicas representativas como en conocimientos.

El diseño editorial debe buscar que los libros resulten interesantes y adecuados para los diferentes niveles y campos educativos, esta tarea no resulta nada fácil, en un mercado en el que las editoriales mantienen una constante competencia y en el que cada vez es más difícil vender libros. Su objetivo básico es lograr una configuración unitaria, armónica y bien estructurada de los elementos tipográficos, gráficos y estructurales, ya que de todo ello dependerán las posibilidades comunicativas del libro.

En el capítulo anterior se habló del proceso de comunicación y la importancia que cobra el diseño en este, siendo el diseño editorial un área cuyo objetivo principal es la conformación de libros, debemos comprender que estos se elaboran mediante un proceso en el que

inicialmente la información que contienen debe ser analizada y conformada de modo que su didáctica sea la adecuada para cumplir los fines para los que se crea el libro, sobretodo en el caso de los libros educativos. La pedagogía empleada en ellos, también debe ser verificada y modificada de acuerdo a las nuevas necesidades que vaya presentando el desarrollo y evolución tanto de los temas como del contenido, y finalmente, el diseño editorial integrará todos estos elementos en un formato que realmente unifique de manera adecuada todos los conceptos y códigos pertinentes.

2.2 Importancia del diseño editorial en el proceso enseñanza-aprendizaje

Como se ha mencionado anteriormente, el proceso de la comunicación, es un elemento clave en el proceso enseñanza-aprendizaje, durante este proceso y para obtener los resultados esperados, debe contarse con un sistema de enseñanza sistemática de acuerdo con las exigencias tanto de la época como de las personas a quienes se dirige dicha enseñanza.

Como uno de los principales medios auxiliares en la enseñanza encontramos al libro, pues al aportar este una enseñanza adaptada e independiente de la memoria y conocimientos de profesor se torna en elemento clave del proceso de aprendizaje.

El libro requiere además de una estructuración pedagógica adecuada, una integración y unidad en todos sus componentes, ya que él servirá en innumerables ocasiones como medio de apoyo tanto teórico como práctico.

Moles Abraham⁸ explica que en el proceso pedagógico existen diferentes tipos de relaciones, las cuales son:

a) Relaciones personales: esta se refiere a la relación entre dos individuos (profesor-alumno)

b) La relación individuo-libro: en esta, el individuo tiene contacto directo con la información que contiene el libro.

⁸Abraham, Moles, citado por Ma. Teresa Escudero Yerena en *La Comunicación en la enseñanza*, Ed. Trillas, México, 1997, pag.24

c) La relación audiovisual: se refiere a las imágenes que se proyectan en las salas semioscuras acompañadas por comentarios del expositor.

d) El cine o la televisión educativa: en ella, el emisor se encuentra lejos y el mensaje ha sido preparado para recibirse de cierta manera (un ejemplo de esto son las videoconferencias).

e) La relación con retroalimentación: como la que se realiza mediante pregunta respuesta, acompañada por una evaluación.

f) La relación hombre-máquina: en la que la computadora funge como profesor.

Como podemos darnos cuenta, este tipo de relaciones se lleva a cabo en el proceso educativo. Siendo el libro un medio importante para la transmisión de conocimientos, el diseño editorial, interviene de una manera indirecta en el proceso de enseñanza, mediante la elaboración y distribución adecuada de los elementos constitutivos del libro que finalmente serán el elemento principal de la educación.

Por ser un objeto de contacto directo con el usuario, el libro además de cumplir con su función informativa-formativa, debe presentar mediante adecuado diseño editorial la información de modo que resulte para su lector fácil de comprender e interpretar en el caso del empleo de símbolos.

En un libro se confrontan los textos, las imágenes, los números, las gráficas, etc., y la función del diseño editorial es la de integrar todos estos elementos de forma armónica, visualmente atractiva y comunicacionalmente efectiva.

El diseño editorial, es la herramienta que ha encontrado la educación para plasmar e inmortalizar en páginas con cubierta infinidad de conocimientos que se han ido renovando continuamente y que permanecen vigentes por largos periodos.

2.3 Cubierta de libro

El contenido de esta tesis va encaminado al diseño de cubiertas, que parece ser un tema carente de procesos comunicativos y diseño gráfico, pero en realidad, para llevar a cabo el diseño de cubierta, es necesario un estudio minucioso del carácter del libro, del contexto que lo rodea, del público al que se dirige, del mercado en el que se mueve y de las necesidades de comunicación que debe cubrir.

Es importante delimitar cual es el término indicado para emplear cuando se habla de la "cosa" de la que trataremos aquí.

Habremos oído hablar muchas veces de la cubierta de libro, pero también hemos oído hablar de la portada, pastas, sobrecubierta, tapas, etc., en el diccionario de Léxico Hispano de W.M. Jackson encontramos las siguientes definiciones:

"Cubierta: forro de papel del libro en rústica

Portada: Primera plana de los libros impresos, en la que se pone el título, el nombre del autor, etc.

Pasta: Encuadernación de los libros cuando se hace de cartones cubiertos con piel.

Sobrecubierta: segunda cubierta que se pone en una cosa.

Tapas: cada una de las dos cubiertas de un libro encuadernado" ⁹.

Por otra parte, en el diccionario de tipografía y del libro de José Martínez de Sousa, encontramos:

"CUBIERTA: Forro, envoltura que cubre los diferentes pliegos del libro ya impresos, ordenados y cosidos: Si el libro se encuaderna en rústica la cubierta está constituida por un forro de papel resistente (cartulina o papel cuché). Si la cubierta es de cartón recibe el nombre de tapa, y si esta va recubierta de piel o tela se llama pasta; ésta a su vez, se encuaderna a la holandesa, esto es, forrando de papel o tela la cubierta y de piel el lomo."¹⁰

De donde establecemos que se hablará de cubierta en el caso de los libros con los que se va a trabajar, ya que el cliente estableció que

⁹ W.M. Jackson, Diccionario Léxico Hispano, Inc. Editores

¹⁰ José, Martínez de Sousa, "Diccionario de tipografía y del libro", Ed. Labor, Barcelona, 545 pag.

no cuenta con demasiados recursos para presentar sus libros con encuadernaciones finas, sino más bien encuadernación rústica, es decir, con una cubierta de cartulina o cuché pegado por el lomo.

2.4 Funciones de la cubierta

Por ser la parte externa del libro, la cubierta cumple principalmente una función protectora, debido a que está constituida por material más resistente al resto de las hojas, las protege de que se rompan o maltraten.

Debido a que el primer contacto que tenemos con un libro es mediante la cubierta, en ella encontramos en ocasiones información acerca de su contenido ya sea mediante la tipografía (Título, autor, editorial, etc.), los signos, símbolos o imágenes que contenga de modo que cumple una función informativa y comunicativa.

Para lograr la función comunicativa se recurre al uso de formas y colores que puedan ser reconocidos e interpretados por el receptor. Texto, forma y color deben guardar unidad formal, ya que se trata de informar con claridad acerca del contenido.

La función informativa se lleva cabo primordialmente por el texto que se incluye en ella, la fuente tipográfica y demás signos gráficos que concuerden con el título y nos representen el contenido.

Las ilustraciones, signos y símbolos que observamos requieren de diferentes tratamientos de acuerdo al tema que se esté tratando, la diagramación y composición darán unidad y estructura al libro, y lo diferenciarán de otros de acuerdo con la audacia con la que se empleen los elementos compositivos, claro sin dejar de lado el aspecto estético, esto es lo que se llama la función expresiva de la cubierta.

La función expresiva no se encuentra tan limitada como la comunicativa, en ella se emplean diferentes tratamientos para la forma y el color, buscando innovaciones representativas sin perder la esencia de lo que se busca expresar acerca del contenido de la obra y al mismo tiempo promoviendo la imagen editorial.

Estas funciones las encontramos implícitas en las cubiertas y tal vez sea por ello que no nos habíamos percatado de su existencia, por ello se pusieron de manifiesto sus características, para comprender como es que se presentan cada una y cuales elementos las distinguen o conforman.

El diseñador debe tomar en cuenta de que no se trata solamente de expresar el contenido del libro de modo estético, debe considerar que los elementos compositivos realmente serán comprendidos por el sector social al que se dirige el mensaje y que además este debe poder decodificarse, es decir, interpretarse con facilidad.

2.5 Tipos de cubiertas

De acuerdo a las características físicas de las cubiertas, podemos mencionar dos tipos, la cubierta doble o la simple.

La cubierta simple, es aquella que solo ocupa la parte frontal del libro, quedando la parte trasera de ella en blanco o con un fondo de color o llena con texto, la foto del autor o un breve resumen del contenido del libro.

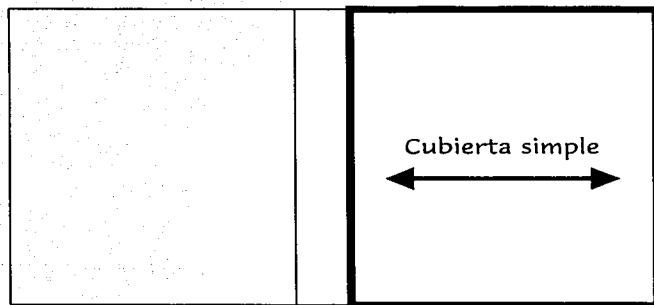


Fig. 3 Cubierta simple

La cubierta doble, es aquella en la que se precisa resolver todo el espacio exterior del libro, esta puede diseñarse en caja, en mancha o con márgenes, pero actualmente la más frecuente es la cubierta a sangre, es decir, aquella que ocupa la dimensión total del libro y en la que hay que prever algunos milímetros de más al momento de realizar los originales para evitar que la guillotina se lleve parte de nuestra composición y deje dentro lo que nos interesa.

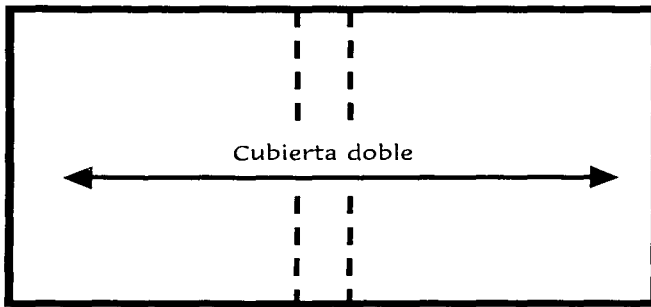


Fig. 4 Cubierta doble

De acuerdo a su composición gráfica podemos mencionar tres tipos de cubierta, la *tipográfica*, la de *imagen* y la de *red*.

La *cubierta tipográfica*, como podemos imaginarlo por su nombre, emplea los caracteres o tipografía como formas y busca mediante el empleo del color y la composición entre ambos expresar el concepto base del contenido de los libros, en ocasiones podemos observar que en este tipo de cubiertas la composición se forma básicamente por los caracteres del título en fondos de colores e incluso se crean tipografías especiales para estas.

Una cubierta tipográfica tiene múltiples posibilidades ya que las letras pueden cubrir toda la cubierta o solo parte de ella; pueden ir de sangre a sangre; quedarse en el centro o en un rincón; las letras muy grandes pueden combinarse con letras muy pequeñas; pueden ir muy pegadas o muy separadas, e incluso pueden quedar cortadas por los límites de la cubierta, todas estas posibilidades dependerán del diseñador, del carácter del libro y la solicitud y criterio del cliente.

La *cubierta de imagen*, puede utilizar formas figurativas o abstractas con diversos tratamientos o técnicas representativas; debe relacionarse conceptualmente con el sentido del título y visualmente con las formas tipográficas del mismo. La elección de la forma como imagen, su tratamiento y la técnica utilizada será la expresión del concepto principal del libro.

Este tipo de cubiertas se emplea mucho actualmente, de hecho algunos libros de novelas, de texto, etc., emplean por ejemplo pinturas famosas, o se solicita a algún pintor la creación de alguna obra para que aparezcan en las cubiertas, en el caso de los libros de texto, se procura que la pintura haga de un modo sutil, un

acercamiento del receptor con los personajes que intervienen en las pinturas y que muy posiblemente encontrará en el interior de sus libros.

Dentro de este tipo de cubiertas encontramos las que están compuestas por fotografías y por ilustraciones.

La fotografía es un medio técnico de reproducción de la apariencia de la realidad, aunque también se emplea como medio de producción de imágenes, no siempre analógicas.

La fotografía es una representación de cosas existentes, "es tanto el procedimiento como el resultado de un sistema técnico de obtención de imágenes por medio de la luz."¹¹

Es decir, mediante las fotografías obtenemos imágenes, pero no solo las imágenes son fotografía, el procedimiento técnico mediante el cual las obtenemos, también es fotografía.

Estas fotografías, en muchas ocasiones pueden ser de obras pictóricas que se pensó en ellas para la cubierta del libro, pero no solamente es posible emplear la fotografía tal cual, sino que se puede manipular o modificar de acuerdo al carácter del libro y el uso que le vamos a dar.

Además se puede combinar la fotografía con el dibujo, incluso pueden emplearse varias fotografías para crear un collage, originando con ello composiciones interesantes y propositivas, que se ven sumamente enriquecidas con la combinación de técnicas, sobretodo actualmente que con el uso de las computadoras, pueden obtenerse una variedad impresionante de efectos fotográficos e ilustrativos, esto no quiere decir que el diseñador quede fuera del proceso creativo, sino que se vale de la computadora para realizar y lograr las imágenes que requiere.

Es importante mencionar, que las imágenes actualmente se pueden obtener de diferentes maneras: por medios manuales, hablamos de que en este caso las imágenes surgen de la habilidad del artista o ilustrador; por medio de medios técnicos, aquí estamos considerando a las fotografías y finalmente por medios electrónicos, las imágenes que se obtienen de las computadoras.

En el caso de la ilustración, también se cuenta con diferentes clases de ilustraciones:

¹¹ Joan Fontcuberta, Joan Costa, "Foto-diseño" Enciclopedia del Diseño, CEAC, Barcelona, 1990, pág. 12

- a) Ilustración que describe la escena sin necesidad de ninguna clase de texto.
- b) Ilustración que refuerza un texto, una frase corta o un título.
- c) Ilustración que describe la escena con frases incompletas para causar curiosidad.

En la primer clase de ilustración la imagen depende enteramente de la capacidad del ilustrador para hacerla sobresalir por sí sola, es la que encontramos en las revistas, anuncios y , almanaques entre otros.

La segunda clase es aquella que refuerza un mensaje destinado a leerse en corto tiempo, como el caso de los slogans, un título o propaganda, etc.

La última clase de ilustración se complementa con texto y pretende capturar la atención del espectador.

Las ilustraciones son representaciones de las cosas. Es una realidad imaginada y creada por su autor, quien ofrece al espectador un mundo imaginario que se traduce a "verdad", son ejemplos de ello los comics, carteles, caricaturas de prensa, libros didácticos, etc.

El resto de las características y técnicas ilustrativas las podemos encontrar más ampliamente en la tesis conjunta "Propuesta Ilustrativa para libro didáctico" de Susana Carreola Luna, donde se trata todo lo referente a la ilustración del libro didáctico para la escuela Conversa.

Finalmente, la *cubierta de red* utiliza una forma o elemento que se repite en una retícula; los elementos compositivos pueden ser formas figurativas sintetizadas, pero preferentemente abstractas, con tratamientos y técnicas también diversos, cuya finalidad es la expresión de un concepto base. En esta cubierta más que en las otras, la forma debe ser sencilla y simbólica y su disposición en el formato no debe dificultar la legibilidad del título.

2.6 Las cubiertas de los libros de enseñanza

Cuando se está trabajando con libros de enseñanza a nivel primaria, los elementos que pueden emplearse en ella deben ser simples, al alcance y comprensión del niño, de preferencia elementos o ilustraciones con las que él va a enfrentarse mas adelante, objetos que sean de uso cotidiano y que no representen para ellos obstáculos de interpretación.

En el caso de libros de este nivel, es aún mucho más importante mostrar de forma clara en la cubierta el contenido del libro, sin emplear elementos demasiado abstractos a los que no pueda acceder para comprender el contenido del libro.

Los colores en estos casos son de vital importancia, deben impactar al receptor, de modo que se sienta atraído por el libro.

“Lo fundamental en este tipo de libros es que la cubierta de la idea de que allí se va a aprender la materia de la que se trata”¹², es decir, debe hablarnos del contenido del libro sin que se preste a interpretaciones fuera del contexto del que se trate.

En el caso de los libros técnicos o profesionales, es muy importante que antes de comenzar a diseñar, nos adentremos al tema o temas de que trata el libro, esto con la finalidad de incrementar nuestro campo de interpretación o nuestra visión y considerar el empleo de símbolos o simbologías acordes al tema, estos símbolos están sujetos a normas, ya que el profesional a quien nos estamos dirigiendo los conoce y sabe su significado y es importante que estén bien empleados para no provocar confusión.

Tampoco es bueno emplear símbolos que el lector en potencia pueda desconocer, ya que esto puede ser motivo de alejamiento o rechazo, que lo hagan desistir de comprar el libro.

Por todo esto, es muy importante considerar el grado de conocimientos del lector en cada especialidad y por supuesto no debemos olvidar el grado de cultura y formación estética que realmente varía mucho de una profesión a otra.

¹² Pasticca , *Dibujando cubiertas de libros*, Eds. CEAC, Barcelona, 1969,p.111

En el caso de los libros de inglés, por ser una lengua desconocida para la mayoría de los lectores, es importante crear para ellos de entrada un ambiente agradable y atractivo mediante las cubiertas de los libros, con elementos reconocibles por ellos, símbolos o elementos asociativos a esa lengua que se desconoce y que se tiene la intención de aprender y comprender, si desde la cubierta se les muestran muchos elementos desconocidos, esto puede ser causa de que se retracten tanto de comprar el libro y con mucha mayor razón de aprender el idioma.

2.7 Características de las cubiertas de libros de inglés

La mayoría de los libros de Inglés que se encuentran en el mercado, se encuentran compitiendo entre ellos no sólo por su contenido, sino por su apariencia, por su cubierta. Aunque sabemos bien que el contenido de los libros es en sí su esencia, muchos se venden más por su apariencia, ya que el primer contacto con los libros es el externo, en principio depende de este exterior que la gente se interese en ellos.

En el caso de los libros de Inglés, nos encontramos con esta misma competencia y para sobresalir, los diseñadores emplean las más diversas técnicas visuales, colores y composiciones.

Las series como se conocen los volúmenes de libros de Inglés, en su mayoría manejan para identificar los diferentes niveles, distintos colores para cada uno de ellos, tanto en las cubiertas como en sus interiores, el contenido de la cubierta puede ser el mismo para toda la serie o puede ir variando por niveles.

Otras series de libros emplean en sus cubiertas a los personajes representativos de cada nivel, aquellos que aparecen en las lecturas del libro, ya sean ilustraciones o fotografías, sobre fondos multicolores.

Algunos libros presentan un gran colorido en sus cubiertas y composiciones muy atractivas logradas en su mayoría mediante efectos por computadora, pero en sus interiores se puede observar la carencia de color, esto se debe principalmente a que el diseño de libros se encuentra sumamente limitado por el factor económico, es importante considerar los costos de producción que tiene un libro a todo color y con múltiples ilustraciones, a uno con una cubierta muy atractiva y colorida cuyas páginas internas carezcan de color.

En las cubiertas de los libros podemos observar una gran cantidad de técnicas visuales, algunas complejas, otras simples, pero todas ellas con la finalidad primero de enviar un mensaje y segundo vender el libro, estas técnicas son un muy buen recurso del cual echar mano ya que con ellas el mensaje visual resulta mucho más concreto y atractivo para el receptor que finalmente es lo que se busca.

Otra característica importante en las cubiertas de Inglés es que en su mayoría son tipográficas y con figuras abstractas, en muy contadas ocasiones se observan cubiertas que empleen fotografías y aquellas que tienen composiciones fotográficas, por lo general son fotografías en blanco y negro sobre fondos de color o sacrifican el color en los interiores del libro para aplicar fotografías en la cubierta a todo color, esto claro de acuerdo al presupuesto que se maneje.

En cuanto a los principales colores empleados en las cubiertas, el azul, verde, rojo, blanco, violeta y naranja son a los que se recurre más, otras presentan fondos negros y plateados sobre los que se observa texto e ilustraciones de colores.

Los libros además de ser material de apoyo para las instituciones educativas, son elementos representativos, y como tales, forman parte de la imagen global de dichas instituciones, proyectan o deben proyectar la imagen del organismo a que pertenecen, no sólo con la finalidad de vender libros, sino para enfatizar las características de dicha institución, como pueden ser confiabilidad, seriedad, profesionalismo y compromiso.

A continuación se muestran ejemplos de algunas cubiertas que existen en el mercado y en las que podemos observar la importancia de la sencillez en las cubiertas y sobretodo la importancia de la tipografía:

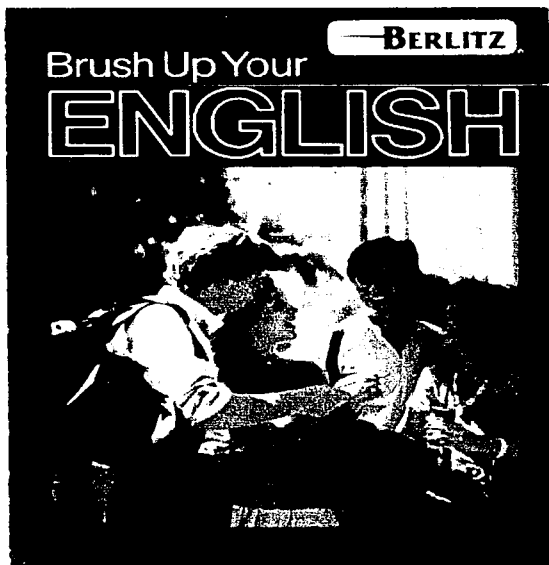


Fig. 5 Cubierta de libro del Instituto Berlitz

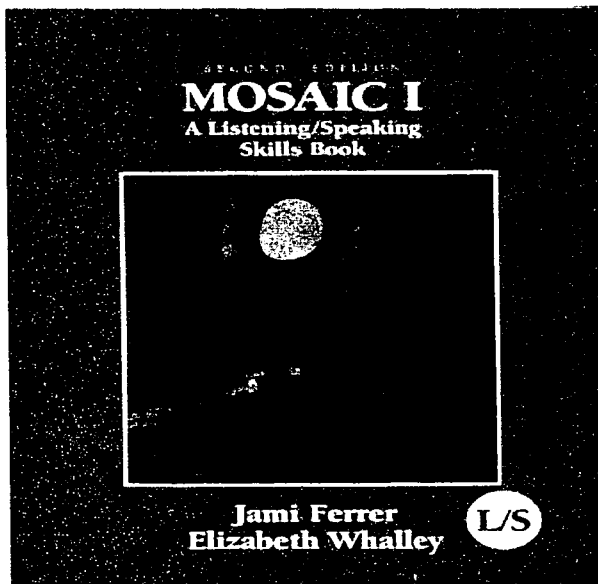


Fig. 6 Cubierta de libro de la serie Mosaic

CAPITULO 3

3 ANTECEDENTE HISTORICO

3.1 Importancia del inglés en México

La mayoría de los países que luchan por alcanzar un grado de desarrollo estable, aspiran a obtener un progreso basado en la relación con otros países para lograr un intercambio de carácter económico, político y social.

México, como país en vías de desarrollo, debe estar al tanto de los avances tecnológicos, científicos, políticos, sociales y culturales que lo lleven a desenvolverse en la globalización del mundo actual.

Nuestro país tiene un alto índice de crecimiento en su población; esto conlleva a una constante competencia que no satisface a muchos en el ámbito laboral. Con la llegada de la nueva tecnología, para sobresalir es necesario actualizarse.

Vivimos en una época de cambios constantes y de consumo masivo, y la invasión publicitaria que viene de nuestro país vecino (Estados Unidos), nos ha obligado a conocer su cultura, sus costumbres y por supuesto a hablar su idioma. Esta lenta presión extranjera obliga a muchos a aprender el idioma e intercambiar ideas para estar preparados ante los acelerados cambios del mundo creciente.

Es así como el idioma inglés pasa a ser uno de los idiomas oficiales en todo el mundo. En México logra gran auge, ya que aquí se aspira obtener un desarrollo basado en la relación con otros países.

3.1.1 Breve historia del inglés en México

Durante 1926, el francés fue uno de los idiomas más enseñados en la educación de las escuelas de México. Sin embargo; el idioma inglés comenzó a ocupar gradualmente mayor importancia, dejando en segundo plano al idioma francés, considerándose el idioma extranjero más importante por aprender. Aunque en realidad la enseñanza del inglés comenzaba a formar sus propias estructuras como idioma,

luchando por mantenerse como una lengua tan independiente de la demás.

Cierto es que cada idioma tiene su propia estructura y manera de ser enseñado y expresado en su lugar nativo. Pero cuando uno de estos idiomas adquiere una importancia mayor, suele por necesidad ser enseñado y aprendido como un idioma adicional a nuestros conocimientos, como lo es el idioma inglés en México.

En 1935, durante la segunda guerra mundial, el inglés se convierte en el idioma oficial a escala mundial, y al mismo tiempo se continuaron publicando libros y métodos de enseñanza con relación al idioma inglés. Este constante cambio perdura hasta los años 40's, 50's y 60's, logrando introducirse la enseñanza de este idioma con una nueva metodología a nuestro país, y adecuándose a los niveles educativos formados en nuestra estructura educacional: de la siguiente manera: 6 años de primaria, 3 años de secundaria y 3 años de preparatoria; el cual es entrenamiento vocacional para ingresar a la universidad. La estancia en esta última dependía de los años reglamentarios para cursar la carrera, al considerarse el inglés como una materia obligatoria en la enseñanza, se fue adecuando a las necesidades de cada nivel educativo, de la capacidad intelectual de los alumnos y por supuesto de acuerdo con el contexto social en que se desarrolla. Así, se determina como un idioma de comunicación a nivel internacional y, por consecuencia a nivel profesional y laboral.

Durante esos años se presentaron varias reformas a la aplicación de métodos, pero los más convencionales en nuestro país fueron los siguientes:

- *Grammar Translation
- *Audio Lingual
- *Audio Visual

Los 2 últimos se unieron para establecer un nuevo método: *Communicative Approach*, el cual continúa vigente en la enseñanza del idioma, porque ofrece la posibilidad de mejorar las cuatro habilidades básicas del idioma:

- 1.- Reading (leer)
- 2.- Speaking (Hablar)
- 3.- Listening (Escuchar)
- 4.- Writing (Escribir)

Ciertamente un apoyo importante en la enseñanza del idioma inglés son los Institutos Privados, que han mantenido el objetivo de promover la producción oral en sus planes de enseñanza. Esto con el fin de que cada alumno que ingrese a uno de éstos hable lo más pronto posible el idioma, satisfaciendo sus necesidades con la idea de mejorar el nuevo idioma en un tiempo estipulado de arduo estudio y enseñanza práctica basada en un método efectivo que la institución considere apropiado.

Muchos institutos de la enseñanza del idioma se han generado en las últimas décadas, siendo esto un negocio redondo al igual que las escuelas de cómputo. Estos institutos han crecido gracias a la gran demanda de la gente interesada en aprender el idioma; y no sólo eso, sino que en aspecto laboral se ha vuelto un requisito obligatorio. Estas escuelas han tenido gran éxito en nuestro país, y conforme más crecen más interés existe por aprenderlo.

En 1942 el primer instituto de enseñanza privada del idioma inglés abre sus puertas en México con el Instituto Americano. Posteriormente en 1944, el Anglo Mexicano hace lo mismo llegando a ser la primera escuela británica en México.

Otro instituto de mayor importancia que hace una importante contribución al desarrollo en el sistema de enseñanza es el Harmon Hall, la cual permite la apertura de otras escuelas como Berliz e Interlingua, entre otros.

Todas y cada una de ellas practican en general el método *Comuncative Aproach*, aunque no descartan la posibilidad de que se apliquen otros métodos que ayuden a reforzar la enseñanza del idioma.

3.1.2 Objetivo del Instituto Conversa y su método de enseñanza

La misión principal de la escuela es enseñar mediante un sistema práctico el idioma inglés de acuerdo a las necesidades de los alumnos, con libros desarrollados por la propia institución. En estos libros se incorporan también elementos audiovisuales para el mejor desarrollo y comprensión del contenido del libro y además de el método de enseñanza del docente.

Una de los lemas en que se basa su filosofía es que aprender un nuevo idioma, particularmente el idioma inglés, te abre camino para nuevas oportunidades; y te brinda mejores ingresos, seguridad económica y por consiguiente una vida mejor. Con la preparación que adquieras un Instituto Conversa podrás sobresalir en cualquier campo.

La escuela busca que sus alumnos hablen inglés cuidando que su nivel sea el correcto y más adecuado para el ambiente profesional y social en el que se desarrollan.

Comenta la Directora y fundadora de la Institución: "Desde 1991, hemos trabajado para desarrollar un Sistema Práctico que cubra las necesidades de nuestro alumnado. Desarrollamos nuestros propios libros y material audiovisual de acuerdo a nuestro sistema."

El Instituto Conversa surge en 1991. El instituto comienza a dar clases a un grupo reducido de alumnos, y posteriormente deciden dar clases por la eficacia de su método de enseñanza. Surge así el Instituto Conversa de manera acelerada.

A la fecha han mejorado su método de enseñanza y las instalaciones de la escuela, por consiguiente han incrementado el número de alumnos y por supuesto de profesores.

La ubicación del Instituto se encuentra ubicado en una zona de nivel socio-económico medio; por ello las colegiaturas son aceptables en la zona. Conversa es un Instituto preocupado por ofrecer a sus alumnos un excelente nivel académico, cuidando los costos de sus colegiaturas para que el alumno pueda terminar lo que empieza. Ofrece una superación personal a todo aquel que tenga deseos de mejorar su calidad de vida

El Instituto Conversa ofrece un sistema práctico de acuerdo con el número de alumnos; ofrece grupos reducidos con un máximo de 12 alumnos con la finalidad de asegurar una mejor atención para cada alumno por parte de los profesores. El instituto cuenta también con profesores altamente calificados y un agradable ambiente. Su método de enseñanza esta programado para que los alumnos puedan aprender y recordar la información con facilidad y precisión. Su plan de estudios busca que los alumnos hablen rápido, proporcionándoles las bases gramaticales más importantes sin aburrirlos con reglas o información gramatical no esencial.

El volumen de libros consta de 30 lecciones esenciales en 3 módulos: Básico, Intermedio y Avanzado; los cuales se dividen en 8 niveles (8 libros). El curso completo tiene una duración de 8 meses, es decir, se cubre un libro por mes. Se dominan las habilidades de pensar, comprender, hablar, leer y escribir en inglés. Antes de las 30 lecciones se cuenta con un nivel introductorio, que toman los alumnos que no han tomado un nivel de inglés. Cuenta además con dos niveles especializados: TOEFL (Test of English as Foreign Language), y como carrera profesional el: Teacher's Diploma (Profesor de Inglés).

El Instituto Conversa ha alcanzado un nivel de enseñanza práctico y funcional que los ha llevado a tener gran competitividad con otras escuelas de mediano prestigio.

Su objetivo es mejorar su calidad de enseñanza día con día para que los alumnos que egresen del instituto tengan mejores oportunidades en el campo laboral. Por ello, Conversa ha solicitado, entre otras cosas, el rediseño de sus libros de texto, que cubran las necesidades que sus alumnos requieran.

Se busca que los libros cumplan su función didáctica sin que parezca aburrido con tantas reglas gramaticales. El libro que se propondrá a cambios es el de Nivel Introductorio al Idioma; si éste funciona correctamente en base al nuevo diseño, posteriormente se proseguirá con el rediseño de los demás libros. El rediseño consistirá en una nueva propuesta de cubiertas para los 8 libros, el diseño de interiores y elaboración de nuevas ilustraciones para cada lección y ejercicios que lo requieran.

Hasta la fecha, el instituto se ha encargado de elaborar su propio material didáctico; sin embargo, han considerado que sus libros merecen la intervención de profesionales en el tema para mejorar su calidad gráfica. El instituto está dispuesto a invertir lo necesario para mejorar el volumen de libros. Una vez terminada la propuesta del libro introductorio éste se pondrá a prueba, si resulta funcional y agradable, se proseguirá con el resto.

El rediseño se llevará a cabo por 3 diseñadores gráficos, este se llevará a cabo gracias al estudio realizado durante las 3 tesis:

CECILIA ROLDAN TENORIO:

“PROPUESTA GRÁFICA DE UN LIBRO DIDÁCTICO:
INTRODUCTORIO AL IDIOMA INGLÉS”

ANA ISAURA OROS MARTINEZ:

**“PROPUESTA ESTRUCTURAL DE CUBIERTAS PARA LIBROS DEL
IDIOMA INGLES”**

SUSANA CARREOLA LUNA:

**“PROPUESTA ILUSTRATIVA PARA LIBRO DIDACTICO DEL IDIOMA
INGLES”**

CAPITULO 4

4 Proceso de diseño

Normalmente cuando hablamos de diseño pensamos en los esbozos, bocetos, dibujos u objetos caracterizados por cierta estética, pero estos objetos o dibujos, no son más que lo que son, un objeto, un dibujo, etc., pero estos nacen de un proceso, un plan mental, un programa o proyecto que nos lleva a desarrollarlos.

El diseño es un proceso desde el momento en el que se inicia la concepción del trabajo hasta que se llega a su forma final, dentro de este lapso, surgen pasos que van marcando el desarrollo de ese proceso creativo.

Como menciona Joan Costa, "O sea que "diseño" es lo que podemos concebir como una ingeniería interna de la elaboración y la puesta en forma del mensaje o del producto"¹³, es decir, diseño es toda la serie de pasos que se lleva a cabo para dar forma a los mensajes o productos, es la secuencia que se lleva a cabo para ir construyendo los mensajes u objetos satisfactorios de necesidades o demandas.

El diseño es la planificación de una serie de actos sucesivos y su lógica, es un programa de actividades y su operatoria realizada por personas, es un esquema que nos muestra la organización y movimiento de los elementos que materializarán el mensaje o producto.

Podemos hablar entonces de que el diseño se define primero por la existencia de un propósito o necesidad; segundo por el conocimiento de los datos de base la posesión de técnicas para llevarlo a cabo; tercero, la disposición de los materiales necesarios; cuarto, el proceso temporal de planificación, creación y ejecución con el cual se logrará materializar el propósito en una forma.

Cuando hablamos de proceso de diseño podemos pensar en una serie de pasos rígidos que nos llevarán a la obtención del objeto, pero no es así, el proceso de diseño no es lineal, es más bien un constante

¹³ Joan, Costa, *Imagen Global*, Enciclopedia del Diseño, CEAC, Barcelona, 1990, pag.263.

regresar al principio o a etapas intermedias hasta lograr una consistente solución de lo que se desarrolla.

El proceso de diseño cuenta con varias etapas que integran la expresión creativa:

1. *Información.* En esta etapa es en la que el diseñador se documenta y recoge datos de las cuestiones que deben tomarse en cuenta, el marco teórico con el cual podrá desenvolverse.
2. *Digestión de los datos.* En esta se inicia la elaboración subconsciente de las propuestas tentativas a nivel mental, de acuerdo a los datos reunidos en la etapa anterior.
3. *Idea Creativa.* Se descubren las probables soluciones, de las anteriores propuestas se van depurando y se seleccionan las que resulten la mejor solución.
4. *Verificación.* Se desarrollan las ideas creativas, las cuales serán evaluadas objetivamente, comprobadas y corregidas, hasta lograr obtener lo que se requiere.
5. *Formalización.* En esta etapa finalmente se visualizan las soluciones, se realiza el prototipo del mensaje u objeto para su reproducción y difusión.

Como podemos darnos cuenta, el diseño no es el mensaje u objeto, el diseño es una actividad compleja que no se limita a la forma externa, esta es solamente la expresión visual de un proceso creador.

4.1 Estudio de elementos

4.1.1 Tipografía

En el diseño gráfico, palabras e imágenes se dan cita para comunicar un determinado mensaje, la adecuada comprensión y apreciación de la tipografía son elemento clave para que un diseñador se comunique efectivamente.

Comenzando por los caracteres, estos se dividen de acuerdo a:

- a) Su figura
- b) Su estilo o familia
- c) Sus elementos
- d) Su ojo

Por su figura las letras pueden ser redondas, cursivas, negritas, minúsculas y versalitas.

La letra redonda es aquella de trazo recto o vertical y de forma circular. La letra cursiva es la de figura inclinada, muy parecida a la manuscrita pero sin unión entre ellas, también se le conoce como *itálica*.

Se usa letra *Itálica* en los siguientes casos:

1. Títulos de publicaciones (obras literarias, científicas, técnicas, diarios, revistas; folletos, etc.)
2. Títulos o nombres de obras de arte
3. Nombres de barcos, aviones, etc.
4. Las acotaciones en comedias, diálogos y piezas teatrales.
5. Las advertencias en los artículos e informes periodísticos.
6. Algunas letras, palabras o frases de contenido especial en el texto.
7. Sobrenombres, apodos o alias.
8. Expresiones en idioma extranjero.
9. Nombres latinos en obras de ciencias o medicina.

Las negritas son letras de trazo grueso, más que el de la letra normal o fina; las hay cursivas y redondas. Se emplean en los títulos, subtítulos de capítulos o partes y en tituillos. No suele usarse para resaltar ciertas voces dentro de un texto (como sucede con la cursiva).

Las minúsculas se conocen en tipografía como bajas o de caja baja, las mayúsculas se conocen como versales, altas o de caja alta.

Las versalitas son aquellas letras mayúsculas de igual o similar tamaño que la minúscula del mismo cuerpo, tipo y clase.

Por su estilo o familia, las letras se clasifican en: gótica, romana antigua, romana moderna, egipcia, paloseco o grotesca, caracteres de escritura o manuscrita y caracteres de fantasía, también llamados "historiados", usados principalmente en las letras capitales.

Por sus elementos las letras se clasifican considerando su asta y su gracia. Las de asta recta como la N, la T y la L; circular, como la O y la Q; semicircular, por ejemplo la C; y mixta, como la D y la R.

La última división de los caracteres se basa en el ojo del tipo, de acuerdo con el cual, la letra puede ser fina, seminegra, negra, supernegra; o estrecha y ancha, en México, a la estrecha se le conoce como condensada y a la ancha como expandida.

Lo expuesto hasta el momento queda resumido en el siguiente esquema que propone inicialmente Martínez de Sousa en el "Diccionario de tipografía y del libro" y que retoma Roberto Zavala Ruiz en "El libro y sus orillas":

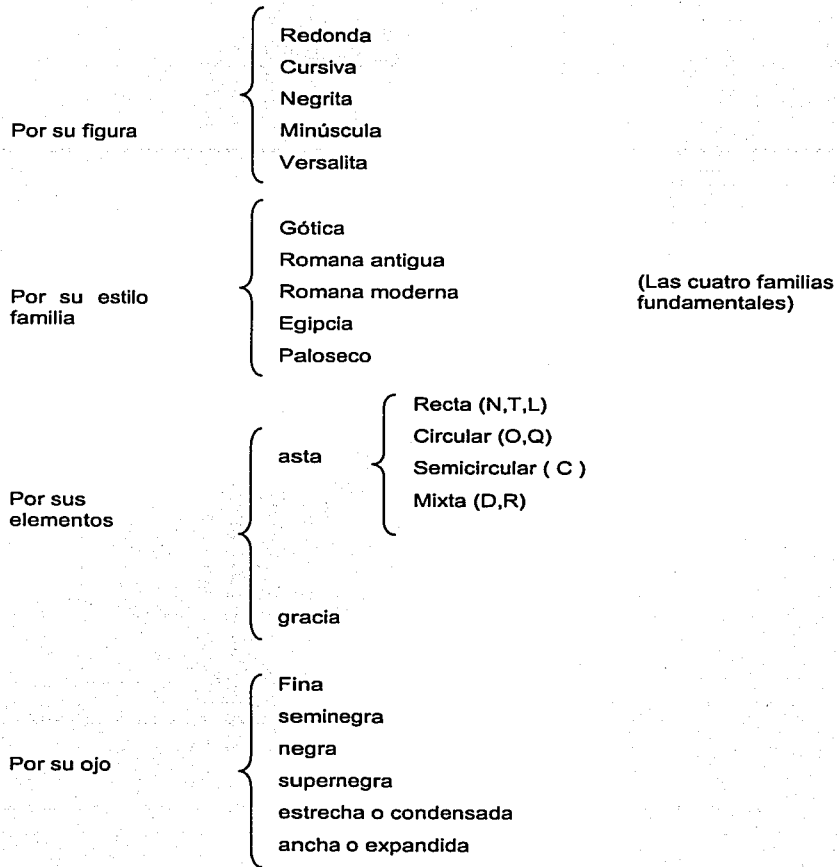


Fig. 28 Esquema de la División de los caracteres

Las familias tipográficas son el conjunto o colección de tipos de un mismo dibujo, es decir, de un mismo estilo, obtenidos de un diseño básico.

Cada una de estas familias cuentan con variables como la cursiva, redonda, fina, negra, etc.

Los expertos en este campo clasifican los caracteres de formas muy diversas, tomando en cuenta su origen y en otras su trazo y características generales. Podemos considerar 4 grupos principales que son los más usados y aceptados:

PRIMER GRUPO

Está formado por las llamadas sans serifs, de paloseco o de palo-bastón, ya que estas carecen de remates. La familia Futura y Nobel son las más conocidas y utilizadas.

A B C D
a b c d

SEGUNDO GRUPO

Son una variante del anterior, las letras llevan remates gruesos y cuadrangulares, pertenecen a la familia egipcia. Los caracteres representativos son los Karnak, Memphis, Benton y Cairo.

A B C D
a b c d

TERCER GRUPO

Estas letras combinan trazos gruesos y finos y tienen remates triangulares, se denominan familia romana antigua o elzevirianos. Sus principales tipos son Garamond, Jenson, Poliphilus, Kennerly y Closter.

A B C D
a b c d

CUARTO GRUPO

Se le conoce como romana moderna o didot, son letras parecidas al tipo elzeviriano, pero sus rasgos gruesos y finos contrastan más, sus remates son horizontales y afilados. Los caracteres Onix, Corvinus, Bulner, Fairfield y Bodoni pertenecen a esta familia.

Estas características de las familias tipográficas nos permiten hacer una selección adecuada del tipo de fuente a emplear, además, cada una de ellas cuenta con diferentes series o variantes de cursiva, redonda, fina, negra, etc.

A B C D
a b c d

Existe sin embargo otro tipo de clasificación de las familias de acuerdo a su origen, dentro de la cual encontramos 11 grupos o clases:

- 1) Veneciano
- 2) Antiguo
- 3) Moderno
- 4) De transición
- 5) Sin patas
- 6) De patas cruzadas
- 7) Gótico
- 8) Manuscrito
- 9) Siglo XX
- 10) Contemporáneo
- 11) Tipos para periódico

El *veneciano* se desarrollo a partir de los caracteres romanos y toma su nombre de su origen, Venecia en el siglo XV. Dentro de esta

grupo encontramos Goudy, Italian Oldstyle, Jenson, Old Roman, entre otros.

El tipo *antiguo* se basa en dos diseños primarios, el Caslon y el Garamond, que son muy empleados por su legibilidad. Las familias que lo representan son la American Caslon, Century Catalog, Recut y True-Cut.

El tipo *moderno* consta de líneas finas y gruesas, dentro de estas encontramos a la familia Bodoni, Modern, Poster Bodoni, Ultra Bodoni.

Los tipos de *transición* son los desarrollados por Baskerville, quien acentuó el contraste entre los rasgos finos y gruesos, ensanchando las letras y haciéndolas más abiertas. Se incluyen ahí las familias Futura, Kable, Lidian, Sans Serif, Tempo y Vogue.

Los tipos *paloseco* se caracterizan por no tener remates.

Los tipos de *patas cruzadas* tienen trazo geométrico lo cual los hace muy legibles. A este grupo pertenecen las familias Beton, Cairo, Karnak, Memphis, etc.

Góticos son aquellos tipos que se suelen llamar en las imprentas de palo-bastón, comprende familias como: Bank Gothic y New Gothic entre otras.

Los caracteres manuscritos son aquellos que intentan reproducir la caligrafía. Agrupan las familias Adonis, Corenet, Brush, Raleigh, Romany y Typo entre otras.

El tipo *siglo XX* o *bookman* son tipos con rasgos toscos, sin adornos y de líneas pronunciadas. Por su legibilidad son muy útiles en la publicación de libros o revistas destinadas a los niños. Comprende a las familias Antique, Bookface, Century, Clarendon Expanded.

Los tipos *contemporáneos* tienen diseño sencillo y elegante. Comprende a las familias Caledonia, Centaur, Egmont, Emerson, Times Roman, Weis Roman.

Los tipos *para periódicos* son sumamente legibles. Los principales tipos de este grupo son: Corona, Excelsior, Ideal, Imperial, Ionic, Opticon, Regal, Rex, Textype.

Dentro de una misma familia existen diversas *fuentes*, las cuales son tipos de caracteres, signos, etc. Una fuente de tipo romano se compone de:

- 1) Mayúsculas, versalitas, minúsculas y los signos de coma, punto, punto y coma, dos puntos, comillas para abrir y cerrar, números arábigos, paréntesis redondos
- 2) Mayúsculas y minúsculas itálicas o cursivas
- 3) Espacios
- 4) Interlíneas
- 5) Filetes
- 6) Colecciones de adornos, letras capitales, viñetas, marcos, etcétera.

Todas estas opciones permiten al diseñador generar propuestas agradables e incluso generar mezclas de fuentes con la finalidad de causar más impacto en los receptores.

Al igual que el hombre cuenta con la capacidad para hablar, cuenta con un sistema de percepción visual, y de la misma forma que existen reglas gramaticales para comunicarnos, hay reglas para componer mensajes visuales de forma efectiva.

En diseño cuando hablamos de tipografía, existen varios elementos que deben tomarse en cuenta para la correcta elección de una tipografía, en primera instancia está la legibilidad. Los tipógrafos emplean el término legible, en el sentido de fácil de leer.

En este sentido, se considera que los caracteres de más fácil lectura son los llamados Serifs, los cuales realizan tres funciones básicas:

- 1) Ayudan a mantener cierta distancia entre las letras
- 2) Unen las letras para formar palabras, lo cual facilita la lectura
- 3) Ayudan a diferenciar las letras individualmente, en especial las mitades superiores, con las cuales reconocemos las palabras

Existen tres reglas que nos ayudan a identificar el grado de legibilidad de la tipografía:

1. Los caracteres sans-serif, son menos legibles que los Serifs.

2. La letra redonda ya sean altas o bajas, es más legible que cualquiera de sus variantes, como son la cursiva, la negrita, las versalitas, ya sean ampliadas o reducidas.
3. Las palabras deben estar separadas por un espacio igual a la anchura de la letra "a" y el espacio entre líneas (interlineado) debe ser superior al espacio entre las palabras.

Estas reglas nos ayudan a lograr una mejor selección de tipografía, pero sobretodo a saber como lograr una mejor legibilidad.

Otro factor importante para la correcta legibilidad del texto es la calidad, superficie y color del papel empleado.

Estos requisitos de legibilidad, son importantes, cuando se trata de libros con texto extenso, como las novelas e incluso los periódicos, pero cuando hablamos de logotipos, marcas, títulos de revistas y cubiertas de libros, la legibilidad es menos importante que la notoriedad y la facilidad para el recuerdo.

Para una institución, el hecho de que su imagen o logotipo sea fácilmente reconocible es de gran importancia, pues, una vez identificado, aunque sea por su difícil lectura, será recordado como algo diferente y atractivo que finalmente lo hará reconocible cuando vuelva a verse.

Es importante recordar que hay diferentes tipos de lectura, los libros de texto, las revistas, una novela, un diccionario, cada una de ellos se leen de diferente manera que influyen en el diseño, la elección del tipo y tamaño de la letra.

Para el adecuado diseño de una cubierta, es también de gran importancia recordar que la tipografía no es el único sistema de comunicación, ya que pueden emplearse también ilustraciones, fotografías o gráficos.

4.1.1.1 Tipografía creativa

De acuerdo con March Marion, la tipografía creativa es: "La utilización de tipos o inscripciones ya por si solos, ya en conjunción con otros elementos gráficos, para transmitir información o una idea

del modo más eficaz que nos es posible, dadas las limitaciones que nos imponen el tiempo, el dinero o las consideraciones técnicas.”¹⁴

Cuando se conocen las principales características de las familias tipográficas, es indispensable también saber que elementos serán los más importantes en el diseño, es decir, entre la ilustración o la tipografía, ya que uno u otro debe prevalecer, de otra forma, uno puede anular al otro.

La tipografía juega un papel muy importante en las cubiertas de libros, por eso esta se rige por algunas normas:

- El diseño debe observarse a aproximadamente medio metro de distancia.
- El diseño debe captarse de un solo vistazo sin que existan demasiados elementos que distraigan o confundan, sobretodo en un espacio como el de la cubierta.

Es importante tener en cuenta que las personas leen aquello que es de su interés, pero la presentación es un importante elemento que invita a la lectura.

Es labor del diseñador lograr hacer compatibles la forma y demás elementos de diseño, sobretodo cuando se cuenta con formas y texto que integrarán la composición.

Para lograr hacer destacar algún texto dentro de la composición, el diseñador puede valerse de varias técnicas como son:

- El color
- El empleo de plecas o adornos
- Texto blanco sobre fondo negro o de color
- Texto en MAYÚSCULAS
- Mezcla de tipografías
- Uso de iniciales
- Letras hechas a mano
- Texto con tratamientos artísticos
- Disposición del texto en formas especiales.

¹⁴ March, Marion, “Tipografía creativa”, G.Gili, Naucalpan, edo. De mex. 1989, pag. 8

Existen 4 jerarquías tipográficas que son:

- *De ubicación o lugar:* se refiere a que según el orden de aparición en el formato y la posición que ocupa la tipografía esta cobra mayor importancia, por ejemplo cuando el título de un libro se pone antes que el autor del libro.
- *De familia, fuente o variable:* la familia tipográfica también puede distinguir cierto texto dentro de una composición, al igual que la fuente o variable en la que se presente este, cuando tenemos texto en negritas, este capta la composición más que el resto del texto, lo mismo sucede con el texto en cursivas por ejemplo.
- *De altura o fuerza de cuerpo (tamaño):* cuando el texto no se encuentra en la parte superior del formato, sino en medio o al final, pero es importante para comprender el mensaje, se puede recurrir a emplear un tamaño mucho más grande que el resto del texto que aparece en la composición.
- *De color:* cuando la tipografía se encuentra toda del mismo color, en la misma fuente y mismo tamaño no suele distinguirse prioridad, a menos que como ya se mencionó se le haya aplicado alguna de las jerarquías anteriores, pero el uso del color es también muy funcional para resaltar algún texto en especial dentro de la composición, solo hay que tomar muy en cuenta el fondo sobre el que se ubica este texto con color para que no se pierda legibilidad.

Todas las técnicas, permiten variar el texto de modo que se convierta en centro de atracción del diseño, sobretodo cuando hablamos de cubiertas de libros.

Sabemos que la tipografía no es un arte libre, su función principal es la de auxiliar en la comunicación, para que esta sea efectiva, debe emplearse una base lógica, que permita comprender totalmente el mensaje, que impulse el intercambio comunicativo.

Cuando se trabaja con tipografía creativa, puede recurrirse al uso de ciertas fases de desarrollo para lograr un óptimo resultado, estas son:

AGENDA

PRIMERA FASE: reflexión y pruebas de tipos

SEGUNDA FASE: Selección de una prueba

TERCERA FASE: Nuevos desarrollos

RESULTADO

AGENDA: en esta se establece el problema a resolver, especificando las exigencias y limitaciones impuestas por el cliente, como son color, reproducción y trabajar con un determinado impresor.

PRIMERA FASE: la reflexión se refiere a la generación de ideas, en esta etapa se aborda el primer tema y se generan ideas sin ningún tipo de limitación.

La finalidad de esta fase es la de aumentar la visión del tema, después de esto, se elaboran pruebas de tipos, es decir las ideas generadas en el paso anterior, se transfieren utilizando un tipo determinado, aunque se haga temporalmente y de manera muy tosca.

SEGUNDA FASE: En esta, se hace una selección meticulosa de las pruebas realizadas en la primer fase, después se desarrolla.

Una idea fuerte, se mejora mucho al desarrollarse, mientras que una débil no, por eso es importante determinar los pros y contra de alguna elección.

TERCERA FASE: Aquí se aplica el tratamiento gráfico a la idea elegida.

RESULTADO: Este es el mejor posible, debido a todo el proceso que se llevó a cabo con anterioridad.

Estas fases son de gran utilidad por que durante su desarrollo surgen varias ideas que se consolidan al transcribirlas o plasmarlas finalmente con tipos y que posiblemente serían muy limitadas si no procuramos nuevas vías de acceso al tema.

4.1.2 Imágenes

Los mensajes como sabemos se conforman de dos partes, la imagen visual y la tipografía, la imagen se encarga de llamar la atención, captura al receptor rápidamente ya que este percibe la imagen de un solo golpe. A partir de ahí, el receptor interesado en el mensaje visual leerá la información del mensaje tipográfico.

Una de las principales funciones de la imagen es la informativa, es decir, las imágenes se emplean sobretodo para fijar el sentido del texto, para evitar que el receptor se confunda sobre el tema que se está tratando.

Los mensajes visuales son percibidos a tres niveles: el representativo, el abstracto y el simbólico.

Dentro del nivel representativo encontramos las fotografías, ya que estas tienen una alta efectividad visual al reproducir la información de modo real. Aunque existen también otros métodos como la pintura o el dibujo que pueden acercarse mucho a la realidad, se puede considerar que este método pertenece ya al proceso de abstracción, debido a que en ellos puede llegar a eliminarse algunos detalles o elementos que no interesan y recalcar únicamente rasgos distintivos.

En este nivel de abstracción, como ya se mencionó se tiende a depurar elementos visuales para reducir la información únicamente a elementos esenciales y específicos de lo representado.

Dentro de este nivel encontramos a las ilustraciones, que de acuerdo con su objetivo se clasifican en Ilustración Editorial, Informativa y Publicitaria.

De acuerdo con la tesis "Propuesta Ilustrativa para libro didáctico", la ilustración Editorial, tiene su principal uso en artículos temáticos, noticias y libros, es un tipo de ilustración empleado para esclarecer para el lector el contenido de la publicación en cuestión.

La ilustración informativa, que como su nombre lo indica se encarga de hacernos referencias a cierta información, este tipo de ilustraciones requieren de una gran experiencia por parte del ilustrador ya que son imágenes complejas y específicas.

La ilustración publicitaria es aquella empleada con la finalidad de vender o promocionar algún servicio o producto, es la que encontramos en carteles, discos, embalajes, folletos, etc.

Después de este nivel de abstracción se pasa a uno más simple, el simbolismo. Este nivel requiere de una simplicidad elevada, reduciendo todos los detalles al mínimo.

Para que un símbolo sea efectivo, no solo debe poder identificarse , sino recordarse y reproducirse.

Los símbolos se generan a partir de convencionalismos, de acuerdos dentro de una determinada sociedad o cultura.

Las imágenes que más se emplean en los libros son las ilustraciones y las fotografías, aunque dentro de los libros muchas veces suele existir algún tipo de simbología a la cual se acude para hacer algún tipo de señalamiento, algún llamado o indicación de alguna acción como escribir, escuchar, leer, etc., sobretodo en los libros de enseñanza.

Los signos gráficos pueden tener distintos significados de acuerdo con el contexto en el que se ubiquen, por ejemplo, un signo puede ser un *icono*, un *índice* o un *símbolo*, el nombre que recibe depende del contexto en el que se encuentra y la función que cumple en este, además de la relación que guarda este con el objeto que representa o al que hace referencia.

Es importante entonces conocer las características de cada uno de estos para saber, cual es la función que estos signos desempeñan dentro de los libros.

El *icono*, es un signo que hace referencia a un objeto, este reproduce algunas de las características principales del objeto, esto para que no exista duda alguna del objeto de referencia.

El grado de iconicidad de un signo depende del parecido con el objeto, por ello, se consideran sumamente icónicas la fotografía, la pintura en algunos casos, el dibujo y la ilustración.

El *índice*, es un signo que origina algún tipo de acción como respuesta por parte del receptor. Un índice surge cuando se necesita señalar algo y se busca la respuesta del receptor.

El *símbolo*, establece la relación con un objeto por un convencionalismo o por costumbre, de acuerdo con el grupo social en el que se genera. Un símbolo se establece dentro de los límites de una determinada cultura o sociedad, pero estos crecen por que una vez que nacen comienzan a difundirse y así crece también su significado.

Un signo nace de abstracciones que pueden considerarse no representables como el dolor, el amor, la paz, etc.

Es importante mencionar que tanto el ícono, como el índice y el símbolo se mantienen con una fuerte influencia de los otros y que estos no se presentan totalmente puros y diferenciados, sino que suelen ser una combinación entre pares de esta triada icono-índice-símbolo, es decir, se presentan los iconos-símbolos, los iconos-índices,

los símbolos-índices, ya que como se mencionó, de acuerdo a su contexto es el tipo de

4.1.3 Color

Uno de los elementos gráficos más rápidamente identificable, es sin duda el color, este diferencia del resto, al diseño a un producto o servicio, el color se encuentra cargado de información, por ello constituye una valiosísima fuente de comunicaciones visuales por ello las señales por regla general se diseñan en base al color y tomando en cuenta que este sea el elemento que proporciona el mensaje visual.

Los colores deben cumplir con ciertas funciones en los impresos o mensajes visuales:

1. Llamar la atención
2. Producir efectos psicológicos (los colores sugieren frialdad y calor, formalidad e informalidad)
3. Desarrollar asociaciones
4. Lograr la retención de la atención
5. Crear una atmósfera estéticamente placentera

Los colores vivos evocan reacciones inmediatas y se emplean para captar la atención, mientras que los suaves producen respuestas tranquilas que inspiran confianza. Los colores oscuros y apagados propician atmósferas de poder y exclusividad.

Para los diseñadores, resulta de gran utilidad e importancia el manejo de las diferentes connotaciones del color, ya que con ello logran crear la identidad de los productos que se ubican en el mercado con gran éxito si la elección de color es la acertada.

El color por ser un elemento expresivo en cuanto a diseño, cuenta con "reglas gramaticales" como los demás elementos de composición, las cuales sirven para comunicarnos de forma efectiva mediante ellos.

Los colores tienen significados asociativos y simbólicos, los primeros se refieren al color relacionado con árboles, tierra, cielo, agua, hierba, etc., los segundos se refieren al significado que se les da a cada uno de ellos por lo que simbolizan, el rojo simboliza amor, peligro, vida, calidez, etc.

Por ello cada color nos ofrece un enorme vocabulario y una amplia alfabetidad visual.

Otro tipo de asociación, es producto principalmente del hombre, estas se forman en la tradición y uso común. Un ejemplo claro de ello son las banderas, cuyos colores se emplean para representar un país. Estas asociaciones dependen también de las culturas, un ejemplo es el color negro, que mientras que en algunos países simboliza la muerte, en otros el blanco es el color de la muerte, en otros el violeta, en otros el rojo oscuro. Como podemos observar, la cultura es también un elemento que asigna connotaciones diferentes al color.

Los colores también pueden influir sobre los estados de ánimo, el verde por ejemplo es un color que transmite tranquilidad y naturalidad, el rojo y el púrpura excitan, el rojo puede hacer sentir calor, el azul provocar frío, etc.

El rojo es el color de las emociones, de la pasión, la fuerza y la masculinidad. Los rojos vivos y fuertes pueden simbolizar la sangre, fuego y el sexo.

Este color puede o estimular las sensaciones de calidez, hambre o excitación, significa también peligro dando a los mensajes sensación de urgencia e importancia.

El azul, tiene connotaciones que empiezan con el cielo, el mar y el agua, de ahí surgen ideas de limpieza, frescura, frialdad y pureza. En la mayoría de los países, el azul representa cualidades de integridad, estabilidad, respetabilidad, conservadurismo y formalidad. El azul es un color represivo, y a que en demasiada cantidad puede causar depresión.

El amarillo, es un color que atrae la atención, se emplea para representar luz, también se ha adoptado como señal de peligro. Además de asociarse con la primavera, la luz del sol y la naturaleza, el amarillo se asocia también con la enfermedad, simboliza arrogancia y poder, es sinónimo de fuerza y riqueza material y espiritual.

El verde es el color de la paz y la tranquilidad, los verdes con mucho contenido de azul se asocian al deporte y actividad, mientras que los amarillentos dan sensación refrescante. Es un color de transición dentro de los colores, ya que se encuentra entre los cálidos y los fríos, simboliza juventud, lealtad, esperanza, promesa y vida.

El naranja es un color vibrante y vital, sus connotaciones más comunes son lugares cálidos y exóticos, la fresca y sabrosa fruta, la cual a su vez simboliza salud y vitalidad.

El púrpura simboliza poder y prestigio, las asociaciones más comunes son la realeza, el alto rango y excelencia, también puede ser un color romántico y femenino, es un color lujoso y de aspecto caro si se combina con oro o plata.

La combinación o el uso separado de colores como el negro, blanco y gris, se asocia con la sofisticación y seriedad, estos colores son empleados con frecuencia, sobretodo el negro que permite una gran legibilidad en la lectura de texto

4.2 La composición

Cuando diseñamos, debemos recordar que primero que nada, el diseño se genera debido a alguna necesidad humana y que su principal función es la de comunicar algo.

Para lograr este propósito de comunicar, el diseñador o comunicador visual, debe tener los conocimientos técnicos que le permitan expresar compositivamente una idea.

Cualquier persona puede hacer o diseñar algo, pero en estos niveles de comunicación, es de suma importancia contar con los conocimientos que generen las soluciones adecuadas a los problemas de comunicación planteados, los diseños no pueden ser generados por el azar, por la espontaneidad, ya que deben dar solución a problemas establecidos y expresar y dar al observador el mensaje adecuado.

La disposición de los elementos en el formato, es lo que le da vida y sentido al diseño, esto es lo que se llama composición, la organización total que tienen los diseños.

La principal finalidad de la composición es la de generar una configuración unitaria, en la que la relación entre la tipografía, las formas y la superficie sea sumamente estrecha.

Andrea Dondis en su libro la sintaxis de la imagen menciona que "La composición es el medio interpretativo destinado a controlar la reinterpretación de un mensaje visual por sus receptores"¹⁵, es decir, mediante la composición, el diseñador transmite un cierto mensaje, pero al mismo tiempo controla la respuesta que el observador tendrá ante el mensaje visual.

¹⁵ D.A., Dondis, "La sintaxis de la Imagen", 4ª ed., G. Gili, Barcelona, 1982, pag.123

De ahí la importancia de tener los conocimientos técnicos antes mencionados, de carecer de tales, el mensaje puede prestarse a interpretaciones erróneas o distintas de lo que originalmente se pretendía transmitir, el receptor de hecho puede rechazar el mensaje visual por no comprender con exactitud lo que se intenta transmitir.

“La composición visual parte de los elementos básicos: punto, línea, contorno, dirección, textura, dimensión, escala y movimiento.”¹⁶

Como en el lenguaje verbal, se cuenta con elementos básicos que nos ayudan a ir articulándolo, tenemos al fonema, las palabras, las oraciones, etc., que al integrarlas van generando el lenguaje verbal, del mismo modo, la composición parte de elementos básicos para transmitir un mensaje y provocar una respuesta en el receptor.

El punto es el elemento base, este puede ser real o imaginario, sirve como referencia para la posición en el espacio, nos permite, sin estar presente generar el centro óptico.

La línea es otro elemento que puede o no estar presente, ya que al delinear formas se considera real, mientras que en la composición, no se encuentra en forma física, pero si se aplicó y se hizo real en el uso de las retículas, que son la base de la integración de los elementos.

Las retículas como ya lo hemos planteado con anterioridad son muy importantes por que nos auxilian en la planeación de la disposición de los elementos y la tipografía.

Las líneas a su vez articulan las formas, estas formas varían en su tamaño, tono, textura, etc., pero no solamente las líneas integran formas, el texto también puede hacerlo, ya que generalmente a lo que vemos le imponemos formas básicas como el cuadrado, el triángulo y el círculo.

El tono es un elemento importante, ya que gracias a este percibimos las formas. El tono se refiere a la claridad u oscuridad, debido a estos contrastes es que percibimos a los puntos, las líneas, las texturas, etc.

La textura se percibe visualmente de acuerdo con las características tonales de una superficie y de la experiencia táctil del observador.

Para logra una adecuada composición, es necesario considerar la relación entre la organización estructural y las relaciones visuales.

¹⁶ D.A., Dondis, Op. Cit., pag. 127

Dentro de una composición, los elementos básicos que ya mencionamos, se integran mediante el uso de normas, principios o técnicas, estas son: *el contraste, el equilibrio, la proporción, el ritmo, la armonía, el movimiento y la unidad.*

El *contraste* comienza a niveles muy básicos, la percepción de la forma resulta de la diferencia en el campo visual, por ejemplo, si deseamos dibujar una forma o letra en una hoja de papel, debemos hacer que estos se tornen distintos al resto del campo, para ello podemos emplear un lápiz o una pluma, un recorte o colores, etc. El contraste es el que da lugar a las formas, sin el estas no existen.

El contraste puede lograrse también mediante el manejo de opuestos en relaciones de tamaño, forma, tono, textura y dirección.

El contraste de tamaño basta con colocar una forma, ilustración o texto, en contraposición con otra más grande o pequeño, esto es en realidad el contraste, una organización de estímulos que busca un efecto determinado en el receptor, que en este caso determina cual de los objetos es el más grande o pequeño.

Cuando las formas que integran la composición aunque contrasten en tamaño, puede que sean monótonas en cuanto a forma, esto se puede solucionar generando o empleando en algún momento formas irregulares.

El tono es otro de los elementos utilizados para contrastar, este se refiere a la claridad u oscuridad del color.

El contraste de textura es el resultado de la percepción visual, esta tiene relación con la cualidad táctil de una superficie, estas relaciones provienen a su vez de nuestra experiencia táctil ante lo áspero, suave, blando, duro, etc.

En una composición podemos encontrar distintas texturas que provocan un marcado contraste entre las cualidades visuales del resto de los elementos, esta es una manera de mantener la atención en sitios, objetos o formas determinados.

El contraste en la dirección tiene como objetivo principal guiar al ojo del lector a través del mensaje, la dirección de los objetos va describiendo o marcando la ruta a seguir e momento de observar.

El *equilibrio*, es una técnica que emplea un centro de gravedad que nivela los pesos dentro de la composición.

El centro óptico del diseño o campo visual se convierte en el punto de apoyo a partir del cual se ubicarán los cuerpos, objetos o formas.

De acuerdo con Robert Scott¹⁷, existen tres diferentes tipos de equilibrio, que son el Axial, que emplea un eje horizontal, vertical o ambos para controlar las atracciones opuestas. Este tipo de equilibrio equivale a la simetría que es aquella en la que los elementos compositivos son repetidos a modo de reflejo especular en ambos lados de el o los ejes.

El equilibrio radial, que emplea un punto central alrededor del cual rotan los elementos o atracciones opuestas, la diferencia con el equilibrio axial o simétrico, es que en el radial tiene un movimiento giratorio, mientras que en el simétrico es estático.

El equilibrio oculto, este tipo de equilibrio carece de ejes, el control del equilibrio se basa en la igualdad de las partes del campo, este es el resultado de la sensibilidad frente a los elementos existentes, podría ser equivalente a la asimetría, ya que esta se basa simplemente en el equilibrio de los pesos mediante la variación de la posición y los elementos.

La *proporción* se refiere a la relación entre los elementos que componen el diseño o a la totalidad del diseño en relación con los tamaños y las fuerzas.

En primer lugar, la proporción se aplica con el formato o tamaño del diseño que se va a elaborar, se consideran dimensiones atractivas aquellas cuyas medidas entre ancho y alto no conservan una relación obvia para el ojo, regularmente los formatos de página son casi siempre rectangulares y de orientación vertical.

Para lograr una adecuada proporción dentro de la composición, se pueden emplear varios métodos pero el que realmente resulta de gran utilidad y es el más empleado tanto por impresores como por diseñadores y cubiertistas desde hace muchos años, es la Divina proporción también llamada Regla de terceros, proporción terciaria o regla de oro, que como su nombre lo dice nos sirve para determinar sin importar el formato de que se trate, el lugar de colocación de los elementos e incluso las dimensiones óptimas de la mancha tipográfica o caja de texto.

¹⁷ Robert Guillam, Scott, "Fundamentos del Diseño", 6ª ed., V. Leru, Buenos Aires, 1973

9. Desde 10, paralela a 2-3, hasta cortar la diagonal 1-3: punto 11.

10. Desde 11, paralela a 3-4; Desde 9, trazaremos una paralela a 1-4, que al cortar a la anterior dará el punto 12.

11. Y ya tenemos determinada la caja ideal -9-10-11-12- para el formato dado. Puede observarse que la prolongación de la línea 8-9 nos da, al cruzarse con 3-6 y 1-5, el punto 13, equivalente, en la contracubierta, del punto 7.¹⁸

Las posibilidades con esta Divina proporción son muchas, partiendo de las divisiones que se obtienen de ella, por ejemplo la línea 9-12 puede servir como arranque de títulos, la línea 7-13 puede ser el límite de la ilustración en caso de tener alguna, puede utilizarse la distancia 7-8 para los títulos, en fin, puede aprovecharse y organizarse los elementos de miles de formas diferentes gracias al empleo de esta. Se pueden trazar nuevas paralelas a las líneas que ya se tienen y encontrar nuevos puntos con nuevas posibilidades.

Aunque actualmente comienzan a modificarse los criterios de composición, nuevas relaciones entre medidas, proporciones, direcciones y contrastes comienzan a emplearse y se denominan simetría dinámica, un ejemplo de esto son las composiciones modulares, que son aquellas integradas por módulos que se repiten permitiendo una adecuada relación de equilibrio entre el texto y la imagen.

El *Ritmo* se genera a través de la repetición ordenada de algún elemento ya sea una línea, una forma, un tono.

“El ritmo difiere de la repetición simple en este sentido: es una recurrencia esperada”¹⁹

Conforme se va recorriendo la vista para hacer una “lectura” de la composición, podemos irnos dando cuenta que existe cierta secuencia en los elementos.

¹⁸ Pasticca, “*Dibujando cubiertas de libros*”, Barcelona, Eds. Ceac., 1969, pag.86 y 87

¹⁹ Robert, Guillam Scott, “*Fundamentos del diseño*”, 6ª ed., V. Lerú, Buenos Aires, 1973, pag. 67

Existen distintos tipos de ritmo, el descrito es el más básico, existen 2 clases más, una en la cual se puede introducir una progresión ya sea en cuanto al ancho y alto de las unidades consideradas estas proporcionalmente o se pueden modificar los intervalos del mismo modo. Las modificaciones pueden aplicarse a las cualidades visuales de las unidades como la configuración, el tamaño, el tono, y la textura.

También puede aplicarse una alternación entre dos motivos, esto es, que en lugar de repetir una sola forma, pueden repetirse alternadamente dos o más formas, intervalos o colores contrastantes.



Fig 30 Representación de ritmo progresivo y alternativo

La Armonía es el opuesto del contraste, mientras que este estimula, atrae la atención y desequilibra, la armonía es un estado de pasividad, pero es una técnica usada continuamente y que brinda soluciones a problemas compositivos cuando no se tiene mucha experiencia.

Es una técnica empleada con mucha frecuencia en los libros, en cuyo interior suelen considerarse tamaños de fuentes y pesos que vayan de acuerdo con el tamaño del libro, genera un estado pasivo.

La armonía se genera en características de tono, forma, tamaño y textura de los elementos, considerando que todos estos elementos se mantengan en equilibrio total.

El movimiento se da en toda percepción, un ejemplo de esto es la lectura, que nos guía en un sentido, el ojo se mueve de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo.

En el diseño, es importante que dentro de una composición se organicen los movimientos perceptivos de modo que se genere un circuito cerrado que permita que el observador recorra toda la composición sin salir de ella antes de terminar de recorrerla por completo.

La adecuada organización y disposición de los elementos es el principal medio de control para el movimiento ocular, esto solo puede lograrse teniendo conocimiento de la sintaxis y la gramática del diseño, por eso es importante conocer las diferentes técnicas que nos ayudan a conformar adecuadamente los mensajes visuales.

Parte de lo que hace interesante a un diseño, es el hecho de que no sea un diseño estático, es decir, que no sea tan rígido que resulte aburrido, debe tener movimiento, pero ese movimiento debe estar controlado de modo que genere un circuito cerrado en la composición, que no permita que la atención salga de inmediato del formato.

El movimiento hace dinámica una composición, el dinamismo de los objetos se determina de acuerdo a su actitud o posición en el campo, por ejemplo, un elemento horizontal se percibe como estático, mientras que aquellos que se encuentran en diagonal desarrollan mayor actividad en el campo visual.

La unidad se presenta entre los elementos que conforman el mensaje, estos deben relacionarse entre sí por medio de una composición adecuada, es un equilibrio de totalidad perceptible visualmente.

Los integrantes del mensaje deben ensamblarse de modo que se perciban y consideren como un objeto único.

Existen diferentes efectos visuales que nos permiten lograr generar unidad en los diseños, el efecto de atracción, por ejemplo, es aquel en el que dos objetos que se encuentran bastante próximos generan cierta tensión o atracción visual, a este efecto se le denomina

tensión espacial, debido a la cercanía de estos, nosotros percibimos una figura constituida por estos dos objetos, si los separamos, llegará un momento en el que percibimos a los objetos como figuras aisladas e independientes.

Otro efecto es el de agrupamiento por semejanzas, cuando encontramos elementos que tienen parecido entre sí, sentimos relación entre ellos y tendemos a agruparlos.

El diseñador debe valerse de instrumentos compositivos como los antes mencionados para lograr que sus diseños muestren unidad, ya que como sabemos, no solo se componen de imágenes y objetos, sino también de texto, que al ubicarse en el formato deben integrarse y formar una unidad, pero no solo deben unirse las partes, sino también deben hacerlo de manera que resulten mensajes interesantes y atractivos.

Otro factor que hay que tomar en cuenta es la posición de las figuras en el fondo, ya que algunas partes del campo visual con más fuertes que otras. Está demostrado que tendemos a entrar a un esquema bidimensional por un punto del lado izquierdo y que se encuentra por encima del centro, esta es la posición fuerte de los formatos, tal vez por eso es que las mayorías de las cubiertas tienen los títulos ubicados a partir de esta consideración.

El ojo viaja sobre el campo visual dando saltos y deteniéndose donde encuentra algo que retiene la atención, ya sean letras, objetos o colores atractivos. Es por esto, que el diseñador debe distribuir las atracciones en direcciones adecuadas para crear una especie de circuito en el que el ojo se irá desplazando para analizar todo el contenido de la composición.

El principal punto de atracción, será el punto de partida para el recorrido, no existe ninguna regla única que describa la manera en la que observamos una composición, pero a través de algunos experimentos, se han logrado revelar algunas tendencias de movimiento ocular en la composición que son las siguientes:

1. El ojo tiende a moverse hacia la izquierda y arriba de la fijación inicial
2. La exploración continúa siguiendo el movimiento de las manecillas del reloj
3. Se prefiere a partir del punto anterior el movimiento horizontal

4. Existe preferencia por la posición izquierda y superior que por la derecha e inferior
5. Para llegar a este punto del esquema, deben ubicarse en este, elementos que resulten de interés para el observador

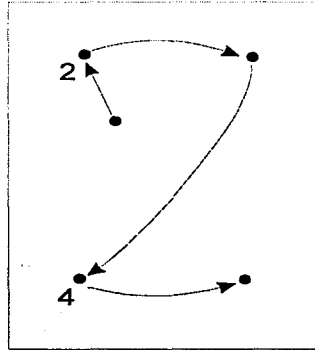


Fig. 31 Recorrido del ojo sobre el campo visual

De acuerdo con estas tendencias, el espacio podría dividirse en 4 cuadrantes a los cuales podrían asignárseles valores iniciando por el más importante en cuanto a fijación inicial.

1	
3	

Fig. 32 División del espacio visual en orden de fijación

4.3 Estudio de estructuras

4.3.1 Redes

Una red de acuerdo con Hurlburt²⁰, es una combinación de líneas horizontales y verticales que ayudan a la solución de problemas de diseño o que sirven como base de un sistema modular. De acuerdo con esto, se pueden considerar cualquier combinación de líneas sin restricciones.

Este tipo de red puede ser empleada por fotógrafos, ingenieros, cartógrafos, artistas, etc., para aplicarlas en sus respectivos campos, algunos como la fotografía son de carácter bidimensional y otros como la arquitectura son de carácter tridimensional.

Estas redes, presentan módulos compactos entre sí y ocupan todo el formato. Los módulos son los espacios generados entre las líneas.

Estas redes pueden ser de cualquier tamaño o forma, pero aquellas que tienen incrementos de tamaño y proporción regulares son las que permiten una mayor flexibilidad en cuanto al uso del espacio.

A pesar de esto, el motivo principal de que se utilice con mayor frecuencia una red cuadrículada es la ventaja práctica de contar con una unidad de medición lógica en ambos sentidos, especialmente si el diseño cuenta con otros elementos visuales como el caso de las fotografías o las ilustraciones.

La mayoría de los diseños cuentan con una estructura, es decir una disposición ordenada de las formas.

Un diseño puede ser creado sin haber pensado con anterioridad en su estructura, pero esta está presente cuando existe una organización.

De acuerdo con Wong Wucius, "La estructura puede ser formal, semiformal o informal. Puede ser activa o inactiva. También puede ser visible o invisible".²¹

²⁰ Allen, Hurlburt, *Publication design: a guide to page layout, typography, format and style*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1971, 138p.

²¹ Wong Wucius, "Principios de diseño bi- y tridimensional", ED. G. Gili, México, 1991, pag. 27

La *estructura formal* es aquella compuesta por líneas construidas matemáticamente, estas líneas determinan la forma completa del diseño: El espacio o formato queda dividido en subdivisiones rítmicas que provocan una sensación de regularidad por la ubicación de las formas.

La *estructura semiformal* es aquella que aunque cuenta con bastante regularidad, existe también en ella una ligera irregularidad, este tipo de estructura no tiene la rigidez de una estructura formal, pero tampoco la completa libertad de la estructura informal.

La *estructura informal* es aquella que no tiene líneas estructurales, de modo que la organización de los elementos es libre e indefinida. Esta estructura excluye la regularidad estricta, es espontánea.

Dentro de las estructuras formales encontramos el “enrejado básico”, lo que conocemos también como red, este está compuesto por líneas verticales y horizontales, con espacios iguales entre ellas, que se cruzan entre sí, lo que da como resultado una cantidad de subdivisiones de medidas iguales.

Este tipo de estructuras son también llamadas estructuras de repetición, ya que los módulos se repiten y los espacios a su alrededor son iguales. Esta estructura es la más simple de las estructuras y resulta de gran utilidad en grandes superficies.

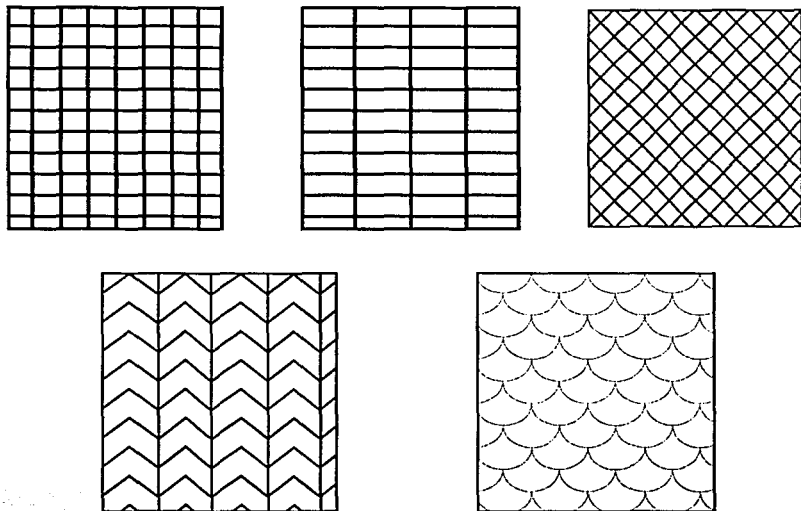


Fig. 8 Estructuras formales

ESTRUCTURA INACTIVA

En este tipo de estructuras, las líneas que conforman la estructura o red solamente guían la ubicación de las formas, pero no interfieren con las figuras, ni con el espacio, no generan zonas diferentes a las que se les puedan asignar colores diferentes.

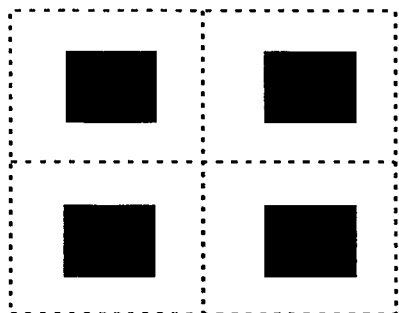


Fig. 9 Estructura Inactiva

ESTRUCTURA ACTIVA

Este tipo de estructura divide el espacio en subdivisiones individuales, estas además interactúan con los módulos y las formas. Cada módulo conserva su independencia, puede tener fondos de color diferentes de los de los módulos contiguos.

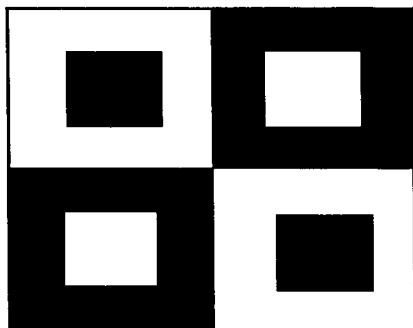
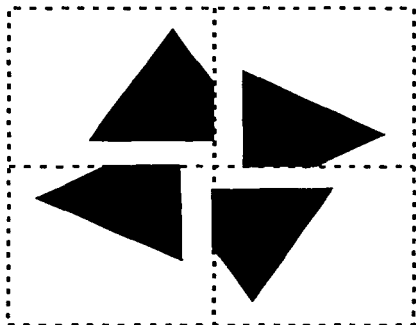


Fig. 10 Estructura Activa

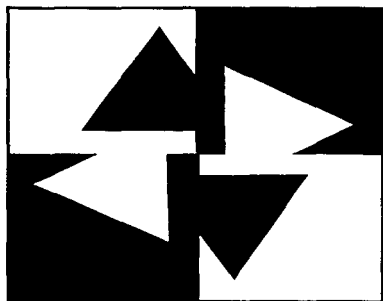
Los módulos generados con una estructura activa, pueden trasladarse, aunque al trasladarse estos se corten al quedar fuera de los límites de la estructura.

Fig. 11 Módulos de una estructura activa



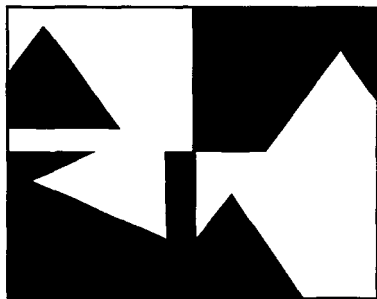
Cuando algún módulo entra en alguna zona del módulo contiguo, se puede proceder uniendo, sustrayendo o intersectando las formas.

Fig. 12 Variante de los módulos de una estructura activa



El espacio de cada uno de los módulos puede ser unido con cualquier subdivisión vecina.

Fig. 13 Unión de módulos en la estructura activa



ESTRUCTURA INVISIBLE

Se consideran invisibles la mayoría de las estructuras o redes que se emplean, sin importar si son formales o informales, activas o inactivas, esto lo determina su carácter meramente conceptual, debido a que aunque corten algún fragmento de un módulo, estas no cuentan con grosores medibles que las hagan visibles.

ESTRUCTURA VISIBLE

Como podremos imaginar, son aquellas en las que las líneas que dividen el espacio en módulos, tienen algún grosor determinado, esto debido a que el diseñador así lo desea.

Estas líneas como poseen grosor, se convierten en parte de los módulos e interactúan en ellos.

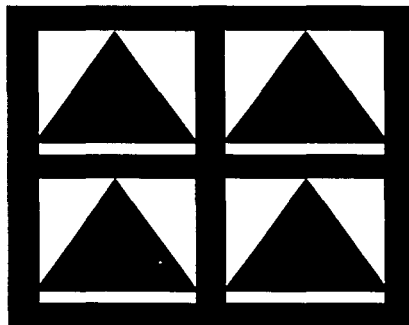


Fig. 14 Estructura visible

Partiendo de una red o estructura básica, se pueden generar nuevas redes realizando sobre esta algunas variaciones. Las variantes pueden ser:

Cambio de proporción: en el caso de subdivisiones cuadradas, pueden sustituirse por rectángulos, las líneas estructurales tendrán mayor distancia en sentido vertical u horizontal quedando así transformado el tamaño de los módulos.

Cambio de dirección: en este caso las líneas verticales u horizontales pueden inclinarse hasta cualquier ángulo, generando con esto cambios en la estabilidad vertical y horizontal que inicialmente mostraba la estructura, por que se generan líneas diagonales.

Deslizamiento: las filas de módulos pueden deslizarse en una u otra dirección, con esto la regularidad que se mostraba anteriormente se ve alterada.

Curvatura o quebrantamiento: las líneas verticales u horizontales o ambas, pueden curvarse o quebrarse de forma regular, lo que genera subdivisiones que mantienen la misma forma y tamaño.

Reflexión: las filas que conforman la estructura y que aún mantienen los bordes externos rectos y paralelos, pueden ser reflejados y repetidos.

Combinación: las subdivisiones de una estructura de este tipo, se combinan generando formas más grandes o complejas, pero teniendo en cuenta que estas subdivisiones deben ser de igual tamaño y forma, para no romper con la estructura de repetición.

Divisiones ulteriores: las subdivisiones de una estructura de repetición pueden dividirse de modo que se formen nuevos módulos más pequeños y tal vez complejos, cuidando que estos sean de igual tamaño y forma.

Enrejado triangular: este tipo de enrejado se genera al inclinar las líneas verticales de la estructura y colocando nuevas líneas que produzcan módulos de forma triangular.

Enrejado hexagonal: esta se deriva del enrejado triangular, combinando seis unidades de esta.

Incluso pueden obtenerse combinaciones de ambas, es decir, redes compuestas por módulos de diferentes formas que se repiten, llamadas también retículas.

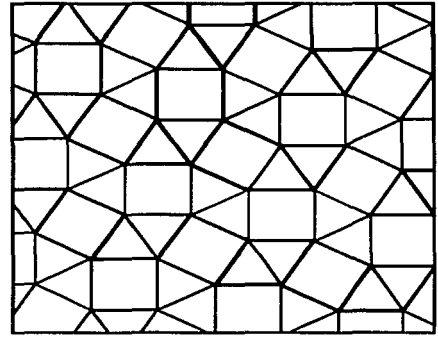
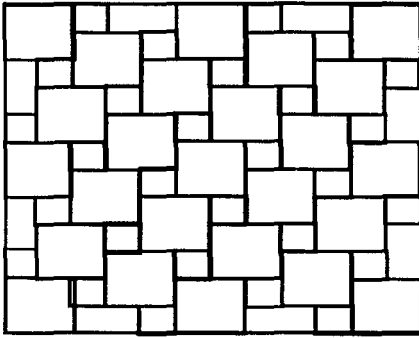


Fig. 15 Retículas de Cuadrados (izquierda) y de cuadrados y triángulos (derecha).

Este tipo de estructuras se llaman estructuras de múltiple repetición debido a que se componen de subdivisiones de más de una clase, es decir, de diferentes formas que se repiten, de ahí que sea múltiple.

Otro de los tipos de estructuras es la estructura de similitud, en la que los módulos no son idénticos como en el de la estructura de repetición, pero si son similares entre sí, no es tan rígida como la de repetición.

La estructura de gradación es una de las que presenta mayores posibilidades en el manejo del espacio. En este tipo de estructura, las subdivisiones cambian de tamaño, figura o ambos, de manera gradual y sistemática, realizando además las mismas variaciones que pueden aplicarse al enrejado básico.

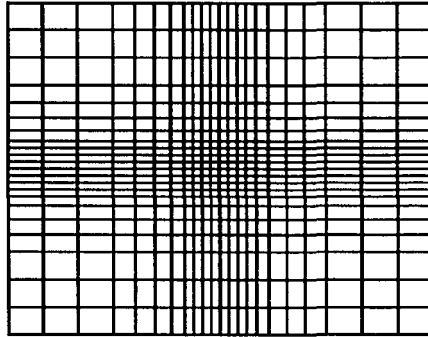


Fig. 16 Reticula de gradación

La estructura de radiación, esta es muy útil cuando se desea un diseño vigoroso y atrayente, debido a que normalmente no se emplean este tipo de diseños, estos atraen inmediatamente la atención.

Las principales características de este tipo de esquemas es que generan un punto focal vigoroso, que regularmente se sitúa en el centro del diseño, además de que genera un efecto de vibración óptica y movimiento.

Estas estructuras se componen de dos elementos importantes, un centro de radiación, que es el punto alrededor del cual se situarán los módulos, este punto no siempre es precisamente el centro físico del diseño; y las direcciones de radiación, estas se refieren a la dirección de las líneas de la estructura y la dirección de los módulos.

Existen tres clases principales de estructuras de radiación que son la centrífuga, concéntrica y centrípeta.

La centrífuga es en la que las líneas estructurales irradian regularmente desde el centro y hacia todas las direcciones.

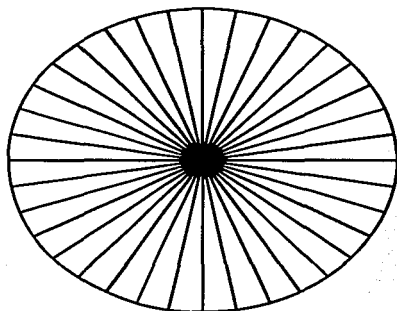


Fig. 17 Estructura centrífuga

La concéntrica en ella, en lugar de que las líneas estructurales partan del centro, estas comparten el mismo centro y lo van rodeando.

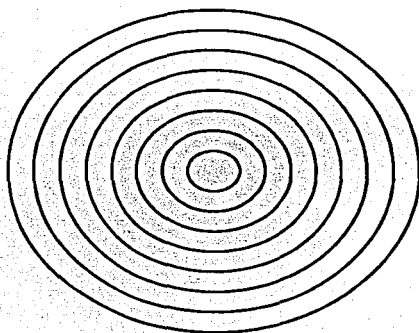


Fig. 18 Estructura concéntrica

La estructura centrípeta, en ella, las líneas estructurales son quebradas o curvadas, es decir tienen ángulos o curvas que presionan o apuntan hacia el centro.

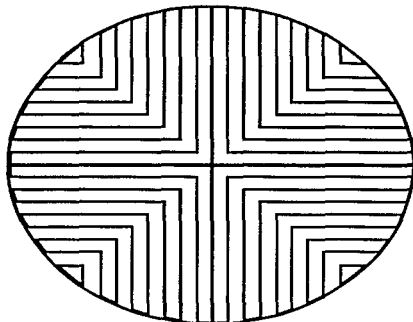


Fig. 19 Estructura centrípeta

Las estructuras presentadas anteriormente, se basan en las operaciones de yuxtaposición simétrica que son:

- **Traducción:** que consiste en el movimiento constante y rectilíneo de los objetos, la distancia entre cada movimiento debe ser constante
- **Reflexión:** que consiste en situar dos elementos en oposición
- **Rotación:** consiste en el giro constante del motivo alrededor de un eje de rotación y debe ser constante
- **Extensión:** consiste en el crecimiento constante de la forma desde un punto, este crecimiento debe ser progresivo

Como podemos darnos cuenta, existen una gran cantidad de retículas, todas ellas pueden emplearse al momento de crear algún diseño, sobre estas retículas, pueden organizarse los elementos e incluso generar formas o figuras muy interesantes cuando se emplea el contraste de tonalidades, de texturas y de color.

Las retículas de este tipo se emplean en muchas ocasiones, pero sobretodo en el caso de que el área de diseño sea muy amplia, de hecho podemos observar ejemplos de su aplicación en los diseños textiles, en cubiertas de libros, en empaques, etc.

Con la aplicación de las retículas pueden generarse diseños muy simples, pero sumamente llamativos, sobretodo si se hace un adecuado uso del color.

4.3.2 Retícula tipográfica

Cuando miramos una página, en primera instancia esta nos atrae por una cierta figura, que suele ser rectangular. Estas páginas cuentan a su vez con una arquitectura gráfica y tipográfica, con la finalidad de lograr una correcta ubicación de los elementos en el espacio, limitado por la superficie con la que se cuenta. A el método que nos permite articular los elementos que forman la página se le llama compaginación.

El primer paso en la realización de la compaginación es el de delimitar el tamaño que tendrán las hojas en el libro, es decir, el formato del libro, entendemos por formato del libro una superficie de cierta longitud y anchura.

Los formatos de las páginas son casi siempre rectangulares y dispuestos de forma vertical, aunque actualmente, los formatos son sumamente variados, con la finalidad de superar la originalidad y diseño de los libros existentes en el mercado. Una vez determinado el formato, se determinan los márgenes del libro, el concepto clásico, establece que el margen del lomo (margen interior) corresponde a la mitad del de corte (margen exterior); el de la cabeza (margen superior) una parte más que en el lomo (margen interior); al de pie (margen inferior) el doble o cerca del doble que el de la cabeza (margen superior), estas medidas se determinaron basándose en la sección áurea y tienden a ampliarse en el caso de las ediciones de lujo y a disminuirse en el de las económicas (libros de bolsillo).

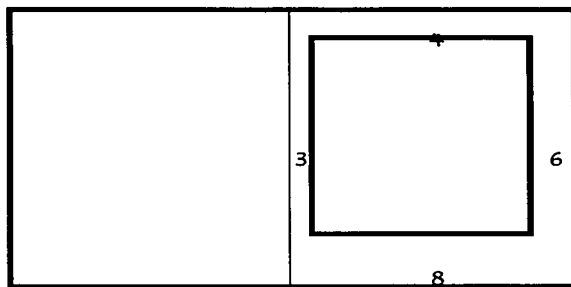


Fig. 20 Concepto clásico de determinación de los márgenes

Estos márgenes pueden variar en el caso de las cubiertas, donde es recomendable los márgenes amplios e iguales todos, ya que esto proporciona un formato simple que permite componer información visual mínima.

El formato de la página y la amplitud de los márgenes determinan el tamaño de la mancha tipográfica, es decir el espacio acupado por el texto. Una vez determinada la mancha, debe considerarse se emplearán una, dos o tres columnas para ubicar texto e imágenes, la altura de estas se define mediante el número de líneas de texto que cabrán en ellas, esa será la retícula que se empleará en el libro, todas las páginas emplearán esa retícula, como antes ya se mencionó la finalidad es que se consiga uniformidad en el libro.

Las retículas son sistemas que permiten al diseñador una adecuada diagramación de tipos e imágenes que conforman un libro, una revista o un catálogo.

Las retículas tipográficas se emplean principalmente en el terreno editorial, el diseño de libros, revistas, periódicos, folletos, etc., campos que son únicamente bidimensionales.

La retícula tipográfica relaciona al lector y su desplazamiento visual sobre una superficie gráfica, se compone de líneas horizontales que dividen el espacio comprendido en las columnas de texto, y se destinan a organizar exclusivamente texto.

Esta retícula cumple con las siguientes funciones:

1. **ARMONIZACIÓN:** Se refiere a que dispone sistemática y lógicamente texto e imagen.
2. **ECONOMÍA:** Reduce en tiempo y costo el desempeño del diseñador, una vez que esta se ha resuelto, se tiene la mayor parte del proceso de diseño realizada.
3. **UNIDAD:** Da unidad formal a los diferentes problemas, con ella se imprimen características formales a una cantidad extensa de información.
4. **LEGIBILIDAD:** Muestra el texto e imagen de forma interesante e inteligible, con esto se procura una composición que facilita la lectura, con lo cual el lector se motiva hacia la lectura.

La principal diferencia entre la red y la retícula tipográfica es que la primera está compuesta por módulos compactos entre sí y ocupan todo el formato hasta sus límites (*fig. 21*), la retícula tipográfica en cambio, está compuesta por módulos espaciados entre sí y entre el formato (*fig. 22*).

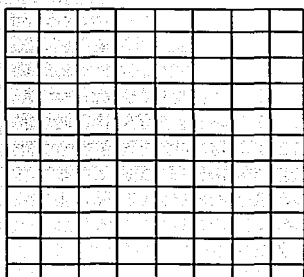


Fig. 21 Red

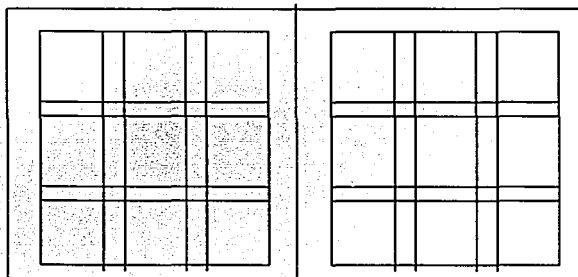


Fig. 22 Retícula

Müller Broockman²² propone un método útil para realizar una adecuada mancha tipográfica, que es la siguiente:

1. Determinar la dimensión total de la mancha tipográfica:

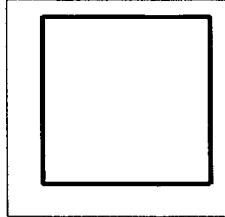


Fig. 23 Mancha tipográfica

2. Dividir esta en columnas, de acuerdo al aspecto o diseño que se pretenda:

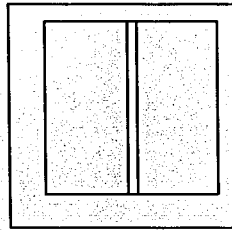


Fig. 24 Determinación de columnas

3. Estas columnas a su vez se dividen en campos reticulares (*Fig. 25*). En este punto el diseñador debe determinar el tipo de letra y el tamaño de interlínea para poder dar el tamaño adecuado a los campos generados hasta el momento (*Fig. 26*), por que la mayoría de los casos es necesario adecuar el tamaño de estos debido a el tamaño del texto.

²² Müller, Josef-Brockman, "Sistemas de retículas: un manual para diseñadores gráficos", Ed. A. Niggli, Teufen, Switzerland, pag.61

Fig. 25 Campos reticulares

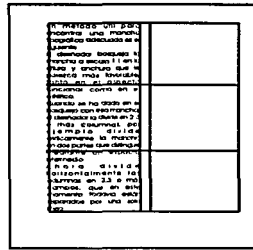
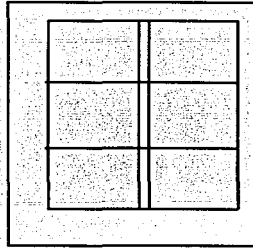


Fig. 26 Selección de tipo de letra, tamaño e interlínea

4. Los campos deben separarse para poder ubicar las fotografías, ilustraciones o dibujos, la división anterior nos permite ver cuantos campos integran la página, pero debe existir cierta separación entre ellos, estas separaciones se establecerán tomando en cuenta las líneas de texto que se determinó caben en los campos. Las separaciones verticales reciben el nombre de medianiles, mientras que las horizontales son las llamadas interlíneas.

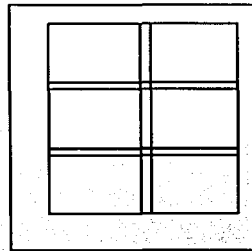


Fig. 27 Medianiles e Interlíneas

En el caso de las cubiertas de libros, estas pueden basarse en la misma retícula interna o pueden emplearse retículas modulares o redes, dependiendo sobretodo del tipo de cubierta que se pretenda lograr.

4.4 Papel

Existen muy variados tipos de papeles, cada uno fabricado con diferentes materiales, calibres y acabados, creados para diferentes usos, por ello es importante conocerlos para saber cual es el mas indicado para el uso que pensamos darle.

Papel bond (papel revolución): papel compuesto en su mayoría por pulpa de madera y producido en gamas de calidades y pesos. Su principal uso es para periódicos, revistas baratas y ediciones en rústica.

Papeles de pasta mecánica (papel couché brillante): estos papeles contienen una gran cantidad de pulpa de madera producida mecánicamente, más pulpa química que les proporciona fortaleza. Se obtienen diferentes acabados, como el supercalandrado (SC), el acabado mecánico y el satinado a máquina. Se emplea en revistas baratas, folletos, etc.

Papeles de pasta química (papel bond): estos si contienen pulpa de madera, pero debido a que se someten a procesos químicos, da como resultado un papel blanco fuerte.

Se emplea como papel para escritura.

Papel kraft: este es un papel rígido y pesado, se emplean principalmente como embalaje, ya que su textura es áspera y es opaco.

Bristol: son cartulinas de pasta semi dura, con superficie lisa y opacos.

Cartulina opalina: es un derivado del bristol, pero de pasta menos pura.

Cartoncillo: es un derivado de la cartulina, su calidad es menor y su solidez mayor a la de la cartulina. Su gramaje varía entre 180 y 300 grs. por m².

Couché o estucado: son papeles a los que se les aplica una capa de caolín y sales, para someterlos a profundas operaciones de satinado y alisado. Son papeles muy lisos, sin sombras ni asperezas. En la

impresión pueden recibir tramas hasta de 200 puntos por centímetro cuadrado.

Su principal desventaja es la de que en gramajes altos, se quiebran con facilidad al ser plegados.

El formato del papel, es decir, su tamaño, su forma, fue adquiriendo estándares, con la finalidad de unificar las medidas o formato de página, además de evitar con ello el desperdicio del papel y para facilitar su manejo en las máquinas de impresión.

El tamaño de papel que se emplea se rige por medidas americanas y anglosajonas, el papel se puede surtir tanto en bobinas de varios metros o por pliegos, en el caso de los pliegos, el papel se compra y pesa por resma (500 pliegos).

Los tamaños estándar para impresión son:

57 x 87 cm = 8 cartas

70 x 95 cm = 8 oficios

60 x 90 cm = Intermedios

Existe un sistema de unificación que de acuerdo a las normas UNE (Una Norma Española), que tiene carácter internacional, de acuerdo a estas, el formato base es un rectángulo, de la partición de este se van generando series de formatos, la serie A es la que nos da formatos para el papel de carta, impresos de oficina, etc., los formatos de la serie C están destinados como contenedores de la serie A, por ejemplo los sobres y carpetas. Los de la serie B son los contenedores de la serie C.

El formato que nos interesa es entonces el de la serie A, por que es con estos formatos con los que podemos obtener el tamaño adecuado para la elaboración del libro.

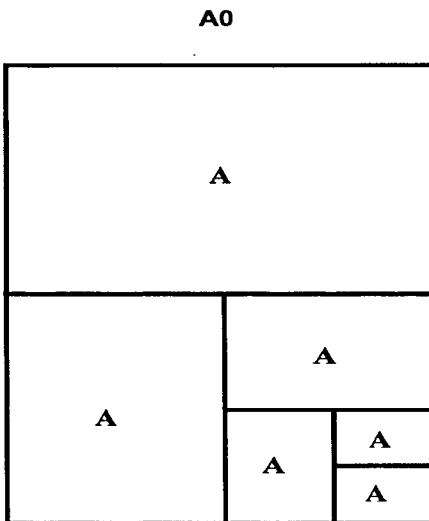


Fig. 7 Formatos estandar de medidas de papel

4.5 Impresión

Cuando se está trabajando con un proyecto de diseño, debe tenerse en consideración la correcta combinación y coordinación del método de impresión, los tipos de tintas y el papel, ya que de ellos dependerá en gran medida el resultado final del trabajo realizado.

Los procedimientos de impresión se definen como el conjunto de operaciones mediante las cuales, partiendo de un original, pueden obtenerse impresos iguales entre sí y que con gran fidelidad al original.

Es por esto, que después de analizar los elementos que compondrán nuestro diseño y basándonos en el presupuesto asignado, debemos considerar la impresión, que de hecho esta es una de las consideraciones primordiales que se tienen al iniciar un proyecto de este tipo, en base al presupuesto establecido, se

determinarán los métodos de reproducción o impresión, así como el papel que se empleará y las tintas que se emplearán.

El original que debe reproducirse, hace más adecuado el uso de un determinado procedimiento, es decir, el medio tono o tono continuo, a colores o blanco y negro, influyen en la elección del procedimiento, además de las razones de conveniencia económica, como en el caso de la presente.

Existen varios métodos de impresión, los más utilizados actualmente son:

- Prensa plana
- Serigrafía
- Rotograbado
- Offset

La selección de cualquiera de estos, dependerá del presupuesto asignado y de la calidad requerida en la impresión.

La *Prensa plana* es aquella en la que se prensa papel contra un área resaltada de madera o metal, la cual ha sido entintada. Es un procedimiento directo, ya que la forma entintada tiene contacto directo con el soporte (papel).

La *Serigrafía*, este es un método útil cuando se cuenta con poco presupuesto y en el que la calidad de la imagen no es algo demasiado minucioso, pero sobretodo cuando se imprimen plastas de color y bajos volúmenes.

El *Rotograbado* es un método contrario a la impresión tipográfica, ya que las áreas de la imagen están grabadas en las placas, toda la superficie se entinta y después se limpia, dejando los huecos rellenos con tinta, la imagen se transfiere entonces al papel.

Proporciona excelentes reproducciones en color, pero es muy caro, así que solo se emplea en tirajes pequeños.

El *offset*, es un proceso en el cual la tinta se transfiere de la plancha a un revestimiento de caucho envuelto alrededor de un cilindro metálico, y de este revestimiento al papel.

Las planchas o placas están hechas de aluminio, zinc, cobre, etc. Las áreas de las placas que se desean imprimir se hacen oleosas, la tinta se adhiere a ellas, las que no tienen imagen permanecen húmedas y esto repele la tinta.

A continuación se presenta un cuadro comparativo en el que se presentan las ventajas y desventajas de estos:

METODO DE IMPRESIÓN	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Prensa Plana	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Es útil para imprimir pequeñas cantidades de tirajes como las tarjetas, invitaciones, etc., que emplean un solo color 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actualmente casi no se emplea ▪ La calidad no es óptima ▪ Solo impresión monocroma
Serigrafía	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Permite imprimir en casi cualquier superficie plana: madera, metal, tejido, papel, cartulina, cuero, acetato, etc. ▪ Es económica 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La calidad de las imágenes puede no ser óptima
Rotograbado	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La calidad que se obtiene es muy buena ▪ Se puede imprimir en materiales como el acetato y papel 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se imprimen bajos volúmenes
Offset	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Puede imprimirse en papel y cartón (cartulina) ▪ Es económico ▪ Se imprimen altos tirajes ▪ La calidad de las impresiones es muy buena ▪ Permite la reproducción a color 	

Fig. 6 Cuadro de ventajas y desventajas de los métodos de impresión

4.5.1 Impresión a uno y dos colores

Cuando se cuenta con un presupuesto sumamente limitado, este tipo de impresión resulta la opción correcta, ya sea en uno o dos colores, cuenta con la opción de emplear medios tonos o semitonos.

Un color puede tener en el original tonos iguales o también tonos con diferentes modulaciones graduales continuas.

Los medios tonos se realizan mediante pantallas (tramas), una trama es una pantalla a modo de retícula formada por dos series de rectas muy próximas y con la misma distancia entre ellas, que se cortan en ángulo recto, generando cuadros muy pequeños. El resultado es, que en lugar de imprimir un color sólido, la imagen se descompone en pequeños puntos con el mismo grosor y tono. Estos puntos se encuentran separados entre sí, de modo que nuestro ojo capta tanto los puntos de color como las zonas en blanco que existen

entre ellos, causando un efecto visual, como si se mezclara el blanco del papel con la pintura de los puntos.

En el caso de los dos colores, es lo mismo, para cada color se hace una pantalla en la que se cuenta con diferentes porcentajes de pigmento que al imprimirse juntos crean diferentes efectos, este tipo de impresión se conoce también como bitono o duotono.

4.5.2 Impresión a cuatro colores

Esta es la opción que se emplea para reproducir imágenes a color, sobretodo fotografías. Este proceso emplea los colores primarios amarillo, cyan, magenta y negro.

La separación de los colores se realiza fotografiando el original a través de filtros que eliminan todos los demás colores y aíslan el color que se desea obtener en la película. Por ejemplo, para separar el color amarillo, se usa un filtro violeta, que por ser una combinación de los colores pigmento magenta y cyan, deja pasar estos colores y bloquea la luz amarilla. El resultado es que en la película negativa las zonas que pertenecen al amarillo no quedan impresionadas mientras que el positivo, estas zonas aparecerán negras y por lo tanto impresoras. Este proceso se conoce como selección de color.

Se hacen cuatro placas de impresión las cuales imprimen la cantidad de cada color en cada área de la imagen, que una vez juntos forman la combinación del color final del impreso.

4.6 Encuadernación y acabados

De acuerdo con José Martínez de Sousa, la encuadernación es el "Arte de sujetar entre sí los pliegos de un libro y de cubrirlos para su mejor preservación y manejo"²³.

Existen varios tipos de encuadernación, estos se denominan principalmente de acuerdo al costo que tienen o los materiales que se emplean para realizarlos, los principales encuadernados comerciales son 4:

²³ José, Martínez de Sousa, *Diccionario de tipografía y del libro*, Ed. Paraninfo, 4ª edición, Madrid, 1995.

El encuadernado con costura, ya sea de alambre (grapas) o de hilo, la primera es la más usada por su bajo costo y simplicidad. En este tipo de encuadernado encontramos a los libros o folletos engrapados por el lomo y los engrapados a los lados.

En el encuadernado con hilo, se cosen los cuadernillos individuales que después se unen y empastan mecánicamente o a mano.

El engargolado, en el que se hacen agujeros a través de la cubierta y de las páginas las cuales se juntan con una espiral de alambre o de plástico.

El encuadernado de edición (pasta dura) y el encuadernado perfecto (hot melt) son los métodos de encuadernación para cubiertas duras y cubiertas de papel respectivamente.

En el primero (encuadernado de edición), las hojas se doblan en páginas de 16 o 32 para que se acoplen a la máquina cosedora, una vez cosidos se pegan con cola. Esto se pega por el lomo con un pedazo de gasa. Finalmente se pasa por una máquina que pega los papeles de los extremos y coloca la cubierta.

En el encuadernado perfecto, las páginas dobladas y alineadas tienen el borde del lomo muy tosco con la finalidad de que el pegamento se adhiera bien. Finalmente se pega la cubierta firmemente, este tipo de encuadernado es también llamado encuadernación rústica.

Los acabados son técnicas que se emplean en la mayoría de los casos para aumentar la utilidad de la pieza o como adorno. Los más usados son los siguientes:

TROQUELADO O SUAJADO: es aquel en el que al material impreso se le da alguna forma especial mediante el recorte, por ejemplo las tarjetas de felicitaciones comerciales suelen venir en diferentes formas, un corazón, un triángulo, etc.

Esta técnica recibe el nombre debido a que el recorte de las hojas se realiza mediante troqueles, similares a los cortadores de galletas.

ESTAMPADO: Existe el estampado en relieve, también llamado estampación con prensa caliente, es un proceso que se emplea con mucha frecuencia actualmente, con el fin de adornar las cubiertas.

Este proceso fue desarrollado en Londres por Archibaldo Leighton en 1825. Consiste en grabar mediante una prensa especial para relieves, una imagen. Esta prensa cuenta con un juego de moldes, uno macho y uno hembra que suelen ser de latón, los cuales se calientan para que ayudados con la presión generen en el papel o

cartón, una imagen en relieve. El grabado en seco (sin color) o impreso, en cuyo caso el color se aplica antes del realce. Es un proceso costoso principalmente por que deben elaborarse troqueles especiales para cada forma que ha de realizarse

Otro método que da la sensación de relieve, consiste en tomar el material impreso cuando aún está húmedo y pasarlo por un polvo especial que se adhiere a la tinta húmeda, esto se calienta haciendo que el polvo se funda con la tinta. Una vez seco la imagen queda realzada.

GOFRADO: Esta técnica consiste en agregar textura al papel una vez terminada la impresión, haciendo pasar el impreso por rodillos grabados con el diseño que se desea.

Es cierto que puedes encontrarse papeles gofrados, pero en ocasiones este tipo de papel no puede ser empleado en las máquinas de impresión, por eso se opta por realizar el gofrado después de terminada la impresión.

PERFORADO: este tipo de técnica se emplea para facilitar el recorte de ciertos elementos de una impresión terminada. Un ejemplo de ello, serían los timbres postales, que vienen en planillas de las cuales se van desprendiendo los timbres conforme se van utilizando, las pequeñas perforaciones que delimitan los timbres sirven para facilitar el desprendimiento sin dañar la impresión.

ESTRIADO: tanto el estriado como la perforación cumplen con los mismos fines, facilitar el recorte o auxiliar en el doblado, pero en el caso del estriado, se corta mediante una pleca filosa las fibras exteriores del papel sin realizar perforaciones.

Esta técnica no debe confundirse con el doblado ya que en este no se realiza ningún tipo de corte, simplemente se comprimen las fibras del papel mediante plecas sin filo, en ciertos sitios para hacer el papel más durable en el doblado, su finalidad es la de dificultar el desprendimiento del papel.

4.7 Métodos de diseño

Al llevar a cabo un proyecto de diseño, muchas veces nos encontramos con el hecho de enfrentarnos a los métodos, que resultan en principio más que una ayuda un obstáculo para el diseñador que no se encuentra familiarizado con ellos.

Es importante conocer desde el origen de los métodos de diseño, como los motivos que los originan.

Todo el proceso de diseño debe contar con una secuencia lógica que permita lograr los objetivos que se propone el diseñador, se debe emplear un método que organice los procedimientos.

Los métodos de diseño tienen una razón de ser, la de facilitar al diseñador el desarrollo de su trabajo, son un sistema que le permite comprender las diferentes fases de creación y realización del proyecto, así como para la organización de la información.

Diseñar se convierte entonces en una serie de acciones con sucesión que al llevarse a cabo por un grupo de diseñadores llega a resultados más rápidamente, con seguridad, economía y responsabilidad.

Los principales motivos que impulsaron el desarrollo de la metodología son en primer lugar de orden económico, debido a que los proyectos de diseño deben enfrentar los costos de producción, es decir, la persona o empresa que invierte en diseño, espera recuperar con este la inversión, pero además obtener ganancias, por ello es importante que sus propuestas estén apoyadas en argumentos lógicos, que muestren su factibilidad económica.

De orden tecnológico, ya que la sociedad se mantiene siempre en una acelerada innovación tecnológica, el diseñador debe saber emplear la tecnología y personal adecuado para reducir el tiempo y costo de producción. En cuanto a tiempo, actualmente los procesos de diseño suelen realizarse por equipos de trabajo, un motivo más por el cual es indispensable un método adecuado, para facilitar al máximo la colaboración y ayude a unificar los datos y propuestas provenientes de los diferentes campos de diseño. Los métodos deben transformar una demanda o necesidad verbal en una solución formal.

Otro factor que marca la necesidad de métodos de diseño es la complejidad del problema, es decir, las necesidades que pretenden resolverse suelen ser complejas, sobretodo cuando el contexto de estas exige cambios radicales, los cuales generarán una enorme cantidad de información que carente de un orden, requiere de organización lógica que proporcione bases firmes para la solución acertada de la necesidad.

Pedagógicamente, para poder enseñar a diseñar, es sumamente necesaria la implementación de métodos, ya que estos son una guía racional que nos indica la forma adecuada de estructurar los factores que influyen en los productos, esta es un área sumamente importante sobretodo en las escuelas, pues en ellas se obligan a

desarrollar técnicas pedagógicas que capaciten al estudiante en niveles aceptables de eficiencia.

Una causa más para el desarrollo de métodos, es de orden psicológico, ya que el diseñador al enfrentarse al proceso de diseño y pretender dar soluciones, muchas veces se queda en blanco, mientras su mente se encuentra dando vueltas con información que no ha logrado estructurar de modo adecuado para formular propuestas adecuadas a lo que se plantea.

Principalmente estas son las causas que dan origen a la necesidad de formulación de métodos que permitan optimizar el desempeño del diseñador y el desarrollo de la demanda aunque en ocasiones éstos parezcan más complejos que los problemas a resolver.

El ordenamiento metodológico es un proceso en el que se parte de una situación que se manifiesta a través de una demanda verbal que finalmente se verá materializada mediante una serie de codificaciones y decodificaciones en las que se resume dicha demanda.

Oscar Olea menciona que tradicionalmente, el hombre ha empleado tres procesos para transformar una demanda verbal en una propuesta formal, estos son los métodos deductivo, inductivo y empírico, aunque obviamente tienen sus desventajas, plantea que el método deductivo "... propone la clásica investigación bibliográfica que, al trabajarse en el gabinete, puedan organizarse en paquetes que permitan pasar de la información a la forma."²⁴. El método deductivo, se fundamenta principalmente en la documentación o investigación que realiza el diseñador acerca del tema y en base a ello se diseña el producto requerido, este método es por ello que es el más acertado, ya que deja de basarse en el simple gusto personal para basarse en investigaciones firmes cuyos resultados implican una retroalimentación cuya finalidad es la de evaluar el objeto en caso de que este no sea satisfactorio y así regresar a etapas anteriores con la finalidad de producir nuevas alternativas.

Esquemmatizado, este método queda como sigue:

- Obtención de la información
- Organización del programa o formalización de la demanda.

²⁴ Oscar, Olea, Carlos, González Lobo, "Análisis y diseño lógicos", Trillas, México, 1977, pag. 21

- Determinación de las interacciones entre los niveles de información por medio de gráficas que permitan identificar funciones
- Formulación de hipótesis
- Proyecto

Este método es el que se considera más funcional, por estar cimentado en el empleo de documentos que facilitan el desarrollo de la demanda, toda la documentación que se realiza para materializar la demanda, culmina en un objeto satisfactor en el que fueron consideradas todas las posibilidades de solución a dicha demanda.

El método empírico se basa principalmente en la experiencia, por ello constituye un campo sumamente restringido, ya que se integra a partir de la observación de los objetos en función de las actividades humanas a las que están ligados.

El método intuitivo es en el que el sujeto realiza sus análisis a saltos, sin una continuidad, va tomando unas cosas y dejando otras, lo que finalmente termina en carencias, puntos débiles en la propuesta.

Este método está relacionado con la finalidad, todo lo que se pueda descubrir en el "inter" para lograr algo no resulta de gran importancia, lo más importante es lograr lo que se propone.

Una vez que hemos comprendido los diferentes procesos empleados para la solución de una demanda, es importante conocer que tipo de condiciones deben satisfacer dichos objetos, es decir, una vez que se está diseñando un objeto, la finalidad principal es la de satisfacer una demanda verbal, que mediante los procedimientos descritos se convierte en una propuesta formal que da solución, pero estos objetos deben satisfacer condiciones como son:

- a) Adecuación a su ambiente, a los fenómenos naturales.
- b) Funcionalidad, es decir satisfacer necesidades humanas.

Los objetos diseñados obedecen a acuerdos dialécticos entre la necesidad y la posibilidad, el término dialéctico se refiere aquí al de la relación dinámica entre la realidad y el sujeto que diseña.

La necesidad se refiere a la satisfacción o solución de una problemática, mientras que la posibilidad tiene que ver más con un

modelo económico, todo diseño se encuentra regido por las posibilidades económicas con las que se cuenta para llevarlo a cabo.

El modelo Diana se basa principalmente en factores económicos para organizar las variables que se derivan de la ubicación y el destino, los cuales conforman la demanda que se plantea al diseñador.

Lo que propone este modelo es un camino que permita realizar la propuesta de diseño.

Para configurar este modelo se tomaron en cuenta la existencia de tres entidades principales originan el problema de diseño:

- a) El usuario
- b) El ente cultural, que puede ser una persona moral o una empresa
- c) El diseñador

Como podemos observar, todo proceso de diseño debe contar con una metodología que permita al diseñador, obtener de una forma más rápida y segura, resultados satisfactorios y en la cual se tomen en cuenta tanto los factores internos como externos del proceso de realización del proyecto.

El empleo de un método de diseño adecuado, puede ahorrar mucho tiempo y dinero, que beneficia tanto al emisor de la demanda como al diseñador, además de facilitar el trabajo a este último que auxiliado por otros elementos aparte de su inventiva, criterio y conocimientos, puede dar una mejor solución al problema al que se enfrenta sin temor a errar.

4.7.1 Función del Método Diana

Todos los diseñadores deben basarse en un método en el cual sustente todos y cada uno de los elementos e incluso justificaciones que soportan el trabajo elaborado.

Independientemente del Método de Diseño y el tipo de proyecto, esta metodología ayuda al Diseñador a darle forma al proyecto en los siguientes aspectos:

- 1.- Configurar *la forma* de los productos o proyectos a elaborar.
- 2.- Estos productos satisfacen *necesidades* que el cliente solicita y el Diseñador se propone resolver.
- 3.- Satisfacen (estos Productos) esas necesidades por medio de una cierta función.
- 4.- Para configurar estas formas funcionales, que satisfagan las necesidades, existen *métodos que guiarán al diseñador*.

Difícil es en ocasiones para el diseñador adecuarse y acostumbrarse a aplicar una metodología, o al menos apoyarse en algo que sustente nuestras creaciones. Los métodos son herramientas que ayudan a justificar una solución, más que un camino para llegar a ella. Para los diseñadores la líneas y colores son los signos que en diferentes porcentajes influyen en el Diseño, es configurar una forma y para ello se requiere de un lenguaje apropiado para su manejo, es por eso, que la maqueta o los bosquejos forman una parte importante en el Diseño.

Para poder considerar que una necesidad se convierte en una demanda, se debe considerar o identificar en ella su ubicación, su destino y la economía. La ubicación se refiere a la identificación del sitio específico en donde nace esta necesidad. El destino nos escribe cual es la finalidad que se persigue al satisfacerla, que destino y fin tendrá su solución. La economía considera los recursos necesarios para la realización en todos sus aspectos (intelectual, elaboración manual y de impresión); es decir tanto los humanos como los materiales. La constitución de una demanda solo es posible si podemos responder a las preguntas de donde, para que y con que, todas ellas surgen de una necesidad específica.

Para poder dar una solución satisfactoria a cualquier demanda, el diseñador debe considerar cinco niveles, estos son:

EL FUNCIONAL: En este considera la relación que tendrá el objeto y su uso (material e intelectual), tomando como base la necesidad principal y quien será el beneficiario de ella; por ello, es una de las respuestas de mayor importancia, ya que torna en la funcionalidad del objeto en su contexto. Es aquí donde se ubica el tipo de formato de acuerdo al uso que tendrá y el tipo de libro didáctico de trabajo.

EL AMBIENTAL: En el se puede hablar de una relación funcional entre el objeto diseñado y su ambiente; por ejemplo, existen factores

ambientales que disminuyen la funcionalidad de objetos, aun cuando resuelven una necesidad, se ven alterados por factores externos; como la temperatura, humedad, etc.; estos se deben de tomar en cuenta; aunque parezca un poco raro, pero en algunos casos el almacenaje o mal uso del papel si no es el adecuado, desmerece la presentación del material. Como su nombre lo dice se referirá a la duración, exposición y resistencia al medio ambiente.

EL ESTRUCTURAL: Como su nombre lo describe, se refiere a la estructura del mismo objeto, debe de tomarse en cuenta la vigencia de la necesidad y la permanencia del mismo objeto en buenas condiciones; es decir, el objeto que satisface la necesidad se elabora con ciertos materiales que contribuyen a la buena conservación física, dando un buen funcionamiento y durabilidad al mismo. Dentro de este punto se enfatiza la calidad del papel y esta contará tanto la parte externa de las páginas como las de la cubierta-

EL CONSTRUCTIVO: Aquí se engloban todos los problemas referentes a los medios de producción, es decir, planear proyectos que resulten aptos para su realización, de lo contrario no hacer publicaciones que resulten ser más complicadas de lo que se esperaban. Considerando lo anterior se plantea las dos partes importantes: el diseño Editorial y el Proceso Editorial; en el primero se abarca desde el proceso de planeación de papel, formato, diagramación, compaginación, color, tipo e imagen. La segunda abarca desde el momento que se entrega el original para su fase final. La impresión, imposición, encuadernación y acabado.

EL EXPRESIVO: Un nivel abstracto, abarca las soluciones que no provienen de alguna respuesta lógica ni legal; por consecuencia, son soluciones meramente estéticas y creativas, que se manifiestan cuando se han resuelto los niveles anteriormente mencionados. Este se puede resumir en la imagen global que el libro, aquí se mostrara la creatividad que el diseñador aporta para el mejoramiento del mismo, dando soluciones gráficas funcionales al propósito de un libro didáctico.

Como menciona Olea " ...la funcionalidad y la ambientalidad corresponden al uso, y que la estructuralidad y la constructividad corresponden a la realización del objeto; sin embargo, la expresividad aparece como algo inherente a la forma, independiente del grado de determinación que hayan tenido los otros cuatro

niveles"²⁵ .Es decir, la forma final de un objeto es resultado del conjunto de factores de uso y de realización.

Los niveles antes mencionados pueden ser útiles y adaptable en cualquier proyecto de diseño, ya que incluyen los elementos básicos que permiten la integración de juicios aceptables y una mayor aceptabilidad de los modelos o métodos de diseño.

Si llamamos F a la forma y:

Fu=funcionalidad

Am=ambientalidad

Est=estructurabilidad

Co=constructibilidad

Ex=expresividad

U=ubicación

D=destino

E=economía

Esta transformación opera por medio de evaluaciones y decisiones progresivas, las evaluaciones definen el nivel analítico del diseño y las decisiones de nivel propositivo; ambos se integran a través del enfoque que orientan las soluciones.

Este enfoque se mueve en su búsqueda de variaciones de diseño dentro de un universo lógico de 15 regiones, es decir, considerando los tres aspectos importantes que constituyen una demanda: U= ubicación (situación de la demanda), D= destino (propósito de la demanda), E= economía (recursos importantes para la demanda), estas a su vez se aplican dentro de la funcionalidad (Fu), ambientalidad (Am), estructurabilidad (est), constructibilidad (co) y expresividad (ex) como se muestra en el cuadro siguiente:

²⁵ Olea, Oscar, op cit, pag. 74

Demanda Uso Realización Semántica formal		U	D	E
	fu	fu U	fu D	fu E
	am	am U	am D	am E
	est	est U	est D	est E
	co	co U	co D	co E
	ex	ex U	ex D	ex E

Los resultados serían:

fu- es la forma que satisface un uso

am- es la forma capaz de regular la función y su entorno

est- es la forma permanente en razón del uso

co- es la forma realizable, y

ex - es la forma emotivamente satisfactoria

Para aplicar y encontrar respuestas a nuestra demanda, se emplean para la ubicación el conectivo en, para el destino el conectivo para y en la economía el conectivo con, esto queda como sigue.

Fu U: Am U: Est U: Co U: Ex U:	Diseño Editorial Ilustración Cubierta	...que satisface un uso en el... ...que regula la función y su entorno en el... ...permanente en el... ...realizable en el... ...emotivamente satisfactorio en el...	Instituto Conversa
Fu D: Am D: Est D: Co D: Ex D:	Diseño Editorial Ilustración Cubierta	...que satisface un uso para el propósito del... ...capaz de regular la función y su entorno para el propósito del... ...permanente para el propósito delrealizable para el propósito delemotivamente satisfactoria para el propósito del...	Libro Introdutorio Al idioma Inglés
Fu E: Am E: Est E: Co E: Ex E:	Diseño Editorial Ilustración Cubierta	...que satisface un uso con los recursos impuestos por el... ...capaz de regular la función y su entorno con los recursos impuestos por el... ...permanente con los recursos impuestos por el... ...realizable con los recursos impuestos por elemotivamente satisfactorio con los recursos impuestos por el...	Instituto Conversa

Fu: Funcionalidad

Est: Estabilidad

Am: Ambientalidad

Co: Constructividad

Ex: Expresividad

Fig. 33 Parámetros calificativos de las variables obtenidas

Esta tabla pretende encontrar una forma adecuada a cada uno de los aspectos de la demanda.

Con esto, se obtienen respuestas a los cinco niveles surgidos de la demanda.

Observemos que el área semántica ahora nos ofrece un panorama analítico más detallado del proyecto, y nos dará a conocer posteriormente las Alternativas para resolverlo con mejor precisión.

Uno de los tantos modelos que existen para el diseño Gráfico es el llamado DIANA, y nos permite:

1. Organizar la estructura de la demanda
2. Definir su enfoque o estrategia de diseño
3. Establecer los niveles propositivos y decisiones
4. Operar con rapidez en la búsqueda de soluciones posibles y su optimización posterior
5. Regular todo el proceso lógico del diseño permitiendo abordar con relativa facilidad y alta complejidad de carácter interdisciplinario.

El método nos ayuda a identificar la *ubicación*: Instituto Conversa, requiere de la satisfacción de su necesidad gráfica.

Su *destino* es el rediseño total del libro introductorio.

En el aspecto *económico* se divide en 3 partes principales que son :

- El diseño Editorial el cual abarca la solución del libro a dos tintas.
- Comprende la parte ilustrativa esta depende del tipo de papel que se aplica para su elaboración y la técnica, obviamente apoyada en el tipo de impresión que se hará, procurando no perder la calidad de las mismas ilustraciones.
- Por ultimo abarca la realización de la cubierta basándose en el tipo de papel y técnica a realizar.

4.7.2 Aplicación del Método Diana al proyecto de rediseño del libro.

Lo que se llama la configuración de la demanda es el primer paso en el desarrollo del método Diana, este inicia cuando el diseñador se pone en contacto con las principales fuentes de información y realiza

consultas que pueden ser de dos clases: a fuentes directas o a fuentes complementarias.

Las fuentes de información directa son aquellas relacionadas directamente con la necesidad, en este caso la Escuela de Inglés Conversa, de donde se obtuvo la información referencial. De la cual surge la necesidad de rediseño del concepto editorial en sus tres partes principales: diseño editorial, cubierta e ilustración, adecuándose al presupuesto establecido por el Instituto.

Las fuentes complementarias con aquellas que aunque no están vinculadas directamente al problema deben consultarse para tener un panorama más completo del mismo y considerando elementos más específicos, en este caso toda la información bibliográfica.

Dentro del desarrollo del rediseño es necesaria una complementación teórica que involucra la realización de un libro didáctico dirigido a la enseñanza del idioma inglés, en donde su diseño editorial, cubierta e ilustración, deben cubrir ciertos parámetros editoriales.

De esta manera la estructura de la demanda se integra como se muestra en el siguiente cuadro:

ESTRUCTURA DE LA DEMANDA

UBICACIÓN	DESTINO	ECONOMIA
Instituto Conversa	Rediseño de libro Introdutorio al Idioma Ingles en cuanto a: -Diseño Editorial -Ilustración -Cubierta	Proyecto realizable de acuerdo al presupuesto establecido por el cliente

Fig. 34 Tabla de organización de información

Estos puntos nos ayudan a identificar de manera objetiva de dónde surge el problema, cuál es el objetivo y con qué presupuesto se cuenta para llevar a cabo el proyecto.

La información obtenida de las fuentes directas y complementarias debe ser organizada y ordenada para que nos sea útil,

independientemente del método que se emplee la ordenación se encamina a dos propósitos:

Clasificación de datos, con intención de integrar los términos de definición de ubicación, destino y economía.

Distinguir de entre tales unidades de información, cuales son constantes y cuales variables, es decir, cuales términos de la demanda son legales (inmodificables), en cuyo caso "ya están diseñados" y se puede partir de ellos para ver cuales de ellos admiten alternativas de solución.

A continuación, debemos definir las *unidades comprensivas* que nos darán a conocer las Constantes y Variables, que nos ayudarán a seguir delimitando la solución del proyecto.

Las unidades comprensivas abarcan los puntos importantes a considerar en el desarrollo del proyecto, los cuales son:

- Un libro de Inglés que necesita un rediseño determinado por un presupuesto estipulado y el círculo social al que se dirige, estas son las constantes inmodificables del proyecto
- Diseño editorial, ilustración y cubierta son constantes por que se parte de ellos para la realización del diseño y a su vez son variables ya que nos permiten dar alternativas de solución.

Esto se muestra en el siguiente cuadro:

UNIDADES COMPRESIVAS	K	V	U	D	E
Libro de Inglés	K1		✓		
Economía	K2				✓
Clase media	K3			✓	✓
Diseño Editorial	K4	VA	✓	✓	✓
Ilustraciones	K5	VB	✓	✓	✓
Cubierta	K6	VC	✓	✓	✓

*Constante (k): No tiene alternativa a cambios.

*Variable (v): Ofrece más alternativas.

Fig. 35 Cuadro de determinación de las unidades comprensivas

La finalidad de esta tabla es para poder discernir entre cuales son términos constantes y cuales variables y poder unificarlos como problemas de ubicación, destino y economía en cada caso.

En este caso nuestras variables más importantes serán: Diseño Editorial (V4), Ilustración (V5) y Cubierta (V6), las demás influyeron en el desarrollo del libro pero de manera indirecta, aunque son las que sugieren el cambio, no forman parte directa en la elaboración del libro. Por lo tanto K1, K2 y K3, quedarán eliminadas por el momento de la tabla, mas no del proyecto.

En las tablas que se presentan a continuación, se hace un análisis para cada variable que ya se identificó mediante el proceso anterior, a cada una de estas le corresponderá un número de alternativas, las cuales se nombrarán o identificarán en el área del Diccionario, cada alternativa es dependiente de la variable en la que se ubica y estas a su vez tienen una probabilidad de elección, es decir, cada una de estas tiene cierta prioridad o grado de funcionalidad para la realización del proyecto, todo esto considerando la información recabada con anterioridad respecto a cada una de las variables. Esto nos ayudará para realizar una depuración de todo lo que, en cuanto a información se refiere, se tiene acerca del desarrollo de cada parte del proyecto.

Por lo que al Diseño Editorial corresponden las siguientes alternativas:

- Diagramación: red ternaria, modular y tipográfica
- Compaginación: revista, libro de texto, libro novela
- Color: blanco y negro, dos tintas y CMYK
- Tipografía: palo seco, patines y cursiva
- Impresión: offset, serigrafía y lasser
- Acabado: rústico, holandesa y engargolado
- Papel: bond, cultural y couché
- Formato: carta (A4), oficio y doble carta
- Imagen: realista y caricatura

Las alternativas que corresponden a Ilustración son:

- Ilustración: simbólica y realista

- **Técnica:** tinta china/gouache y lápiz
- **Papel:** ilustración y fabriano
- **Acabado:** línea y medio tono

Para cubierta son:

- **Cubierta:** tipográfica, de imagen y de red
- **Subtipos:** simple y doble
- **Color:** dos tintas, duotono blanco/negro y CMYK
- **Papel:** cartulina, couché y kromecote
- **Encuadernado:** rústica, holandesa y engargolado

UBICACIÓN					DESTINO					ECONOMÍA					VARIABLES	ALTERNATIVAS	FACTORES ACUMULATIVOS	PROBABILIDAD DE ELECCIÓN	RESTRICCIONES LÓGICAS	DICCIONARIO
Funcionalidad	Ambientalidad	Expresividad	Estabilidad	Constructibilidad	Funcionalidad	Ambientalidad	Expresividad	Estabilidad	Constructibilidad	Funcionalidad	Ambientalidad	Expresividad	Estabilidad	Constructibilidad						
✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	>					DISEÑO EDITORIAL
															A1		.036		RED TERNARIA	
															A2		.018		MODULAR- TIPOGRÁFICA	
															A3		.054		TIPOGRÁFICA	
															A4		.018		REVISTA	
															A5		.054		LIBRO DE TEXTO	
															A6		.036		LIBRO NOVELA	
															A7		.018		BLANCO Y NEGRO	
															A8		.054		2 TINTAS	
															A9		.036		CMYK	
															A10		.036		PALO SECO	
															A11		.036		PATINES	
															A12		.054		CURSIVA	
															A13		.054		OFFSET	
															A14		.018		SERIGRAFÍA	
															A15		.036		LASER	
															A16		.054		RÚSTICA	
															A17		.018		HOLANDESA	
															A18		.036		ENGARGOLADO	
															A19		.054		BOND	
															A20		.018		CULTURAL	
															A21		.036		COUCHÉ	
															A22		.054		A4 (CARTA)	
															A23		.036		OFICIO	
															A24		.018		DOBLE CARTA	
															A25		.018		REALISTA	
															A26		.036		SIMBOLICA	
																	0.936			

Fig. 36 Formulario de Método Diana para la determinación de requerimientos formales para cada variable de diseño

UBICACIÓN					DESTINO					ECONOMÍA					VARIABLES	ALTERNATIVAS	FACTORES ACUMULATIVOS	PROBABILIDAD DE ELECCIÓN	RESTRICCIONES LÓGICAS	DICCIONARIO
Funcionalidad	Ambientalidad	Expresividad	Estabilidad	Constructibilidad	Funcionalidad	Ambientalidad	Expresividad	Estabilidad	Constructibilidad	Funcionalidad	Ambientalidad	Expresividad	Estabilidad	Constructibilidad						
✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	B				ILUSTRACIÓN	
															B1	.166		SIMBÓLICO		
															B2	.083		REALISTA		
															B3	.166		TINTA CHINA Y GOUACHE		
															B4	.083		LÁPIZ		
															B5	.166		FABRIANO		
															B6	.083		ILUSTRACIÓN		
															B7	.083		LÍNEA		
															B8	.166		MEDIO TONO		
																.996				
✓	✓	✓	✓	*	✓	✓	✓	✓	✓	*.	✓			*	C				CUBIERTA	
															C1	.083		TIPOGRÁFICA		
															C2	.041		DE IMAGEN		
															C3	.125		DE RED		
															C4	.041		SIMPLE		
															C5	.083		DOBLE		
															C6	.125		2 TINTAS		
															C7	.083		DUOTONO B/N		
															C8	.041		CMYK		
															C9	.083		KROMECOTE		
															C10	.041		CARTULINA COUCHE		
															C11	.125		RÚSTICA		
															C12	.041		HOLANDESA		
															C13	.083		ENGARGOLADO		
																.995				

Fig. 37 Formulario de Método Diana para la determinación de requerimientos formales para cada variable de diseño

Con estas tablas se pretende definir cual de las diversas alternativas propuestas por el diseñador e investigadas con anterioridad satisface (l menos teóricamente) la mayor cantidad de factores de la demanda y ubicar de la misma manera las “debilidades” o carencias de las mismas.

En el llenado de la tabla deberá irse señalando cual o cuales de los 15 requerimientos formales tiene sentido para cada variable dentro de la ubicación, destino y economía, considerando la información que se desprende de la tabla de la fig. *

El uso de la información obtenida es de gran utilidad y con ello puede delimitarse cuales son los aspectos más importantes que debe cubrir el rediseño y aún descartar o modificar las propuestas hasta este momento realizadas.

4.7.2.1 PROBABILIDADES DE ELECCION

Estas probabilidades se establecen de acuerdo a una equivalencia que corresponda a un mayor porcentaje de solución al proyecto.

En el Diccionario manejamos las alternativas posibles para realizar el proyecto. Cada variable deberá proponer más de una alternativa para tener más opciones, en caso de que la principal no se pueda llevar a cabo.

Cada alternativa deberá asignársele un numero que lo califique según el orden de importancia a partir del 1 (ascendente) hasta el número de alternativas que se manejen (descendente). Posteriormente se invertirá el orden de las alternativas.

Una vez que se tengan los valores invertidos, éstos se dividirán entre la suma total de las alternativas. Ejemplo:

Para la variable A, se tienen 26 alternativas:

1 A ¹ 3	1 A ¹³ 3	1 A ²² 3
2 A ² 2	3 A ¹⁴ 1	2 A ²³ 2
3 A ³ 1	2 A ¹⁵ 2	3 A ²⁴ 1
3 A ⁴ 1	1 A ¹³ 3	1 A ²⁵ 1
1 A ⁵ 3	3 A ¹⁴ 1	1 A ²⁶ 1
2 A ⁶ 2	2 A ¹⁵ 2	
3 A ⁷ 1	1 A ¹⁶ 3	
1 A ⁸ 3	2 A ¹⁷ 2	
2 A ⁹ 2	3 A ¹⁸ 1	
1 A ¹⁰ 2	1 A ¹⁹ 3	
1 A ¹¹ 2	2 A ²⁰ 2	
2 A ¹² 1	3 A ²¹ 1	

Al sumar los resultados finales se obtiene el factor divisible: 55.

3 / 55 = 0.054 Modular, Áurea, Tipográfica

2 / 55 = 0.036

1 / 55 = 0.018

3 / 55 = 0.054 formato carta

2 / 55 = 0.036

1 / 55 = 0.018

1 / 55 = 0.018

3 / 55 = 0.054 2 tintas

2 / 55 = 0.036

1 / 55 = 0.054 Ilus. Realista

1 / 55 = 0.054 Ilus. Simbólica

3 / 55 = 0.054 libro de texto

2 / 55 = 0.036

1 / 55 = 0.036

1 / 55 = 0.018

3 / 55 = 0.054 2 tintas

2 / 55 = 0.036

2 / 55 = 0.036 patines

2 / 55 = 0.036 palo seco

1 / 55 = 0.018

3 / 55 = 0.054 impresión offset

$$1 / 55 = 0.018$$

$$2 / 55 = 0.036$$

$$3 / 55 = 0.054 \text{ rustica}$$

$$1 / 55 = 0.018$$

$$2 / 55 = 0.036$$

La variable B, tiene 8 alternativas: (B1 -B2), (B3 -B4), (B5 -B6) (B7 -B8); están conformadas en grupos ya que se refieren aun mismo tema, así que se descartan de la siguiente manera:

B1. 1-2

B2: 2-1

B3: 2-1

B4: 1-2

B5: 2-1

B6: 1-2

B7: 2-1

B8: 1-2

Al sumar los resultados finales se obtiene el factor divisible: 12.

$2/12 = .166$ Estilo simbólico

$1/12 = .083$

$1/12 = .083$

$2/12 = .166$ Técnica lápiz

$1/12 = .083$

$2/12 = .166$ Papel ilustración

$1/12 = .083$

$2/12 = .166$ Medio Tono

La siguiente variable es la C, la cual tiene 13 alternativas: (C1 -C2-C3), (C4-C5), (C6-C7-C8) (C9-C10),(C11-C12-C13); están conformadas en grupos ya que se refieren aun mismo tema, así que se descartan de la siguiente manera:

C1:2°-2

C2:3°-1

C3:1°-3

C4:2°-1

C5:1°2

C6:1°-3

C7:2°-2

C8:3°-1

C9:1°-2

C10:2°-1

C11:1°-3

C12:3°-1

C13:2°-2

Al sumar los resultados finales se obtiene el factor divisible: 24

$2/24 = .083$

1/24=.041

3/24=.125 Cubierta de red

1/24=.041

2/24=.083 Cubierta doble

3/24=.125 2 tintas

2/24=.083

1/24=.041

2/24=.083 kromecote

1/24=.041

3/24=.125 Acabado Rústico

1/24=.041

2/24=.083

Los resultados más altos definen las opciones con que se trabajará el proyecto. Si en algún momento se cambia de parecer se procede a tomar la siguiente opción.

De ésta manera el método Diana ofrece la posibilidad de determinar (en base aun estudio previo del proyecto) las alternativas más viables para la realización de cualquier proyecto, sin temor a errar durante el desarrollo de éste. Nos permite un llevar un orden lógico en cada fase del proyecto, además de ofrecer más posibilidades de elección en caso de no funcionar la alternativa seleccionada, con seguridad y rapidez.

CAPITULO 5

5 Desarrollo del proyecto

El proyecto surge por la necesidad del Instituto Conversa de rediseñar sus libros, ya que los que actualmente utilizan son fotocopias de otros y además su estructura y contenido debe ser actualizado y ordenado. En cuanto a la cubierta, esta fue realizada por uno de los propietarios del Instituto, a quien le agradó la idea de utilizar un clipart de un planisferio e integrarle la palabra inglés escrita en varias lenguas, la cubierta original es la siguiente:

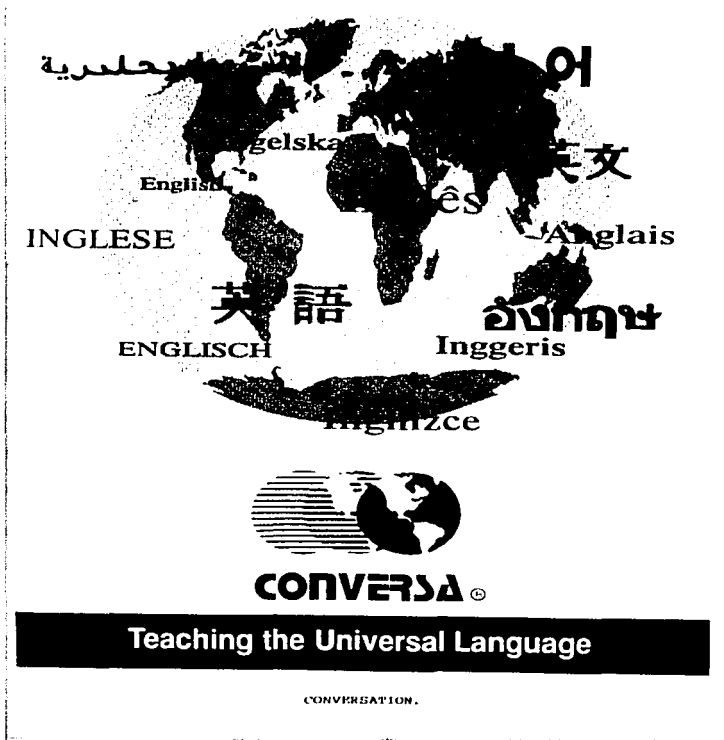


Fig. 38 Cubierta original de los libros del Instituto
Conversa

Como podrá observarse, la cubierta original carece de una adecuada composición, además el hecho de que aparezca la palabra inglés escrita en diferentes idiomas puede confundir al usuario o alumnos, esto no parece indicar que sea un libro de inglés, sino un libro de idiomas.

Este proyecto de rediseño de libros cuenta con tres partes: diseño editorial, ilustración y cubierta. El diseñador que lleva a cabo del diseño editorial es el encargado de coordinar el proyecto en cuanto a:

Tiempos de entrega: los tiempos de entrega deben especificarse de modo que el equipo de trabajo termine todo a tiempo.

Debe establecer fechas de entrega con tiempo extra, sobretodo para la fase de bocetaje.

Costos: cada área de diseño tiene retribuciones diferentes que deben considerarse para el desarrollo del proyecto.

Después de revisar el libro y de conversar con los propietarios del Instituto e intercambiar algunos puntos de vista, intereses e información acerca de la imagen que buscan proyectar, se comenzó con el trabajo de la cubierta.

5.1 Aplicación de los íconos-índices en el libro introductorio

Como se ha mencionado ya en el capítulo 3 de la presente tesis, la enseñanza del idioma inglés debe cubrir 4 habilidades básicas, leer, hablar, escuchar y escribir.

Dentro de los libros, de acuerdo con las lecciones que se van cubriendo, se procura que se cumplan dichas habilidades.

Además de las lecturas, dentro de la enseñanza del idioma se maneja el uso de audio cassettes e incluso de videocasetes en los que se muestran diálogos entre personajes, esto con la finalidad de que los alumnos tengan un acercamiento con la adecuada pronunciación de las palabras.

Para indicar en que momento se deben escuchar los cassettes, se implementa dentro del libro un sistema de señalización, es decir, se generan una serie de signos que permiten a los alumnos saber en que momento se emplea el material de apoyo y en que momento deben realizar otro tipo de actividad.

Por ser el inglés un idioma que se desconoce parcial o totalmente por parte de los alumnos, es necesario emplear dentro de los libros la

señalización que le permita al alumno comprender lo que se debe hacer en cada lección o apartado del libro sin que necesariamente comprenda las indicaciones que vienen en inglés, por eso la manera más efectiva de hacerlo es mediante iconos que fácilmente se puedan identificar y que no representen ningún obstáculo para el usuario del libro.

Debido a que la carga de trabajo para del Diseño Editorial es bastante, el desarrollo de la señalización la llevará a cabo la diseñadora encargada de las Cubiertas de Libros, esto con la finalidad de hacer más rápido el trabajo.

En el caso del libro Introdutorio, las acciones que se pretende generar en los receptores son las de escuchar, leer y escribir, es decir, que en ciertos ejercicios se deben escuchar cassettes y después en el libro seleccionar, escribir o completar los ejercicios que se generan de las conversaciones que se escucharon, en otros casos, después de la lectura de algún fragmento de texto se debe resolver algún otro tipo de ejercicio relacionado con la lectura, pero para lograr que el receptor identifique con facilidad los signos que se empleen, deben tener un alto grado de iconicidad, estamos hablando de que los signos que se emplearan son en realidad índices-iconos.

Los índices-iconos que se proponen son, para escuchar un cassette, esto debido a que el instrumento reproductor con el que se cuenta en el salón de clases es una grabadora, en ella es factible escuchar los cassettes, podría proponerse un disco compacto, pero debido a que estos materiales son más costosos y su reproducción requiere de otro tipo de instrumentos, no resulta costeable para la institución ni tampoco representativo ni fácil de relacionarse con la actividad que se sugiere para los libros, puede provocar cierta confusión para el receptor. El resultado de la elección fue el siguiente:

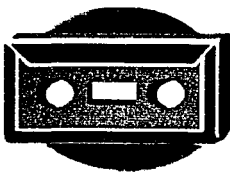


Fig. 39 Índice-ícono propuesto para la actividad de escuchar un audio casete

La atracción de la atención del receptor es inmediata, con la ayuda del círculo de fondo que se aplica al índice-ícono e

indiscutiblemente el grado de iconicidad es alto, mantiene varias semejanzas con el objeto que representa.

Para las secciones de relación, escritura y completar, se propone un lápiz, el principal motivo por el que se sugiere este es que al llenar los espacios vacíos, si estos se llenan con lápiz, en caso de existir algún error es posible borrar y escribir correctamente las respuestas, siendo que si se pusiera por ejemplo una pluma, al llenar esos espacios, sería imposible realizar correcciones y el aspecto final de los libros sería sucio y desagradable. Como además estamos hablando de un idioma del cual desconocemos la escritura de varias de las palabras, o simplemente el usuario se encuentra en proceso de aprendizaje es factible que existan errores de escritura. El resultado de la propuesta es el siguiente:

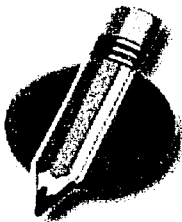


Fig. 40 Icono-índice propuesto para la actividad de completar o escribir

La representación de un libro abierto es el siguiente icono, este fue seleccionado debido a que un libro abierto invita a la lectura, esa es la intención que persigue el que el icono se encuentre en algún determinado lugar del libro, el de leer ese apartado. El resultado de esta propuesta es el siguiente:

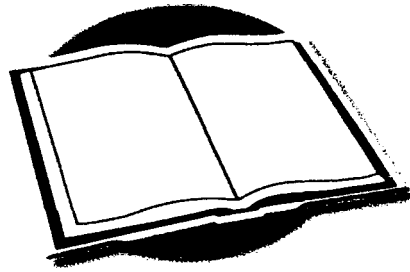


Fig. 4.1 Icono-índice propuesto para la actividad de leer

5.2 Método de reproducción, formato y elección de papel.

En primer lugar es importante saber el método de reproducción que se empleará y el número de tintas que pueden emplearse, ya que esto es de suma importancia en el resultado final de la cubierta.

Debido a que el presupuesto es limitado, solamente se emplearán máximo dos tintas, aunque esto es un limitante, la impresión a dos tintas puede enriquecerse con el uso de medios tonos o semitonos, con lo cual, para cada color se utiliza una pantalla de puntos con diferentes porcentajes de pigmento, estos al imprimirse juntos crean diferentes efectos.

El método de impresión que se utilizará es el offset, debido a que la cantidad de impresiones que se requirieran es alto y la calidad que se pretende obtener es elevada, por el uso de medios tonos.

Otra cuestión importante para comenzar con el desarrollo de la cubierta es conocer el formato que tendrá el libro para iniciar el bocetaje al tamaño real y poder organizar adecuadamente la composición.

El formato del libro es de 21.5 x 28 cm, es decir, la medida de las páginas del libro.

Se resolvió que la cubierta sea doble, principalmente por funcionalidad, para fines de identificación de los libros, ya que tanto

la cubierta como la contracubierta nos darán información acerca del libro de que se trata, ya sea por el color, por texto o por los elementos compositivos que se integren en ella, además de que este tipo de cubiertas causan un impacto visual más elevado y hacen atractivos a los libros.

Cuando los libros son portados o transportados por los alumnos, funcionan como un medio de publicidad para la Institución, por ello es importante que tanto la cubierta como la contracubierta nos refieran a donde pertenecen y de esta manera despierten el interés de otras personas por conocer un poco más de la Institución o de la proveniencia del libro.

La cubierta puede ser en mancha, con márgenes o a sangre.

La primera se adecua al tamaño de la mancha tipográfica que se está utilizando en el interior del libro, la composición de la cubierta se ajusta a ella.

La cubierta con márgenes debe tener estos con una medida de entre uno y tres centímetro por cada lado.

La cubierta a sangre, es decir, la que ocupa la dimensión total del libro es la que se emplea con mayor frecuencia actualmente, por ello se determinó que este será el tipo de cubierta que se desea obtener, ya que uno de los principales mensajes que desea transmitir la Institución es el de estar actualizados, no solo en cuanto al material que ofrecen, sino en cuanto al contenido de sus temarios, además por que el espacio a resolver es más amplio y no limita al diseñador.

En el caso de estas cubiertas hay que considerar unos 3 mm más por cada lado, para que al momento de hacer los cortes con la guillotina, quede dentro de la cubierta el diseño completo sin que queden espacios blancos o se pierda parte de la composición.

A las dimensiones del libro se le deben agregar 5 mm de cada lado, ya que la cubierta será a sangre.

El libro tendrá ___ páginas, por lo cual debemos considerar un lomo de 5mm y 1mm de cada lado de este por los suajes de doblez que se necesitan.

La cubierta a elaborar medirá:

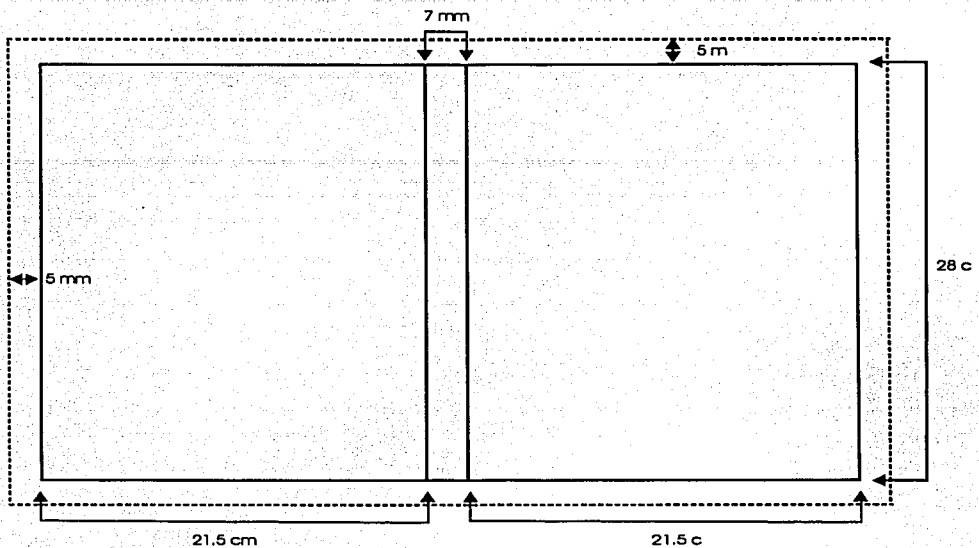


Fig. 42 Dimensiones del formato con el que se trabaja para la creación de la cubierta

Ancho: $21.5 + 21.5 + .7 + 1 = 44.7$ cm

Alto: $28 + 1 = 29$ cm

Estas son las dimensiones del formato sobre el que se va a diseñar considerando los rebases y el lomo.

Ahora hay que seleccionar las retículas o estructuras sobre las que trabajaremos, esto con la finalidad de lograr composiciones armónicas y tener un soporte que nos ayude a ubicar con mayor facilidad los objetos.

La Divina Proporción, llamada también Regla de Oro, proporción terciaria o regla de terceros, nos puede ser de gran utilidad como podemos observarlo en el capítulo 3. En el caso de la presente tesis el uso de esta nos ayudará a generar cubiertas con características que nos permitan identificar que los libros pertenecen a la misma serie.

La retícula que se empleará resulta de la obtenida de acuerdo con el sistema de Van Der Graff, que consiste en la división del formato en cifras que sean múltiplos de 3, es decir, 9,12,15,18,21, a mayor cantidad de divisiones, mayor control y manejo del espacio. Esta retícula, también se empleo en el interior del libro, así que se encuentran relacionados tanto el interior como el exterior del libro (fig. 43).

El papel que se empleará para la impresión es el Kromecote, pertenece a los papeles estucados, debido a que se les aplica una capa de caolín y sales, son papeles muy lisos que de acuerdo con el impresor es el adecuado para la cubierta, en cuanto a resistencia y manejo al momento de imprimir, además de brindar la posibilidad de que no se pierda detalle en la impresión, sobretodo si se trabaja con pantallas para generar los medios tonos. La medida de este papel es de 70 x 95, por lo cual, es posible obtener 4 cubiertas por pliego. El grosor adecuado del papel es de 16 puntos, ya que de ser más grueso, puede deteriorarse al momento de hacer los suajes de doblez del lomo.

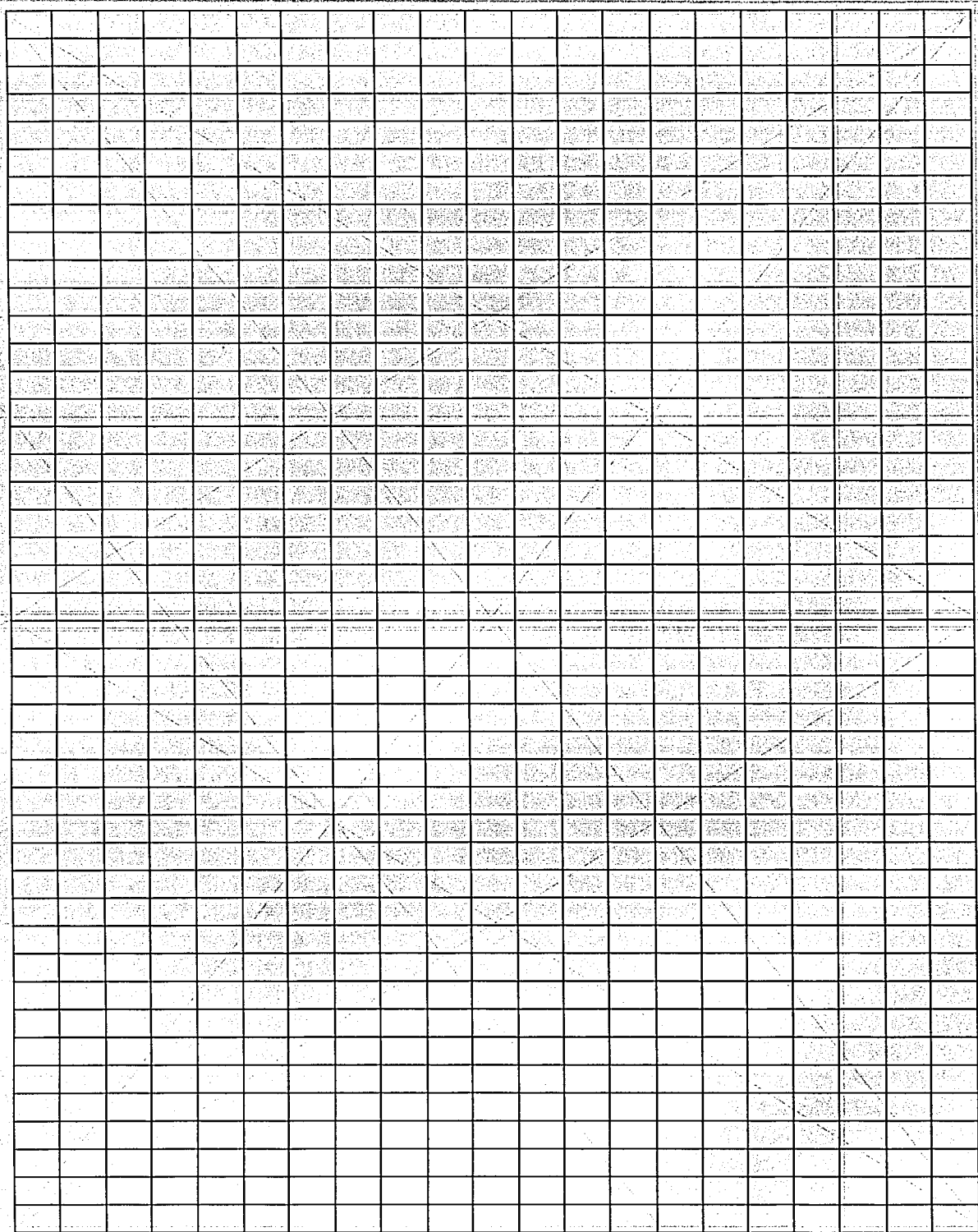


Fig. 43 Red empleada en el diseño de cubiertas

5.3 Propuestas de cubierta

Después de realizar una amplia investigación acerca del Instituto, sus necesidades, las posibles soluciones y los elementos compositivos que pueden emplearse, de acuerdo con el cliente y las sugerencias hechas, se comienza con el proceso de bocetaje, durante el cual pueden surgir infinidad de ideas y propuestas, deben revisarse objetivamente y someterlas a evaluación del cliente para obtener mejores resultados.

El cliente sugiere que se conserve la idea del mundo.

Los factores primordiales que deben tomarse en cuenta para la elaboración de las cubiertas son:

1. *El carácter de la obra (género, estilo, corriente y público receptivo)*: dirigidas a público de edades entre los 15 y 25 años, los libros tienen finalidad didáctica, de enseñanza.
2. *Grafismo o motivo gráfico*: el principal motivo gráfico es el logotipo de la Institución.
3. *Tipografía (elección de la familia, fuente y variables)*: los libros deben tener el nivel, número de libro y dirección de su página de internet, esta información debe jerarquizarse.
4. *Color*: el color expresará tanto el carácter del libro como el avance o progresión en el aprendizaje, es decir, los niveles.

También es importante considerar que existen características que determinan la adquisición de un libro, estas son:

1. El contenido
2. Interior (ilustraciones)
3. Editorial
4. Nivel persuasivo de secreto, intimidad o atención
5. Autor
6. Por accidente o espontaneidad
7. Precio

8. Obligación
9. Escala, tamaño
10. Número de páginas
11. Tamaño de la letra (interlínea, intertipo y espacios)
12. Por la referencia
13. Moda, estereotipo, momento
14. Calidad del acabado
15. Lugar donde está a la venta
16. Idioma
17. Promoción o publicidad comercial
18. Número de ediciones
19. Diseño y diagramación
20. Necesidad personal o profesional
21. Por recomendación
22. Por compromiso
23. Por gusto y placer
24. Para completar la colección
25. Por tiraje de impresión
26. Por edición discontinuada
27. Por historia (antigüedad)
28. Por búsqueda o convicción
29. Atención de imagen o vanidad
30. Título subliminal
31. Por morbo
32. Por ser un libro de arte raro o inédito y propositivo
33. Por pasatiempo

Estas variables es importante considerarlas, ya que en cualquiera de ellas puede estar la clave del diseño que se debe manejar para cada libro, por ejemplo, cuando sabemos que el autor tiene mucho peso para la publicación, pues podemos valernos del nombre del autor y hacerlo notar y sobresalir del resto de los elementos para que el libro llame la atención, aunque tal vez el tema no sea muy interesante, en

otros casos, tal vez el tema sea lo más fuerte del libro, en cuyo caso debe hacerse resaltar este dentro de toda la composición para que la gente interesada en el tema tenga más rápido y fácil acceso a este, aunque el autor sea desconocido para ellos, lo importante es tener conocimiento del libro, del autor, el tema, si ya existen ejemplares a la venta, es importante observarlos y estudiarlos y ver que posibilidades de modificación presenta, como en el caso de los libros de Inglés que se están diseñando.

Finalmente las características que deben presentar las cubiertas son:

- a. Atractivo visual, belleza y estética
- b. Color
- c. Composición
- d. Tamaño
- e. Legibilidad del texto
- f. Impacto
- g. Economía
- h. Motivo Gráfico
- i. Sistema de impresión
- j. Referencia

Correspondientes estas a los niveles que deben contemplarse al momento de dar solución a una demanda:

FUNCIONALIDAD	AMBIENTALIDAD	ESTRUCTURABILIDAD	CONSTRUCTIVIDAD	EXPRESIVIDAD
- Tamaño - Legibilidad del texto	- Motivo gráfico - Referencia		- Sistema de impresión - Economía	- Atractivo visual, belleza y estética - Color - Composición - Impacto

Fig. 44 Cuadro de requerimientos formales de las cubiertas

5.3.1 Selección de elementos visuales

Como ya se tiene conocimiento del contenido del libro, los elementos que son importantes considerar son:

El *logotipo* es el elemento que se considera de mayor importancia en este caso, por que como se trata de una Institución que surge hace poco pero que carecía de una Imagen institucional sólida, lo que se pretende ahora es darla a conocer mediante sus libros en primer instancia, el logotipo es aquí un elemento primordial, por que es la imagen de la institución y se pretende que con esto se difunda rápidamente su existencia, pero que la imagen que el público observe sea la adecuada y que proyecte los intereses y aspiraciones de la Institución.

Si la gente comienza a interesarse o le llaman la atención los libros, ya sea por el diseño o el color, después de revisar el contenido y demás elementos, puede ubicar con facilidad nuevamente a la institución una vez que identifica su logotipo.

El *nombre o título y el número* del libro también son importantes, por que con ellos, los usuarios o personas interesadas en el aprendizaje del idioma, puede darse cuenta de que se cuenta con varios libros o niveles que demuestran el profesionalismo y calidad de la enseñanza que se brinda en la institución, pueden mostrarse mas interesados por este tipo de enseñanza.

La *página de Internet de la Institución*, también es importante, por ser una institución apenas en desarrollo, es bueno que la gente que observe los libros y que esté interesada en conocer un poco más de ella y de los servicios que presta, tenga acceso a este tipo de información por otros medios, tal vez después de obtener esta información se presente en las instalaciones para conocer más de cerca el ambiente, las instalaciones y los profesionales que ahí laboran y con los cuales se desenvolverá.

Además de estos elementos, puede emplearse otros que nos ayuden a enfatizar o destacar la imagen de los libros y de la Institución, como es el color.

Como en el caso del Instituto, se cuenta con varios niveles de enseñanza que son el libro introductorio, el nivel básico, el intermedio y el avanzado, será importante el manejo de color, ya que

psicológicamente los colores representan o se relacionan con ciertas cosas o conceptos que en este caso nos pueden ayudar.

Los colores que se están considerando emplear de acuerdo con su significado simbólico son:

El azul, para el nivel básico, el verde para el nivel intermedio y el violeta o púrpura para el nivel avanzado, esto se determinó de acuerdo con su connotación, a lo que cada color representa y con lo que se le asocia.

Los colores son muy importantes en el caso de las cubiertas, en primer lugar por funcionalidad, cuando los libros son de diferentes colores, es fácil identificar a que nivel de aprendizaje pertenece, incluso para el funcionamiento interno de la institución en el ámbito administrativo resulta de gran utilidad, al momento de la búsqueda y entrega del material para cada alumno que se integra, si los libros están agrupados por colores de acuerdo a cada nivel, resulta más sencilla su ubicación.

Para los alumnos, el color representara además del avance que van teniendo una cierta categoría o nivel respecto a los demás alumnos, lo que los motivará a seguir adelante con el aprendizaje para llegar al siguiente nivel.

5.3.2 Propuestas del libro introductorio

Después de analizar la importancia de cada uno de los elementos que deben conformar la cubierta, se comienza a bocetar, cada una de las propuestas que se generan se presentan al cliente para que las observe y seleccione las de su agrado, claro que se hace aquí consideraciones pertinentes por parte del diseñador para cada una de ellas y, sobre la idea que más le agrada, aún puede seguirse trabajando si se desea algún tipo de modificación.

No pude anularse completamente las ideas o propuestas del diseñador, ya que ellas se basan en una metodología e investigación previa que sustentan los diseños y que buscan en principio la solución del problema o demanda del cliente.

Las propuestas para las cubiertas son dos, una cubierta para el libro introductorio y otra para los siguientes 9 libros, en las cuales cambiará el nivel y número de libro, así como el color.

Para el libro introductorio (Introductory), por ser el primer libro al que tienen acceso los alumnos, se busca que sea muy atractivo, con pocos elementos, pero indiscutiblemente deben aparecer el logotipo de la Institución, el título del libro y la dirección de su página de

internet, además de estos pueden agregarse elementos que ayuden a enfatizar a los ya mencionados.

La selección de la tipografía es importante, existen 4 jerarquías tipográficas:

1. De ubicación o lugar
2. De familia, fuente o variable
3. De altura o fuerza de cuerpo (tamaño)
4. De color

Se considera que la fuente tipográfica debe ser la misma, enfatizando el título del libro ya sea mediante el empleo de mayúsculas, negritas, un puntaje alto o algún tratamiento gráfico especial. Para la dirección de internet, se sugiere un puntaje menor, sin que esto dificulte su lectura.

Las familias tipográficas que se consideran son las denominadas sans serif o paloseco en variable bold, debido a que el texto se encuentra en inglés, se pretende hacer más legible el texto, porque si su lectura se dificulta en principio por estar en otro idioma y a esto aumentamos que la familia tipográfica es ilegible, se pierde contacto o interés por parte del receptor, aunque en ocasiones las familias tipográficas de figuras caprichosas y rebuscadas son las que nos pueden atraer aún más.

La tipografía sans serif bold, presenta la posibilidad de calarse con fondos sin perder legibilidad o resaltar por sí sola al emplearse a color, sobre fondo blanco o en contraste con los colores de fondo, mientras que aquellas con patines o rasgos finos, pierden legibilidad al emplearse en los mismos casos.

Siguiendo las fases de trabajo que propone March Marion para el manejo de tipografía creativa, las propuestas que surgen son las siguientes:

INTRODUCTORY

www.conversa@.com.mx

INTRODUCTORY

www.conversa@.com.mx

INTRODUCTORY

www.conversa@.com.mx

INTRODUCTORY

www.conversa@.com.mx

Fig. 45 Propuestas tipográficas para las cubiertas

El logotipo es otro de los elementos de gran importancia en la cubierta, este será tratado de acuerdo con los demás elementos de la composición, modificando su tamaño y ubicación de acuerdo a la propuesta gráfica, pero principalmente procurando resaltarlo ya que es un indicativo importante de la Institución a la que pertenecen los libros.

En cuanto al color, para este libro introductorio existen dos sugerencias, manejarlo en blanco y negro o en el color del logotipo del Instituto, azul.

La sugerencia del blanco y negro, surge de la asociación del negro con la ausencia de color, el nivel introductorio representa la ausencia de conocimiento del idioma Inglés, por lo que sería viable el manejo de esta primer cubierta en blanco y negro, e incluso acentuar el logotipo manejándolo en su color original.

El color del logotipo es azul oscuro, este color puede emplearse para el libro introductorio, siendo el logotipo un elemento fundamentalmente asociativo, ayuda a que se institucionalicen los libros, el uso del color del logo refuerza esta asociación.

Los bocetos se presentan al cliente en ambos colores, para seleccionar cual se considera más agradable y pertinente, incluyendo todos los elementos antes mencionados.

Las propuestas 1 y 2 para el libro introductorio presentan franjas de color azul, tomando en cuenta las sugerencias del cliente, la tipografía que se emplea en ambas, busca suavizar un poco la rigidez de las franjas, estas pretenden simular las franjas de las banderas, asociando además el color azul con la bandera Estadounidense.

El logotipo se presenta en ambas cubiertas calado en la franja de la parte inferior, para contrastar y dar cierto realce a este. En la contracubierta lo encontramos en un tono más claro para no robar atención y por que sobre este se colocó el nivel del libro.

El mundo que se colocó en la cubierta se consideró por sugerencia del cliente, quien manifestó la inquietud de querer demostrar o hacer entender que es un idioma mundial, alrededor de este se colocó la leyenda del Instituto con la finalidad de generar movimiento en la cubierta, ya que las franjas la hacen demasiado estática, estas franjas generan equilibrio y simetría visual.

Aunque estas propuestas resultan agradables, surgió una tercer propuesta que captó inmediatamente la atención y que agradó al cliente, esta tiene franjas verticales con curvatura que genera sensación de movimiento, actividad, conservando la idea de las franjas de la bandera, solo que con movimiento ascendente. Aunque

son gruesas y se encuentran en simetría, la proyección de las sombras de estas, genera una sensación de profundidad, lo que sucede también con el título del libro y el logo de la institución, esto con la finalidad de visualizar la idea de que el inglés es un idioma que sobresale.

Las franjas en vertical, generan la sensación de firmeza, equilibrio (debido a su posición) y cierta pasividad, que se contrarresta con el ondulado de estas.

El diseño de este introductorio es distinto al de los demás, por que en este se manejan solamente las bases generales de todo el idioma y los demás representan niveles de avance progresivo dentro de el aprendizaje de el idioma, es como un libro extra dentro lo que se contempla en la enseñanza del idioma.

31

Introductory



Introductory



www.conversa.com.mx





91

INTRODUCTORY

INTRODUCTORY



Teaching the Universal
Language

www.conversa.com.mx





www.conversa.com.mx

INTRODUCTORY



Teaching the Universal
Language

Para llevar a cabo la elección de alguna de las cubiertas propuestas, se evalúan o consideran los siguientes aspectos:

	PROPUESTA 1	PROPUESTA 2	PROPUESTA 3
ATRACTIVO	x	x	✓
COLOR	✓	✓	✓
COMPOSICIÓN	x	x	✓
TAMANO	✓	✓	✓
LEGIBILIDAD DE TEXTO	✓	✓	✓
IMPACTO	x	x	✓
ECONOMÍA	✓	✓	✓
MOTIVO GRÁFICO	✓	✓	✓
SISTEMA DE IMPRESIÓN	✓	✓	✓
REFERENCIA	✓	✓	✓

Fig. 49 Cuadro de evaluación de las propuestas de cubierta para el libro introductorio

Después de realizar esta evaluación entre las 3 propuestas para la cubierta del libro Introdutorio, se consideró que la cubierta de la 3ª propuesta es la mas consistente en cuanto a las cualidades que presenta.

5.3.3 Propuestas de los niveles básico, intermedio y avanzado.

En el caso de las 9 cubiertas restantes, la propuesta gráfica es el manejo de una misma cubierta, solamente realizando cambios de color por nivel de libro y cambiando también el número y título del libro, la finalidad de que todos sean iguales, es la de mantener la imagen institucional, reforzarla y marcarla mediante el uso del color de acuerdo a la progresión en el aprendizaje.

Al manejar la misma cubierta para estos 9 libros se marca el hecho de que estos pertenecen a la misma serie y la misma Institución.

La progresión del color en cada nivel, también se relaciona con el avance del aprendizaje, la propuesta gráfica del color se hace por niveles; para el nivel básico se piensa emplear el color azul, que simboliza estabilidad, integridad, respetabilidad y formalidad, estas son cualidades que se desean manifestar, este primer nivel es la base de los otros, psicológicamente, el mensaje transmitido por el color es el adecuado, es motivante para el público interesado en el estudio del idioma.

Se propone que para los 3 libros del nivel básico se emplee el color azul y para ir marcando el nivel de avance, se manejen diferentes tonalidades de azul en cada uno de estos, del más claro para el primer libro de cada nivel al más oscuro para el último libro de cada nivel.

De la misma manera se emplearía el color en los otros dos niveles, empleando para el intermedio el color verde que simboliza juventud, lealtad, esperanza y que es un color transitivo; y para el nivel avanzado el color púrpura o violeta cuyo simbolismo es el de poder y prestigio, el prestigio que brinda el manejo del idioma Inglés.

Para reforzar el manejo del avance por niveles, la transición y el paso de uno a otro nivel, se generó mediante la estructura o red de base, una secuencia gráfica mediante el uso de plecas con movimiento en la parte superior e inferior de la cubierta y contracubierta, estas plecas son onduladas, lo cual se percibe como movimiento, el movimiento o paso de un lugar a otro, de un nivel a otro, se relaciona también además con las franjas de la bandera y su movimiento con el viento, el contraste de los colores sobre el blanco, favorece bastante a las cubiertas, también por ello en texto que se escribió en las plecas va calado en blanco para resaltarlo y no perder legibilidad.

La propuesta numero 1 para los 9 libros presenta también una pleca pero interrumpida y con movimiento, pero la interrupción de esta genera desconcierto y sensación de fragmentación, por lo cual no causa el mismo impacto que la propuesta número 2, que fue la que se eligió siguiendo los mismos parámetros de la otra cubierta.

A pesar de la sencillez del diseño, el color es un acento que capta perfectamente la atención, aún a distancia, el efecto de las cubiertas sigue siendo atractivo sobretodo por el movimiento de las plecas y la sensación de profundidad.

book 1

BASSIC

book 1
BASSIC

BASSIC book 1



www.conversa.com.mx

Teaching the Universal
Language

BASSIC book 1

BASSIC
book 1

www.conversa.com.mx

book 1

BASSIC



CONVERSA®

Teaching the Universal
Language

www.conversa.com.mx

BASSIC book 2

BASSIC
book 2

www.conversa.com.mx

book 2

BASSIC



CONVERSA®

Teaching the Universal
Language

www.conversa.com.mx

BASSIC
book 3

BASSIC
book 3

www.conversa.com.mx

BASSIC
book 3

BASSIC
book 3



CONVERSA®

Teaching the Universal
Language

www.conversa.com.mx

INTERMEDIATE book 4

**INTERMEDIATE
book 4**

www.conversa.com.mx

book 4

INTERMEDIATE



CONVERSA®

Teaching the Universal
Language

www.conversa.com.mx

INTERMEDIATE book 5

book 5

**INTERMEDIATE
book 5**

www.conversa.com.mx



CONVERSA®

Teaching the Universal
Language

INTERMEDIATE

www.conversa.com.mx

INTERMEDIATE book 6

INTERMEDIATE
book 6

www.conversa.com.mx

INTERMEDIATE
book 6



CONVERSA®

Teaching the Universal
Language

www.conversa.com.mx

ADVANCED book 7

**ADVANCED
book 7**

www.conversa.com.mx

book 7

ADVANCED



CONVERSA®

Teaching the Universal
Language

www.conversa.com.mx

Fig. 53 Propuesta #2 para las cubiertas de los 9 libros restantes (Aprobada), variante para nivel avanzado libro 7

ADVANCED book 8

**ADVANCED
book 8**

www.conversa.com.mx

book 8



CONVERSA®

Teaching the Universal
Language

ADVANCED

www.conversa.com.mx

ADVANCED book 9

**ADVANCED
book 9**

www.conversa.com.mx

book 9

ADVANCED



CONVERSA®

Teaching the Universal
Language

www.conversa.com.mx

	PROPUESTA 1	2
ATRACTIVO	x	✓
COLOR	✓	✓
COMPOSICIÓN	x	✓
TAMANO	✓	✓
LEGIBILIDAD DE TEXTO	✓	✓
IMPACTO	x	✓
ECONOMIA	✓	✓
MOTIVO GRAFICO	✓	✓
SISTEMA DE IMPRESIÓN	✓	✓
REFERENCIA	✓	✓

Fig. 60 Cuadro de evaluación de las propuestas de cubierta para los 9 libros restantes de la serie

CONCLUSIONES

A partir de la lectura de la presente tesis, podemos reconocer todos los elementos que intervienen en el proceso de diseño de las cubiertas de libros así como la importancia de el empleo de una metodología que nos permita organizar, seleccionar y aplicar la información que se recaba para poder dar una adecuada solución al problema de diseño en cuestión.

Durante el desarrollo de las cubiertas de libros para el Instituto Conversa, se pueden reconocer fácilmente todos los elementos y procesos que intervienen, así como la significativa diferencia entre los términos cubierta y portada.

El estudio detenido del proceso de la comunicación nos deja ver lo importante que este resulta al momento de comenzar a diseñar y nos ayuda a considerar varios aspectos comunicativos que refuerzan el mensaje del diseño.

Considero que con todo lo expuesto en la Tesis, podemos darnos cuenta de la gran cantidad de información y elementos indispensables en el desarrollo de las cubiertas de libros, que aunque parecen muy simples, tienen un gran contenido y consideraciones que deben encontrarse bien configuradas para transmitir adecuadamente el mensaje deseado, una imagen Institucional, en este caso del Instituto Conversa, pero resaltando ciertas características de esta que la hacen distinta a las ya existentes.

El diseño de cubiertas se integra no solo de imagen y color, sino de elementos que aunque a simple vista son imperceptibles, hay que ir mucho más allá para comprender todo lo que realmente está contenido en un diseño de cubierta, sobretodo los diseñadores, que como tales debemos conocer los principios básicos del diseño de este tipo, sus limitantes y ventajas, las posibilidades de diseño aún con esas limitantes y la resolución adecuada al problema planteado de acuerdo con los conocimientos que se tienen del tema.

BIBLIOGRAFÍA

1. Dondis, Donis Andrea, *"La sintaxis de la imagen"*, 4ª ed., G. Gili, Barcelona, 1982, 211 p.
2. Hurlburt, Allen, *"Publication design: a guide to page layout, typography, format and style"*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1976, 134 p.
3. Martínez de Sousa, José, *"Diccionario de tipografía y del libro"*, 4ª ed., Paraninfo, Madrid, 1995, 547 p.
4. McLean, Ruari, *"Manual de tipografía"*, Ed. Blume, S.L., 1987, 214 p.
5. Mulherin, Jenny, *"Técnicas de presentación para el artista gráfico"*, 2ª ed., G. Gili, México, 1993, 144p.
6. Müller, Josef-Brockman, *"Sistemas de retículas: un manual para diseñadores gráficos"*, Ed. A. Niggli, Teufen, Switzerland, 334 p.
7. Munari, Bruno, *"Diseño y comunicación visual"*, 6ª ed., G. Gili, Barcelona, 1980
8. Olea, O. y González Lobo, C., *"Análisis y Diseño lógico"*, Ed. Trillas, México, 1977, 147 p.
9. Ortiz, Georgina, *"El significado de los colores"*, 1ª ed., Ed. Trillas, México, 1992, 279 p.
10. Pastecca, *"Dibujando cubiertas de libros"*, Barcelona, Eds. Ceac., 1969, 149 p.
11. Prieto, Daniel, *"Diseño y Comunicación"*, UAM Xochimilco, Colección Ensayos, 1987, 149 p.
12. Rodríguez Diéguez, José Luis, *"Las funciones de la imagen en la enseñanza"*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1977
13. Ruder, Emil, *"Manual de diseño tipográfico"*, 2ª ed., Ed. G. Gili, México, 1992, 220 p.

14. Swann, Alan, *"Como diseñar retículas"*, G. Gili, México, 1990, 144p.
15. Swann, Alan, *"El color en el diseño gráfico"*, G. Gili, México, 1993, 144p.
16. Swann, Alan, *"Bases del diseño gráfico"*, 2ª ed., G. Gili, México, 1992, 144p.
17. Turnbull, Arthur T., *"Comunicación gráfica: tipografía, diagramación, diseño, producción"*, Ed. Trillas, México, 429 p. (traducción de: *The Graphics of Communications*)
18. Vilchis, Luz del Carmen *"Metodología del Diseño; Fundamentos teóricos"*, 2ª ed, Ed. Claves Latinoamericanas, México, 2000, 161 p.
19. Wilson, Adrian, *"The design of books"*, 1ª ed., Chronicle Books, San Francisco, 1993, 159 p.
20. Wong Wucius, *"Fundamentos del diseño bi y tridimensional"*, 7ª ed., México, G. Gili, 1991, 204 p.
21. Zavala Ruiz, Roberto, *"El libro y sus orillas; tipografía, originales, redacción, corrección de estilo y de pruebas"*, 3ª ed., UAM, México, 1995, 379 p.