

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA



FACULTAD DE ARQUITECTURA COLEGIO DE DISEÑO GRÁFICO



Tesis que para obtener el Título de
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

Estilo editorial para atraer la atención del lector e incentivar a que
adquiera una revista de corte cultural en la ciudad de Puebla

PRESENTAN

Flores Pérez María Inés
Palma Teodoro Norma Hidalid
Zárate Juárez Karla Selene

DIRECTORA

Mtra. Huerta Martínez A. Patricia

ASESOR

Mtro. Meza Romero Obed

CLAVE:
DSG-2011-2/016-14

AGRADECIMIENTOS

Nuestra entera gratitud a todas aquellas personas que hicieron posible la realización de este proyecto, en especial *un profundo agradecimiento a nuestros padres y familias*, por la infinita paciencia, el apoyo incondicional y más aún, la motivación que nos brindaron en todo este largo proceso.

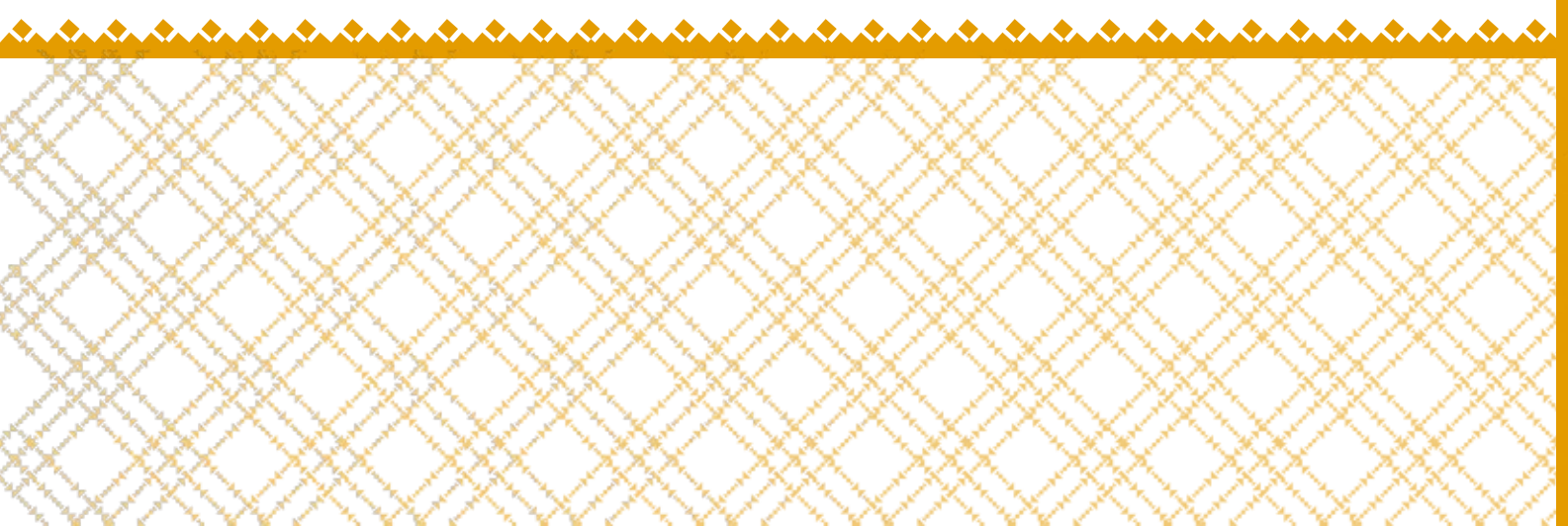
Los más sinceros reconocimientos a la dedicación, esfuerzo y talento de nuestros maestros de *Diseño Gráfico*, en especial a nuestros asesores de tesis, la *Maestra Patricia Huerta Martínez* y el *Maestro Obed Meza Romero*, gracias por guiarnos a lo largo de este importante proyecto, por sus valiosos consejos y por sus paciencias ante nuestras inconsistencias, y sobre todo, por su dedicación y apoyo.

Gracias al *Doctor Gerardo Luna* que merece un crédito especial ya que, desde el inicio de la tesis nos brindó ayuda, opiniones y consejos, las cuales nos alentaron e inspiraron a seguir adelante.

Expresamos un especial agradecimiento a *Guadalupe Rosas* nuestra compañera y amiga, por su colaboración durante el desarrollo de nuestra tesis.

Por último, gracias a todos nuestros amigos de *“Artesanía en Movimiento”*, puesto que su participación complementó la realización del proyecto.

De corazón nuestra más sincera gratitud a todos.



PRÓLOGO	7
INTRODUCCIÓN	9
SITUACIÓN ACTUAL	11
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
JUSTIFICACIÓN	14
OBJETIVO GENERAL	15
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
HIPÓTESIS	17
ALCANCES Y LIMITANTES DE ESTUDIO	18
MÉTODOS Y METODOLOGÍA DE ESTUDIO	19

CAPÍTULO I **ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN** **DEL DISEÑO EDITORIAL EN REVISTAS IMPRESAS**

1.1 PRECURSORES PARA EL NACIMIENTO DE LA REVISTA ..	23
1.1.1 Origen del papel	23
1.1.2 Los sistemas de impresión	24
1.1.3 Del tipo móvil al libro	26
1.1.4 Propagación de la imprenta	27
1.1.5 Del libro a la revista	27
1.1.6 Evolución de la revista	28
1.2 ALTERNATIVAS PARA LA PRODUCCIÓN DE LA REVISTA ..	39
1.2.1 Proceso de impresión	39
1.2.2 Alternativas de acabados y sistemas de impresión para la producción de revistas	40
1.2.2.1 Acabados	40
1.2.2.2 Sistemas de impresión	55
1.2.3 Soportes	59
1.2.4 Tintas	59

1.3 LA REVISTA Y SUS PARTES	61
1.3.1 Portada	61
1.3.1.1 Marca	65
1.3.1.2 Eslogan	66
1.3.1.3 Retiración de portada	66
1.3.2 Contraportada	66
1.3.2.1 Retiración de contraportada	68
1.3.3 Lomo	68
1.3.3.1 Fajas o fajillas	69
1.3.4 Interiores	70
1.4 FORMATOS	73
1.4.1 Formatos estándar del papel	73
1.4.2 Formato de la revista	76
1.5 RETÍCULA	81
1.5.1 Utilidad	81
1.5.2 Historia	81
1.5.3 Tipos de retículas	85
1.5.3.1 Manuscrito	86
1.5.3.2 Columnas	88
1.5.3.3 Modular	90
1.5.3.4 Jerárquica	92
1.5.3.4 Áurea	93
1.5.4 La retícula en la revista	95
1.6 TIPOGRAFÍA	97
1.6.1 Terminología	97
1.6.2 Anatomía	99
1.6.3 Clasificación	101
1.6.3.1 Tipo serif	102
1.6.3.2 Tipo sans serif	104
1.6.4 Medidas para la tipografía	105
1.6.4.1 El punto	105
1.6.4.2 La pica	106
1.6.4.3 La unidad	106
1.6.5 La tipografía en la revista	107

CAPÍTULO II LA TRANSICIÓN Y EVOLUCIÓN DE LAS REVISTAS A TRAVÉS DE LA HISTORIA

2.1 LA DÉCADA DE 1960 Y OP ART.....	112
2.2 LA DÉCADA DE 1970 Y EL POSMODERNISMO.....	118
2.3 LA DÉCADA DE 1980 Y EL DISEÑO RETRO.....	122
2.4 LA DÉCADA DE 1990 Y EL INICIO DE LA REVOLUCIÓN DIGITAL.....	127
2.5 DEL AÑO 2000 HASTA NUESTROS DÍAS.....	132
2.5.1 Industria editorial pública.....	134
2.5.2 Industria editorial independiente.....	135
2.5.3 Industria editorial privada.....	137
2.5.4 Globalización.....	145

CAPÍTULO III ANÁLISIS DE REVISTAS CULTURALES Y DE INFLUENCIA EN EL DISEÑO

3.1 ANÁLISIS EN REVISTAS IMPRESAS CULTURALES A NIVEL NACIONAL.....	151
3.1.1 Análisis sintáctico.....	151
3.1.2 Análisis semántico.....	168
3.2 ANÁLISIS EN REVISTAS IMPRESAS DE DISEÑO E INFLUENCIAS PARA EL DISEÑO EDITORIAL.....	170
3.1.1 Análisis sintáctico.....	170
3.1.2 Análisis semántico.....	184
3.3 CONCLUSIONES DE LOS ANÁLISIS.....	188

CAPÍTULO IV DESARROLLO DE LA PROPUESTA GRÁFICA: REVISTA CULTURAL EN LA CIUDAD DE PUEBLA

4.1 NECESIDAD	194
4.2 INVESTIGACIÓN	195
4.2.1 Historia de la asociación civil	195
4.2.2 Funcionalidad	203
4.2.3 Decisión de contenido	204
4.3 DISEÑO	204
4.3.1 Soporte	205
4.3.2 Medio de impresión	206
4.3.3 Formato	206
4.3.4 Componentes de la revista	208
4.3.4.1 Cabezal	208
4.3.4.2 Retícula	211
4.3.4.3 Tipografía	212
4.3.4.4 Tipo de imagen	219
4.3.4.5 Sección	221
4.3.4.6 Gama cromática	223
4.3.4.7 Folio	225
4.3.4.8 Viñeta	227
4.3.4.9 Portada	228
4.4 CONCLUSIÓN GENERAL	234
ANEXOS	237
GLOSARIO	247
REFERENCIAS	257

PRÓLOGO

Todo aquel que ha estudiado una licenciatura y se ha graduado exitosamente sabe que hacer un trabajo de investigación siempre es un proceso arduo y complicado, y más aún si este debe ir acompañado del desarrollo de un producto derivado. Es un proceso que implica muchas noches de desvelos, días apurados, y sentimientos confusos.

Pero para quien decide emprender esta aventura, al fin de cuentas *¿que cosa que vale la pena es sencilla?*, la recompensa siempre es grande, porque se sabe que el resultado del esfuerzo de investigar y aplicar lo aprendido siempre será algo que va a ayudar a un tercero, siempre algo grande, ya sea en beneficio de una comunidad o de un grupo amplio de personas. Y esta es la recompensa de esas noches en vela y de los días con preocupaciones, el poder graduarse sabiendo que tu esfuerzo ha de ayudar a los demás, a la vez que has aportado algo de conocimiento al mundo.

Hablando de este trabajo en particular, que he tenido la fortuna de revisar y participar apoyando con algún consejo a las autoras, resulta muy interesante. Es una muestra de como el diseño gráfico puede apoyar a la difusión, conocimiento, y reconocimiento de la artesanía cultural, y especialmente promover el trabajo de una pequeña comunidad que se dedica a este rubro, y cuya locación está en el corazón de la ciudad. Yo mismo que he pasado decenas de veces y visto los puestos de los artesanos, no les había dedicado un segundo pensamiento, hasta leer lo que las autoras tenían que decir sobre ellos.

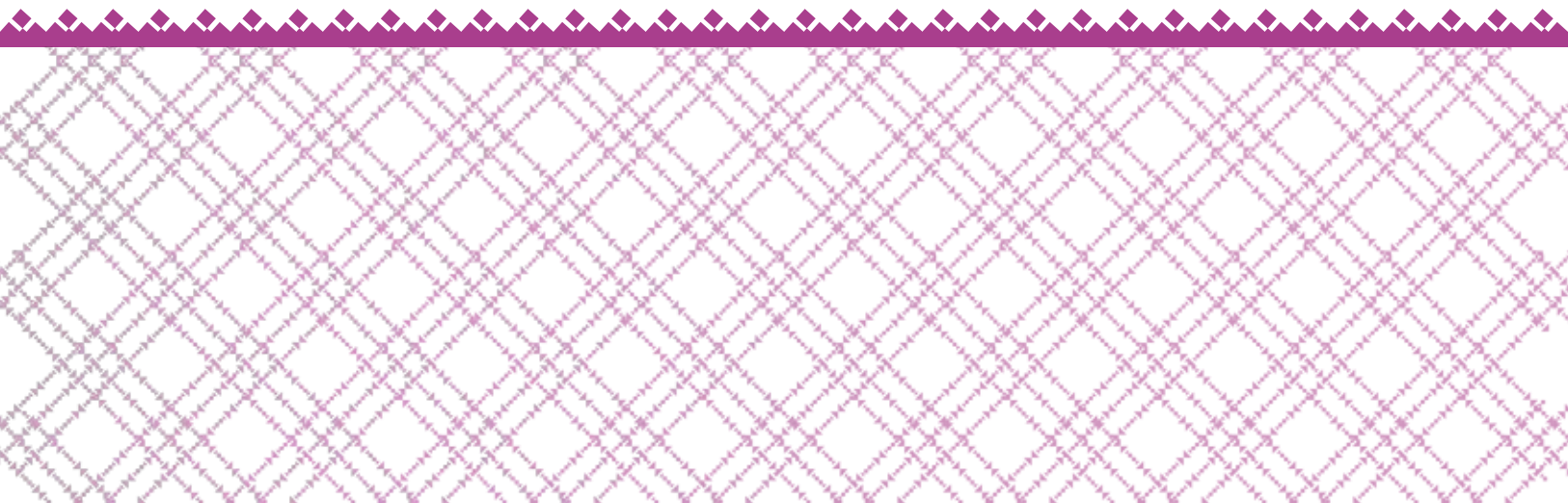
En esta tesis se habla de la historia de la asociación, de su necesidad de difusión y de darse a conocer a un público más amplio y diverso. Esto ha llevado a explorar las posibilidades del diseño editorial, intentando conciliar la aparente dualidad de la artesanía, por un lado en la vena más tradicional y popular, y por otro en su línea más influenciada por la modernidad y la necesidad de ser única y particular.

Todo esto ha resultado en un trabajo de diseño de una revista, cuyo enfoque es resolver estos requisitos que he mencionado, y de como las autoras diseñadoras han abordado la solución, la cual creo que es eficiente y con posibilidades. Se hace uso de texturas, colores, formas, y tipos, es una exploración de inquietudes y gustos, de función y economía, y de esfuerzo y pasión.

Las autoras han puesto un gran esfuerzo, y por lo que conozco no ha sido un camino fácil, ha sido uno de lucha y tenacidad, de resolver los distintos contratiempos que se han presentado, tratando de equilibrar el trabajo de este proyecto con sus otras actividades personales, o en muchos casos dejando de hacer para concentrarse en la meta establecida. Todo esto vale la pena, pues de eso se trata el camino de ser un profesional, los años de esfuerzo en el estudio de la disciplina del diseño se traducen en alguien que puede enfocar sus energías, conocimiento, y dedicación a una meta en específico, y poder obtener un resultado que sea la suma de todo su mejor esfuerzo, es un compromiso para toda la vida, y el terminar una tesis significa que se está dispuesto a asumirlo, y que se es capaz de lograr ese esfuerzo a veces complicad y de mucho más.

Finalmente, me alegra ser una parte pequeña de este proceso, y felicito ampliamente a las chicas y sobre todo a sus familias, que han sabido apoyarlas y participar de este proceso, que aseguro vale la pena pasar por el.

Dr. Gerardo Luna Gijón

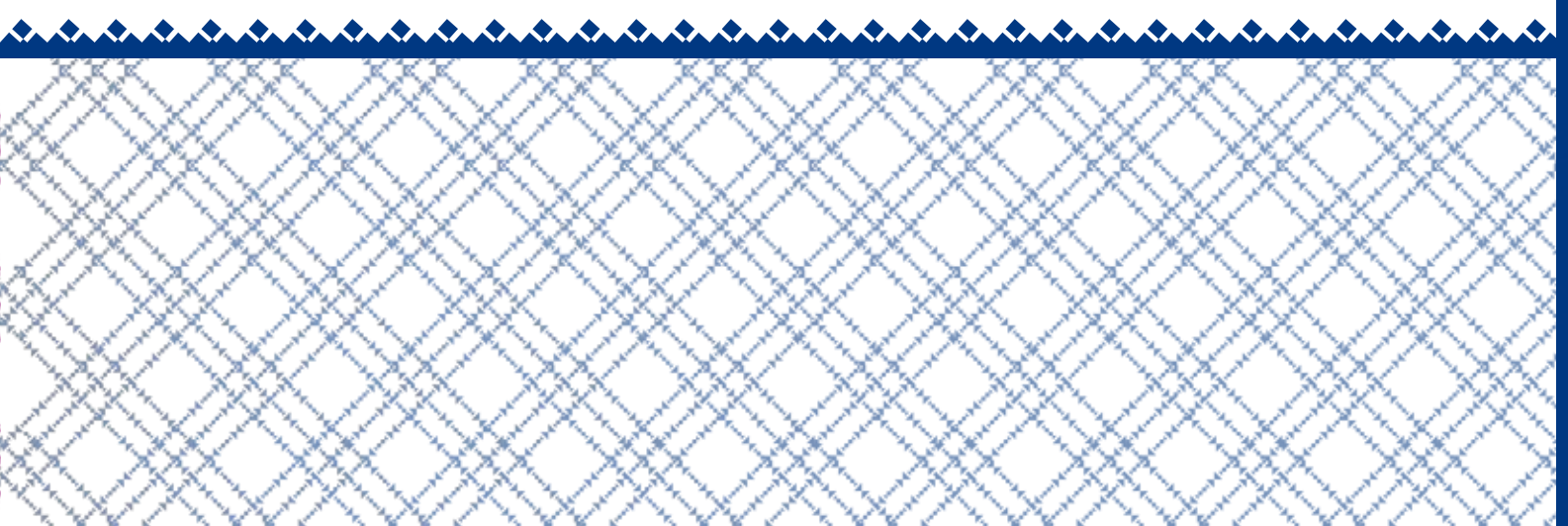


INTRODUCCIÓN

La presente tesis titulada *“Estilo y dinámica editorial para atraer la atención del lector e incentivar a que adquiriera una revista de corte cultural en la ciudad de Puebla”* surge con la finalidad de realizar una propuesta gráfica editorial en el cual se pudiera experimentar e indagar sobre las diferentes maneras en las que el diseño editorial se puede representar.

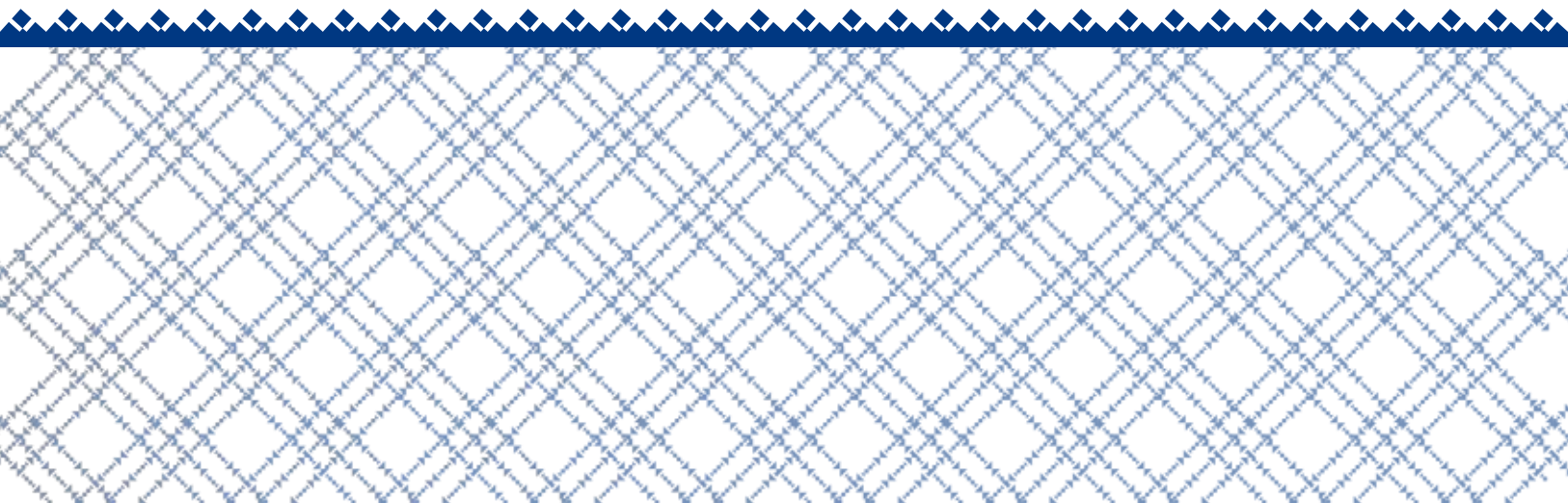
Para ello es necesario tener conocimientos sobre cada una de las partes que conforman una revista, así como los múltiples métodos de impresión y acabados que permiten dar presentación y personalidad única a las revistas, tanto en interiores como en exteriores, de esta manera es como se tuvo la necesidad de hacer una investigación previa para fundamentar el proceso de desarrollo para dicha propuesta gráfica.

Por otra parte es importante tener en cuenta la transición y el impacto que ha tenido la revista en torno a su contexto social y cultural a través de la historia, y como esta ha sobresalido en manos de diferentes diseñadores editoriales, quienes en su momento innovaron y aportaron al diseño editorial logrando posicionar a la revista como un medio de comunicación informativa de gran importancia, y como la industria editorial ha conseguido diversificarse para múltiples targets en México.



Asimismo se realizaron análisis de diferentes y variados ejemplares de revistas, el primero de ellos de corte cultural y el segundo de influencia en el diseño, en donde se realizó un exhaustivo estudio de manera sintáctica y semántica de cada parte que contienen dichas publicaciones, puesto que hay elementos que varían y difieren en los diversos ejemplares, y es en base a esta investigación en donde se determina cuáles son las estructuras que tienen mayor funcionalidad.

A lo largo del proceso de esta investigación se explica detalladamente como es que se llegó al resultado final de la propuesta gráfica, retomando el análisis realizado, y que factores influenciaron para el desarrollo del diseño en cada parte de la revista, se puede apreciar una breve explicación de cada elemento que conforma y como es que se llegó a él, el resultado final, una revista de corte cultural en la ciudad de Puebla.



SITUACIÓN ACTUAL

Desde tiempos antiguos alrededor del mundo se han encontrado publicaciones impresas que van dirigidas a múltiples sectores dentro de la sociedad y son consultadas dependiendo de las necesidades e intereses de cada individuo requiriendo de distintas formas de diseño para conservar la información por escrito. Entre estos medios de consulta podemos mencionar, como uno de los más importantes, la revista; pero para comprender su evolución dentro del diseño editorial es importante tener noción de su desarrollo surgiendo ésta a partir del Renacimiento en el siglo XV; con la aparición de la imprenta de tipos móviles, que trajo consigo una revolución cultural.

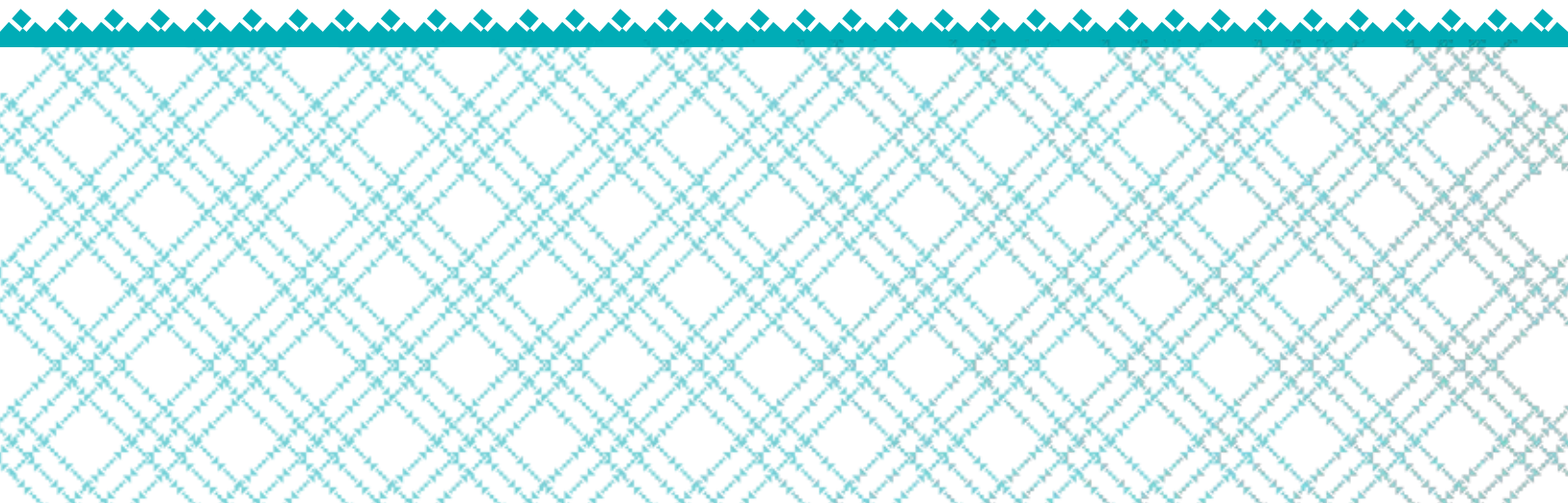
La revista obtiene su reconocimiento como tal en 1888 y en los siguientes años el diseño editorial se volvió un factor primordial para su realización, es decir, fueron periodos de experimentación dentro del diseño. Menciona Jeremy y King en su libro **Nuevo diseño de revistas 2:**

Las revistas han jugado siempre un importante papel en nuestra cultura visual. Se trata de un formato singular que combina una serie de características básicas -destacando su portabilidad, tactibilidad, repetitividad y la combinación de texto e imágenes- que le han permitido evolucionar y renovarse continuamente. (Jeremy y King, 2003, p. 6)

De esta manera, al unificarse las características antes mencionadas dan como resultado una publicación que pueda ser identificada por su diseño. Pero al existir una gran diversidad de publicaciones surge un dilema entre las personas que requieren consultar dicho medio, pues resulta ser un conflicto elegir una revista adecuada en relación con los intereses de cada individuo, pues como el Dr. Husni afirma “Ésta tiene 2.5 segundos para llamar la atención del lector en el quiosco” (King, 2001 p. 70). Al ser poco el tiempo que se tiene para captar la atención del lector con la portada, es primordial que ésta sobresalga de las demás, ya que generalmente se tiene al alcance gran variedad de revistas

en un mismo tiempo, es entonces cuando se comienzan a observar todos y cada uno de los elementos compositivos los cuales no se habían percibido por falta de tiempo; logrando que se despierte el interés por el diseño más que por el contenido.

Al respecto menciona Stacey King en **Diseño de revistas: Pasos para conseguir un mejor diseño** “...se empiezan a hojear títulos que no se habían visto nunca...” (King, 2001, p. 73). De modo que, el impacto va mas allá del segmento al que sólo se había enfocado ya que un diseño atractivo, interesante y propositivo debe tener la capacidad de cautivar la atención del lector para que posteriormente se interese por el contenido, pero para lograr el objetivo, es indispensable que el diseñador cuente con los fundamentos precisos sobre el diseño editorial. Por lo que surge el siguiente cuestionamiento.



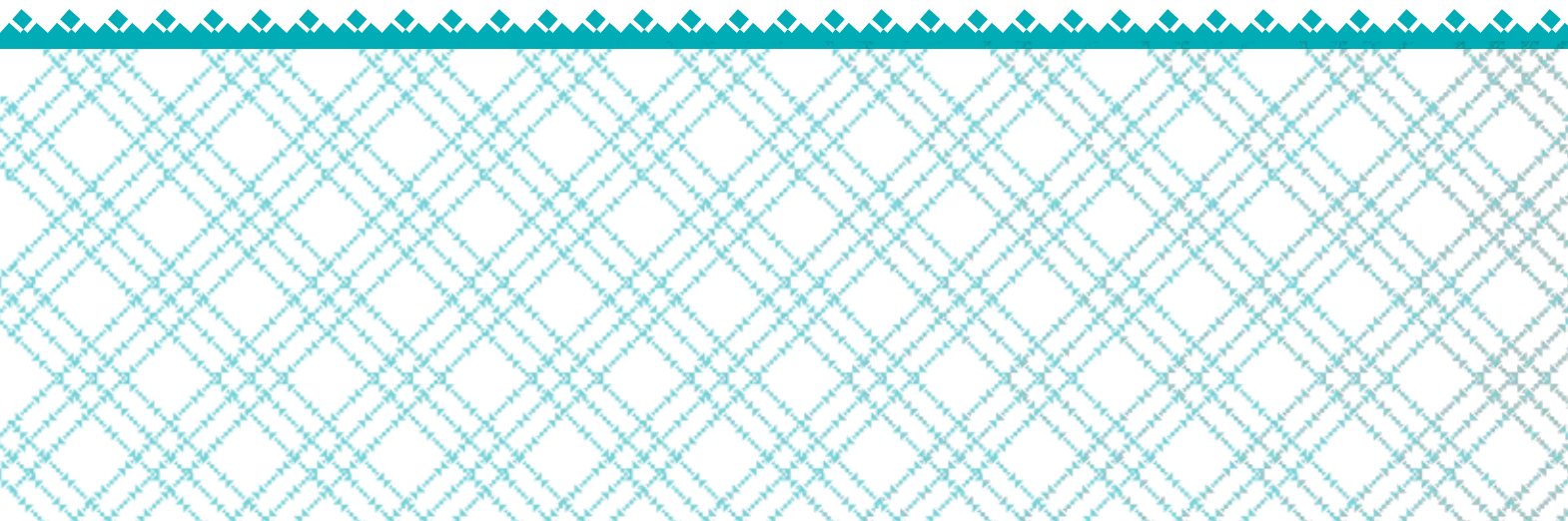
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente algunas revistas no establecen un estilo visual dentro del diseño editorial, por consiguiente no se favorece a la decisión de compra del lector. Dentro de éste problema que es el principal, se desprenden distintos factores que lo generan:

- No se cuenta con la información necesaria para la planeación de un estilo visual.
- No se toman en cuenta las expectativas y exigencias del público al que va enfocada la revista.
- El diseñador no cuenta con las bases y conocimientos necesarios para desenvolverse y proponer en el área editorial.

Lo expresado anteriormente nos genera la siguiente interrogante:

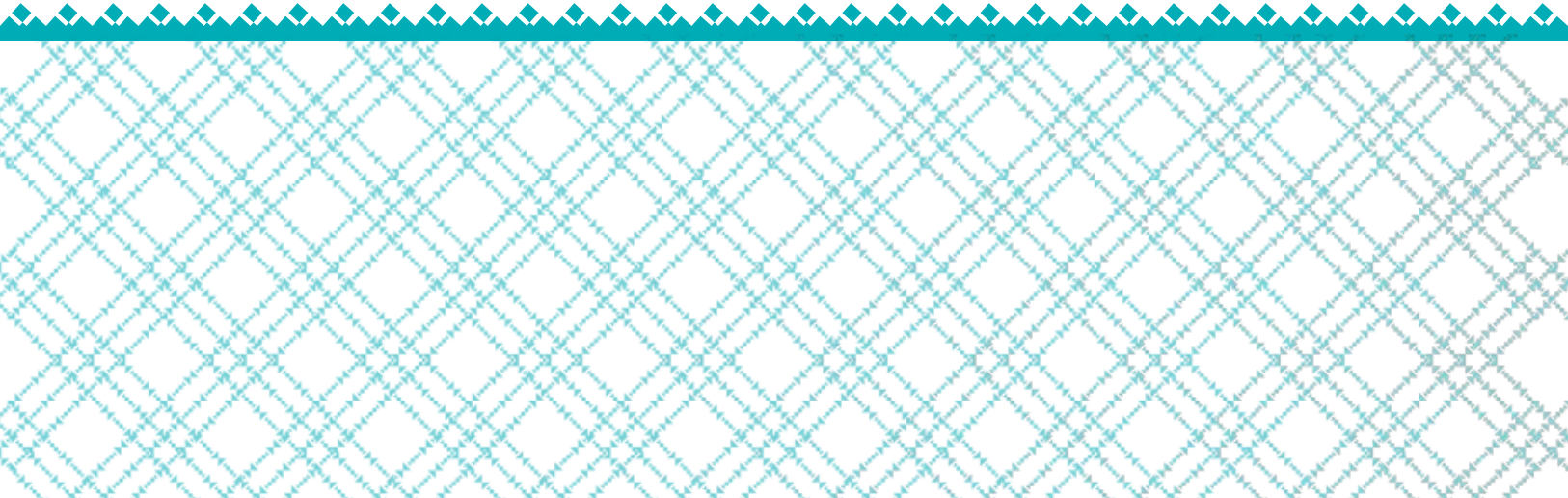
¿Qué estilo y dinámica del diseño editorial podrían establecerse como alternativa para mantener la atención del lector y hacer que adquiriera una revista de corte cultural en la ciudad de Puebla?



JUSTIFICACIÓN

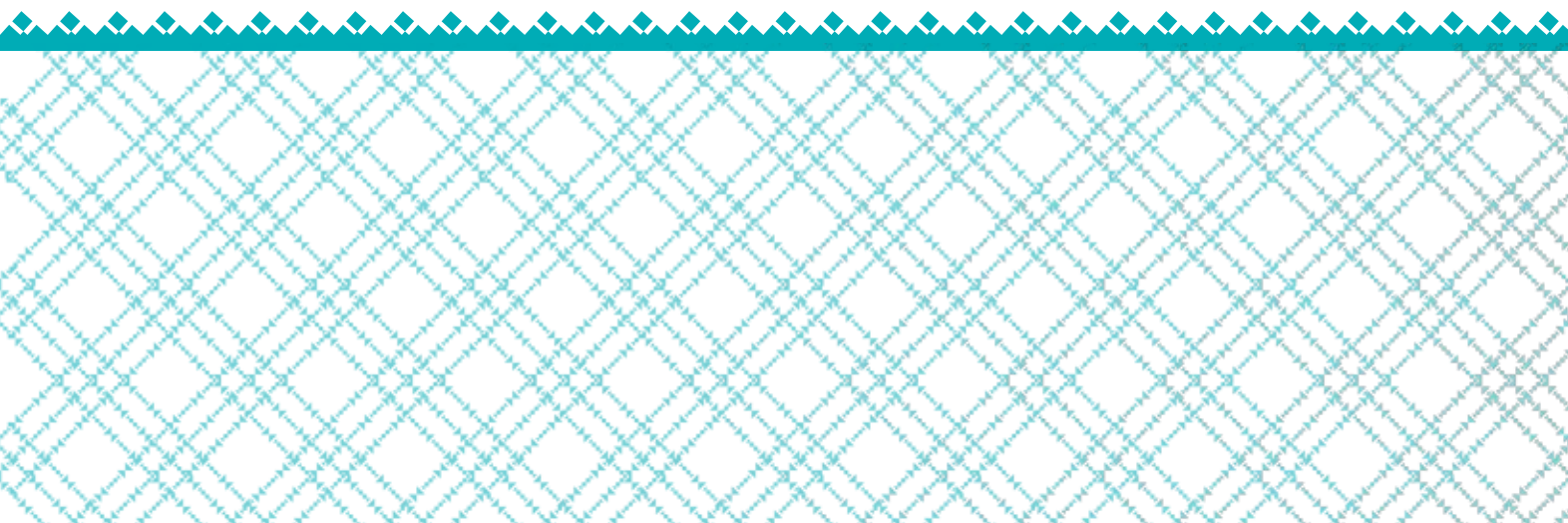
El medio editorial ha demostrado ser una de las áreas de mayor impacto visual, pues a pesar del gran desarrollo que ha tenido la internet en la sociedad aún la revista impresa sigue teniendo un lugar importante en los usuarios, por lo que seguir incursionando en nuevas y creativas formas de comunicar nos da la posibilidad de evolucionar y proponer alternativas que cubran las exigencias de los consumidores.

Para nosotros como nuevos diseñadores resulta importante profundizar en el campo editorial demostrando nuestra capacidad crítica, analítica y proyectiva.



OBJETIVO GENERAL

Demostrar que el estilo dentro de la representación visual así como el uso de nuevos materiales, formas y formatos hacen que el lector se sienta atraído por la publicación de corte cultural, influyendo en la adquisición de la misma.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Capítulo I

Recopilar información sobre los orígenes y evolución del diseño editorial.

Investigar el surgimiento y evolución de los sistemas de impresión.

Examinar como fue la evolución de la revista a través de la historia.

Identificar las partes que conforman una revista.

Exponer alternativas para la producción de una revista.

Capítulo II

Recabar datos de la evolución en la revista y de las casas editoras en México.

Identificar cuáles son las principales casas editoras en México.

Comparar los estilos de representación de las revistas contemporáneas.

Capítulo III

Analizar el diseño editorial de publicaciones impresas, tanto culturales como de influencia en el diseño, a nivel nacional y local.

Reconocer las características positivas y negativas de una publicación.

Destacar las innovaciones dadas en el ámbito editorial.

Capítulo IV

Experimentar con materiales, formatos y tipografía.

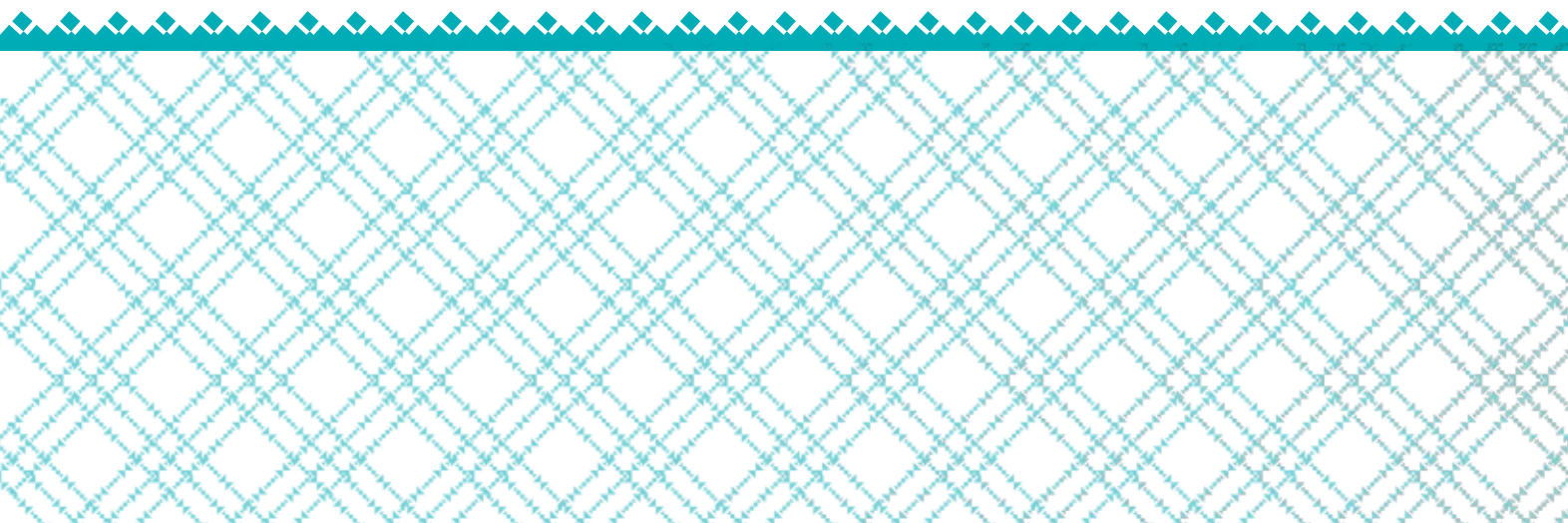
Proponer una publicación que englobe las características que destacaron en el proceso de nuestra investigación.

HIPÓTESIS

La investigación y datos recopilados sobre la importancia del diseño editorial dentro de una revista, sería de gran utilidad para el diseñador ya que contaría con la suficiente información para tener un juicio más amplio a la hora de elaborar una revista y generar nuevas propuestas.

Al demostrar que el estilo es un factor primordial en la elección y adquisición de una revista se elevaría el compromiso por parte de diseñadores y productores de la editorial al momento de tomar decisiones en el proceso de edición de la revista.

Al proponer una revista que proyecte las características que arroje nuestra investigación se lograría la aceptación del medio en el público seleccionado como meta.



ALCANCES Y LIMITANTES DE ESTUDIO

Alcances

Se cuenta con información necesaria y abundante para desarrollar el tema de tesis.

En base a la investigación que se ha hecho y gracias a las fuentes de información, hemos orientado este proyecto hacia el diseño editorial enfocado a la revista.

La mayoría de los diseñadores editoriales tienen la disposición y accesibilidad de ayudarnos a recolectar información para desarrollar el proyecto de tesis.

Se realizarán de uno a tres dummies como propuesta para la revista de acuerdo con la investigación realizada.

En Puebla se dispone con múltiples empresas editoriales así como imprentas disponibles para la reproducción de revistas.

Limitantes

Las fuentes de información que se tomarán en cuenta sólo serán las que abarquen temas de diseño editorial.

El estudio para tesis que se está realizando abarca el diseño editorial específicamente en revistas.

Las revistas contemporáneas que influyeron en el diseño editorial, serán las únicas que formarán parte del análisis.

Tendremos la noción de algunas áreas del proceso editorial porque van relacionadas con nuestra licenciatura, sin embargo, no tendremos muchos conocimientos en todas las áreas del proceso por lo que, buscaremos la forma de involucrarnos en éstas.

El tiempo para la investigación, planeación y producción del prototipo de la revista será de agosto 2011 a mayo 2013.

MÉTODOS Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Se empleará la metodología de **Bruce Archer** ya que ésta es la más adecuada, además de que cumple con las expectativas de investigación y proyección.

Fase analítica

Problema: Se analizará el problema que existe actualmente respecto a las revistas impresas donde no se establece un estilo visual en el diseño editorial que favorezca la compra de la misma.

Síntesis: Se hará un proceso de análisis detallado de cada parte que comprende una revista.

Obtener información: En este punto se recopilarán todos los datos necesarios y relevantes existentes sobre el diseño editorial en las revistas, utilizando fuentes bibliográficas, electrónicas, entrevistas, etc.

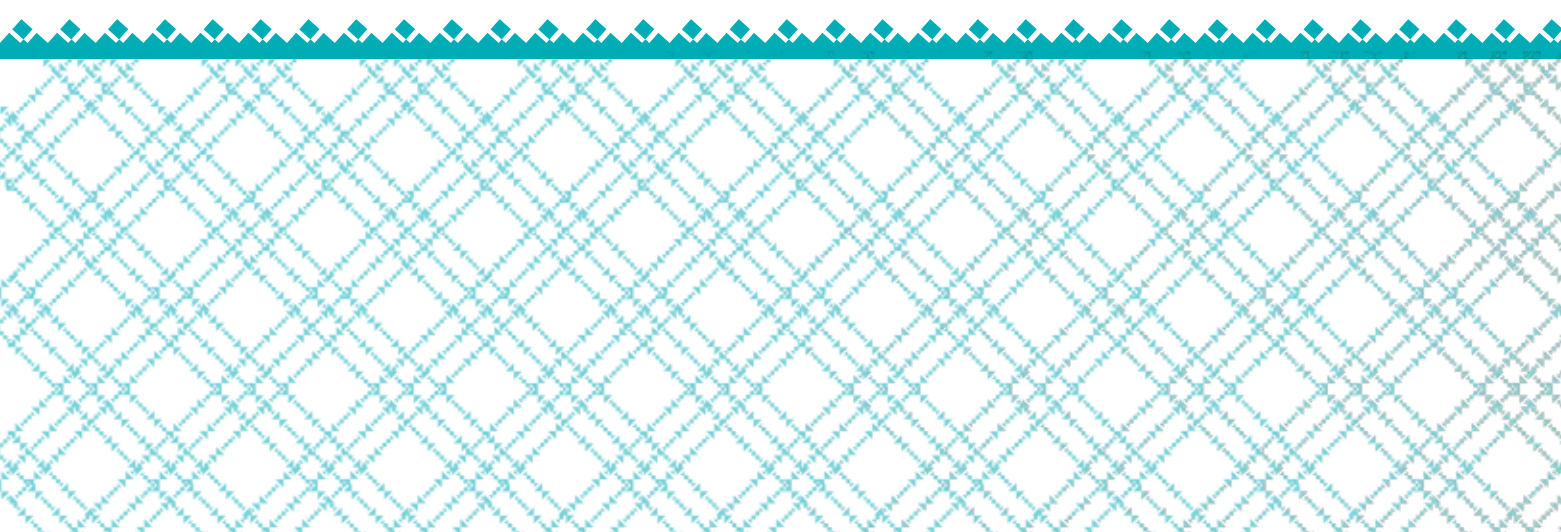
Análisis: Se clasificarán las revistas más destacables dentro del diseño editorial. En base a todos los datos recabados, se hará una evaluación más profunda y detallada.

Fase creativa

Desarrollo: En este punto se empezará a desarrollar la planeación y propuestas alternativas para la propuesta gráfica en base a lo investigado.

Comunicación: Se ejecutará la experimentación de prototipos de la propuesta gráfica.

Solución: Esta será la fase final de la tesis en la cual se seleccionara la propuesta gráfica que cubra los objetivos de diseño y comunicación.



MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Este proceso de investigación se basará en los siguientes métodos:

Método bibliográfico: Se buscarán fuentes necesarias sobre los datos existentes de diseño editorial en revistas.

Método histórico: Éste será utilizado para recabar la información y ampliar los conocimientos sobre el diseño editorial en revistas.

Método analítico: Se utilizará este método para comparar revistas que han sido destacadas en el ámbito editorial.

MULTICOLOR

REGISTRADO COMO ARTICULO DE SEGUNDA CLASE EL 22 DE MAYO DE 1911

Caricaturista,
Ernesto García Cabral

Director,
MARIO VITORIA

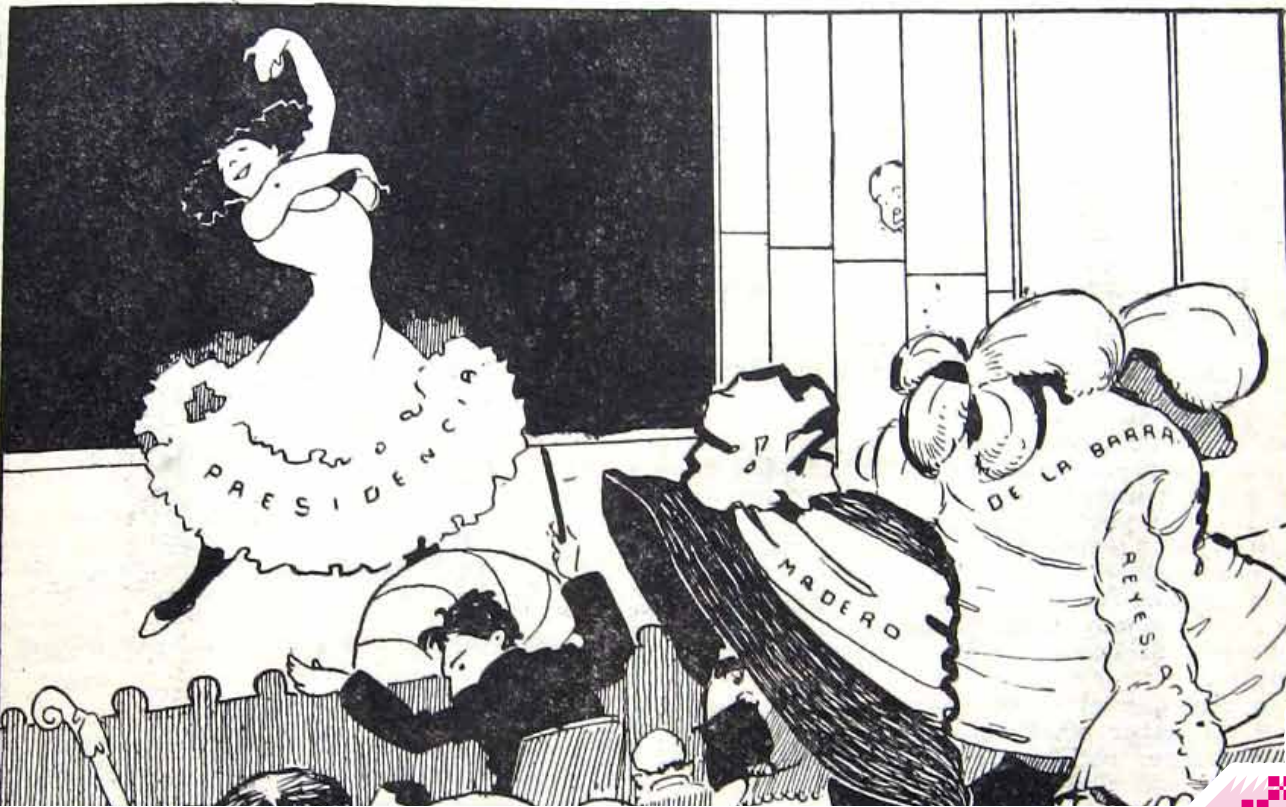
Caricaturista,
Santiago R. de la Vega

Año I

México, 29 de junio de 1911

Núm. 7

EN EL TEATRO DE LA POLITICA



ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN
DEL DISEÑO EDITORIAL EN LAS
REVISTAS IMPRESAS

CAPÍTULO I

❖ **Capítulo I**

Antecedentes y evolución del diseño editorial en revistas impresas

El diseño editorial surgió desde tiempos antiguos como una rama del diseño gráfico especializándose en algunas publicaciones impresas encontradas, que iban dirigidas a múltiples sectores de la sociedad y adoptaban distintas formas de diseño dependiendo de las necesidades e intereses de determinados segmentos, entre las cuales encontramos: la revista, el libro, el periódico, catálogos, fascículos y suplementos, no obstante, esta investigación se centrará en las revistas.

Para comprender el surgimiento y evolución de las publicaciones impresas es importante mencionar la evolución que los medios de impresión han tenido.

1.1.- PRECURSORES PARA EL NACIMIENTO DE LA REVISTA

1.1.1 Origen del papel

El papel surgió en China alrededor del año 105 d. C. atribuido a Ts'ai Lun, sin embargo, existen registros que datan del año 3000 a.C. los cuales evidencian un soporte similar al papel que era fabricado a partir de una planta llamada papiro y éste era utilizado por los egipcios para la escritura. (Imagen 1)

De la misma forma, en China se tienen anteriores registros al papel que mencionan algunos escritos, el cual se reproducía sobre planchas de bambú y tiras de madera, sin embargo, a pesar de ser sustratos de fácil acceso resultaba complicado trasportarlos ya que eran muy pesados. Tiempo después se empleó la seda como superficie para la escritura lo que hizo más accesible su manejo, no obstante, los costos eran elevados.

IMAGEN 1.

Se puede ver la escritura china plasmada ya en papel, como consecuencia de que éste poseía buenas cualidades. (Meggs, 1991, p.41)



A pesar de que el papel fue considerado como sustituto del bambú, la madera y la seda, con el paso del tiempo su economicidad, versatilidad, calidad y ligereza hicieron que su aceptación fuera cada vez mayor, de esta forma los chinos comienzan a darle otro tipo de usos, como tapiz, envolturas, papel higiénico y servilletas. (Meggs, 1991, pp. 39, 40)

Es así como China fue evolucionado el tipo de soporte para plasmar información valiosa que trascendía en sus alrededores y por ello, los chinos fueron probando con diferentes materiales que se encontraban en la naturaleza debido que los obtenían fácilmente, de tal manera que lo tenían a la mano, no obstante, se fueron descartando aquellos que eran demasiado costosos o no se podían transportar con facilidad.

Se puede decir que, gracias a las experimentaciones de los chinos, esto por la búsqueda de un soporte adecuado para los escritos, se llegó al papel, que tuvo varias cualidades y por ello, se le dieron otras utilidades (antes mencionadas).

Para que se difundieran los manuscritos religiosos, se tuvo la necesidad de reproducir los textos para que extendiera la información, como consecuencia de esto, se empezaron a realizar copias que podían producirse gracias a los sistemas de impresión.

1.1.2 Los sistemas de impresión

En el año 750 d.C. comenzaron a surgir los primeros sistemas de impresión teniendo en cuenta la Xilografía como un medio para textos devotos y naipes, el cual dio inicio a la invención de distintos medios de reproducción impresa.

Se realizaba el dibujo de la obra a grabar y se calcaba sobre el taco o plancha de madera, para tallar sus líneas a continuación, con un cuchillo o buril, vaciando de madera los blancos y dejando en relieve los negros, pues estas superficies salientes eran luego entintadas, para proceder a su estampación. (Aidibeth, Historia del libro [En línea])

El proceso experimental con el que contaba la Xilografía captó la atención de nuevos artistas y comenzó a emplearse para la ilustración de libros, dando pauta a la creación de la imprenta de tipos móviles, que tuvo origen en el Renacimiento aplicado a libros y a los primeros periódicos. (Meggs, 1991, pp.39, 40)

A consecuencia de la Xilografía, los libros además de contener texto, empezaron a incluir imágenes, lo que motivó el interés del lector obrando fuerza y captando la atención positivamente. (Imagen 2)

La imprenta, al igual que la invención del papel se le atribuye a los chinos; comienza como una evolución de los sellos que eran grabados sobre una superficie de jade, plata, oro o marfil, no obstante, también existe otra hipótesis acerca de la forma en que se origina la imprenta, la cual habla de una antigua práctica china que consistía en producir impresiones de inscripciones talladas en piedra. (Imagen 3)

El “**Diamond Sutra**” es el escrito más antiguo del mundo, elaborado en China por **Wang Chie** en el año 868 d.C. donde se trataban temas de la naturaleza de la percepción, en la cual se empleaban frecuentemente frases y enseñanzas de Buda. (Imagen 4)

Con la conveniente invención de la imprenta se favoreció enormemente la reproducción de textos impresos, comenzó a forjarse la vida intelectual de las personas trayendo consigo una revolución en cuanto a ciencia y cultura permitiendo un mayor acceso al conocimiento. (Imagen 5)



IMAGEN 5.

Tipo de plancha en el que se apoyaban para tallar los bloques para Xilografía. (Arthur, 1990, p.27)

IMAGEN 2.

Baraja de Xilografía Mallorca. Antigua Casa Guasp (1579), donde se muestra la reproducción de una baraja aproximadamente del siglo XVI. (Sandrangel, Historia del libro, [En línea])

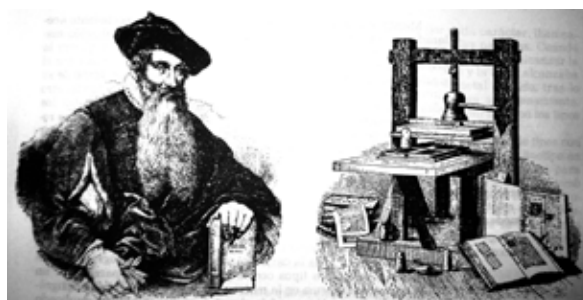


IMAGEN 3.

Se pueden ver los diseños que se hicieron en diferentes tamaños de bloques de piedra, dependiendo del formato al que se deseaba aplicar. Para llegar al diseño establecido, raspaban el bloque con un cuchillo o buril, éste en forma de espejo para que al momento de imprimir saliera en su dirección deseada. (Meggs, 1991, p.48)

IMAGEN 4.

Diamon Sutra. Documento que se encuentra en la biblioteca británica en la exhibición llamada “La Ruta de la Seda”. Texto budista elaborado en China en el año 868 d.C. (Miscelánea lus histórica, (sf) [En línea])



1.1.3 Del tipo móvil al libro

Desde los periodos antiguos, las necesidades sociales generaron y adaptaron distintos tipos de soportes culturales, con el fin de transmitir, enriquecer y resguardar sus registros con base en el desarrollo que lograba la humanidad. Aquellos registros se plasmaron en una obra llamada: libro, que fue "...el primer medio de comunicación social..." (Rodríguez, 2009 p.22) considerado así por ser un hecho que trascendió y facilitó el fomento del conocimiento en la sociedad.

Para que el libro pudiera evolucionar como tal, el contexto social y el contexto cultural se enlazaron dando paso a su proceso; la invención de la imprenta de tipos móviles por Johannes Gutenberg, la cual motivo a que el libro se reprodujera en grandes cantidades de manera mecánica; debido a que "El Renacimiento promovió un mayor consumo del libro..." (Rodríguez, 2009 p.34) con el fin de lograr una mejor alfabetización en la sociedad, además de servir como vínculo entre los asuntos relacionados con la Iglesia o investigaciones que hacía el hombre. (Rodríguez, 2009 pp. 25, 26, 34)

Con la llegada de los bloques de bronce para producir cada uno de los tipos, la imprenta de Gutenberg genera este nuevo modelo de impresión proponiendo un sistema que cubriera las necesidades detectadas teniendo como características ser:

1) Un sistema de tipos móviles que permitía que los caracteres fueran dispuestos en un orden cualquiera y que después se volvieran a usar de ser necesario; 2) Un método para producir estos tipos en forma fácil y exacta; 3) Un método que mantuviera los tipos en su lugar al imprimir; 4) Un sistema para efectuar la impresión de los tipos sobre el papel; 5) Una tinta que hiciera legible la impresión de los tipos sobre papel. (T. Turnbull y N. Baird, 1990 p.26) (Imagen 6)



IMAGEN 6.

Se muestra en la siguiente imagen la versión impresa de la Vulgata, realizada por Johannes Gutenberg en Maguncia, Alemania, siglo XV. Primer libro impreso mediante el sistema de tipos móviles (From Gutenberg to opentype uk: The old candlemakers, 2006, p.18)

Al cubrirse estas necesidades con la imprenta de tipos móviles, los seguidores de Gutenberg tuvieron la oportunidad de crear e idear nuevos estilos en cuanto a letras y diseños, comenzando a establecer ciertas normas entre los márgenes, columnas y espaciados por lo que se han considerado como los primeros impulsores

del diseño editorial, a pesar de que aún se tenían dificultades tecnológicas para la reproducción de estos textos, por lo que únicamente se hacían llegar a pocas personas.

Tiempo después, la imprenta comienza a enfrentar su mayor auge empezando a evolucionar y propagándose a todo el mundo.

1.1.4 Propagación de la imprenta

En Italia en el año de 1465 se estableció la primera imprenta gracias al impulso de dos discípulos de Schöffer, Conrad Schwenherim y Arnold Pannartz, quienes generaron publicaciones durante siete años, especialmente obras clásicas latinas.

Peter Schöffer fue un impresor de origen Alemán, colaborador de Johannes Gutenberg. Tiempo después instaló una imprenta en Maguncia motivando una gran evolución, ya que comienza a imprimir los títulos a color además de que se le atribuye la reproducción de la segunda biblia impresa y la primera a color.

Conrad Schweinheim y Arnold Pannartz, vivieron por un tiempo en el monasterio benedictino de Subiaco, donde produjeron los primeros 4 libros impresos en Italia y a los cuales se les imputa la creación de la letra romana, teniendo la protección de Papa Sixto IV.

El impresor veneciano más importante de esta época fue Aldo Manuzio, quien fue el fundador de la imprenta en la que se publicaron más de 40 volúmenes en 3 años, entre los cuales destaca la Gramática griega de Lascaris realizada en 1494, obras de Aristóteles, de Teócrito, de Hesíodo y de Aristófanes.

1.1.5 Del libro a la revista

Mientras transcurría la modernidad en México, la cual fue difundida gracias a la imprenta; las formas de comunicación social se transformaron y generalizaron, debido a que la sociedad se volvió autoreflexiva:

La sociedad generó medios de comunicación, disposiciones que accedieron a propagar y potencializar la comunicación. Estos medios pueden caracterizarse como medios de masas: televisión, radio, periódicos, revistas, etcétera." (Gaytán, 2010 p.25)

En consecuencia a la aparición de esos medios, el libro ya no era el único canal para poder tener conocimiento y gracias a esto, vivimos al tanto de lo que pasa en el mundo.

Como ya se mencionó, después del libro, otros medios impresos que tomaron fuerza fueron el periódico y la revista, ya que se hicieron publicaciones constantes para apoyar al libro y así tener a la mano mayor cantidad de información.

Se sabe que la revista es un medio de comunicación importante y para que ésta surgiera tuvo que trascender por varios procesos, descendiendo del libro que es la base de los medios de información impresa. Erika Cifuentes (2009) comenta al respecto:

La revista como tal comenzó en el año 1888 con los almanaques, tales como el de New York Times o el The Old Farmer's Almanac, que eran publicaciones periódicas que ya no solo contenía información” (Cifuentes, 2009 [En línea])

Esto con el paso del tiempo motivó la evolución del medio impreso el cual ha ido buscando otras maneras de comunicar, pues el público siempre está a la expectativa de encontrar algo novedoso y diferente. Las revistas hoy en día no sólo contienen texto, sino que también contienen gráficos tales como: fotografías, ilustraciones e imágenes vectoriales, las cuales tienen como función atraer a los lectores para la adquisición de la revista siendo elementos de apoyo en conjunto con el contenido.

Para concluir con este punto, es importante dar una definición de lo que es una revista, pues es considerada como una publicación impresa, la cual se produce de forma periódica y en la mayoría de los casos éstas se mantienen de la venta de espacios para publicidad más que por la venta de ejemplares, existiendo una enorme variedad de temas y sectores a los que va dirigida; entre los que se encuentran: las revistas informativas, literarias, culturales, de entretenimiento, científicas y especializadas.

1.1.6 Evolución de la revista

En la ciudad de México surge la primera imprenta teniendo como nombre **Taller casa de Juan Cromberger** impulsada por el italiano **Giovanny Paoli** quien llega con su esposa Gerónima Gutiérrez en octubre de 1539. El taller abrió sus puertas en el mes de abril de 1540 quedando como supervisora **Gerónima Gutiérrez** a la muerte de **Giovanny Paoli**, el monopolio de la imprenta cambia su nombre a **Juan Pablos** por lo que ésta cae en una situación de decadencia de la cual se logra fortalecer tras mejorar la calidad de las impresiones, adquiriendo nuevos materiales y mano de obra especializado gracias a: **Tomé Rico** que colaboró como tirador o prensista, **Juan Muñoz** auxiliando como componedor o cajista, **Antonio de Espinosa** trabajando como fundidor y cortador de letras y **Diego Montoya** desarrollándose como auxiliar *(Diseño Gráfico en México, Julio 2011 [En línea])*

Por lo que la constante renovación a la que se sometió **Juan Pablos** se toma como ejemplo a través de los tiempos

por su perseverancia e interés por la innovación y nuevas propuestas del equipo de trabajo quienes marcan sin duda la época. (Imagen 7 y 8)

Como menciona Luz del Carmen Vilchis en su libro **Historia del Diseño Gráfico en México**, en **Juan Pablos** se realizó el primer libro impreso en México, al igual que esta publicación, todos sus impresos se caracterizaban por tener rasgos delicados, limpios, con despliegues tipográficos impecables, realizados con minuciosidad, aunque los tipos no eran de buena calidad. *(Vilchis, 2010 p. 38)*

En el año de 1722 en México, surgió la primera publicación periódica llevando como título **La Gaceta Literaria** obra conformada sólo por ocho páginas y únicamente aparecieron seis números; tiempo después cambió su nombre a **La Gazeta de México**, dicha gaceta fue la más perdurable del mundo hispanoamericano (1785-1805) en la que se abordaron temas relacionados de la Nueva España. (Imagen 9)



IMAGEN 7.

Lo que destaca en la impresión es el orden jerárquico de la tipografía que es gótica, ya que en temas religiosos, redominaban esta clase de tipografía. (Vilchis, 2010, p. 38)

IMAGEN 8.

El texto e imágenes que representan temas de la iglesia fueron hechas con demasiado cuidado y limpieza, por lo que a cada elemento se le otorga un peso de acuerdo a su importancia. (Vilchis, 2010, p. 39)



IMAGEN 9.

Editada por Juan Ignacio María de Castorena Ursúa y Goyeneche. Ésta sería la primera publicación periódica impresa en México (Dipity, (sf), [En línea])



José Ignacio Bartolache y Díaz de Posadas en el año de 1772 comenzaron a proponer y diseñar una publicación ilustrada que se publicó en octubre del año mencionado, con el título de **Mercurio Volante**. Dicha publicación fue semanal, apareciendo en un pliego suelto como un periódico que estaba enfocado a dar información relacionada con la medicina y complementaban el contenido con temas de cultura, que iban dirigidos a los lectores que querían incrementar sus conocimientos. Finalmente, en febrero de 1773 se hizo públicamente su suspensión que fue de tiempo temporal, debido a la falta de presupuesto para su reproducción. (Imagen 10 y 11)

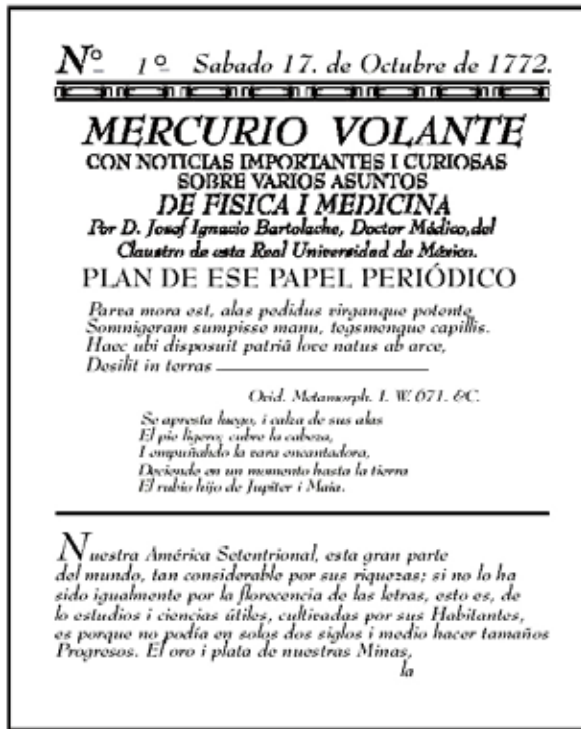
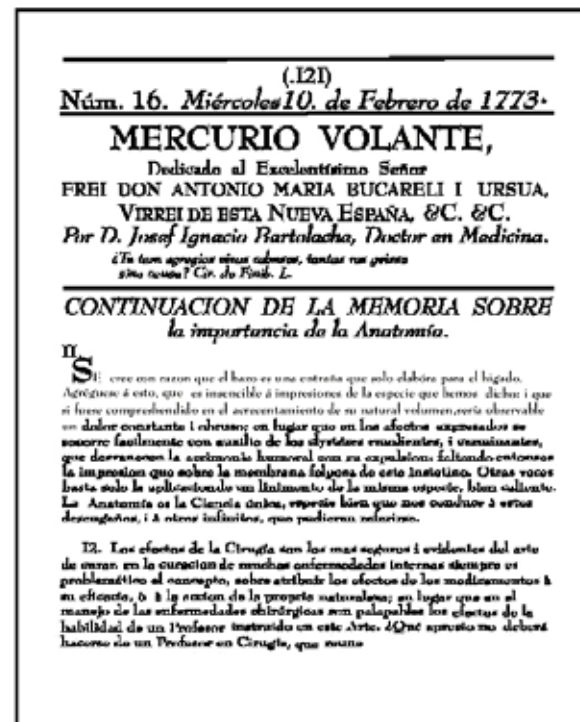


IMAGEN 11.

Ejemplar N° 16 del Mercurio Volante, 1773. Siendo éste el ultimo ejemplar emitido. (López, 2000, [En línea])

IMAGEN 10.

Publicación periodica dedicada a la divulgación de artículos médicos. Octubre, 1772 muestra la primera emisión del Mercurio Volante. (López, 2000, [En línea])



Tiempo después aparecieron los semanarios que tenían un contenido más completo, reuniendo mayor información, imágenes y también críticas. Gracias a su constante renovación y evolución, la revista fue logrando posicionarse como un medio de comunicación escrito relevante.

Asimismo encontramos al volante como antecedente del periodismo, ya que, desde el año de 1542 comenzó a circular, por lo que podemos decir que es la manifestación editorial más valiosa de las primeras décadas del siglo XX, por su facilidad de distribución y porque sus textos iban dirigidos a lectores específicos lo cual ayudaba a que sus textos fueran breves y concisos. Estos impresos después se diversificaron y se convirtieron en desplegados con folios y doblados que incluso llevaban el nombre de su editor.

En 1894 surgió **Revista Azul** por **Manuel Gutiérrez Nájera**. En dicha revista se escribieron artículos de la literatura hispanoamericana y modernista de nuestro país, este documento constaba de 16 páginas y tenía una diagramación de 16 columnas. (Imagen 12)



IMAGEN 12.
 Revista Azul. Primera revista con periodicidad semanal creada por el poeta Manuel Gutiérrez Nájera. (Bibliotecarconco, (sf), [En línea])

Otra publicación que abarcaba temas sobre el modernismo en México fue **La Revista Moderna** la cual era editada por el director de **La Revista Letras y Ciencias**; **Jesús E. Valenzuela**. Esta publicación era quincenal.

Estas dos publicaciones abrieron paso a revistas como **Artes y Letras**, **Álbum de Dama**, **Multicolor**, **La Semana Ilustrada**, **Revista de Arte**, **Ciencias e Información Gráfica**, que más tarde también marcarían una diferencia en las publicaciones que se habían hecho anteriormente. Como es el caso de **La Revista Multicolor**, ya que ésta llegó a vender algunas de sus páginas para publicidad de restaurantes, cigarreras y papeleras. En esta publicación ya se podían distinguir las secciones. (Imagen 13-17)

Posteriormente entre 1939-1942 durante el gobierno de Lázaro Cárdenas, ofreció a los republicanos españoles la posibilidad de trasladarse a México lo cual produjo una enorme inmigración que estaba conformada por cientos de intelectuales, artistas, literatos, filósofos, científicos, arquitectos, ingenieros, poetas y fotógrafos.

Entre los españoles más contribuyentes del diseño editorial destaca Miguel Prieto que comienza a proponer un enfoque minimalista en lo que se refiere al diseño editorial.

❖ Capítulo I

Antecedentes y evolución del diseño editorial en revistas impresas



IMAGEN 14.

Esta revista contenía una amplia muestra de ilustraciones, chistes y cuentos humorísticos haciendo referencia de las situaciones vividas por el pueblo mexicano. ("Multicolor". Semanario Humorístico Ilustrado, (sf), [En línea])

IMAGEN 13.

Las primeras publicaciones de la Revista Multicolor estaban dirigidas al público masculino, sin embargo, al emitirse el quinto número, comienza a dirigirse al público en general. ("Multicolor". Semanario Humorístico Ilustrado, (sf), [En línea])





IMAGEN 16.

Se le otorga a esta publicación el nombre de Multicolor gracias al juego de colores empleados en la composición de la revista. ("Multicolor". Semanario Humorístico Ilustrado, (sf), [En línea])

IMAGEN 15.

El contenido publicitario que se maneja en los interiores de la revista es limitado y generalmente se colocaba en las últimas páginas. ("Multicolor". Semanario Humorístico Ilustrado, (sf), [En línea])



❖ Capítulo I

Antecedentes y evolución del diseño editorial en revistas impresas



IMAGEN 17.

Muestra de una completa colección de ilustraciones caricaturescas del ámbito político reflejando el contexto social en México durante su edición. (“Multicolor”. Semanario Humorístico Ilustrado, (sf), [En línea])

Fundamentó un verdadero giro en las artes gráficas mexicanas; logró crear una sólida tradición y una verdadera escuela. Su actividad fue desbordante, y se encargó del diseño de publicaciones tan importantes como España Popular, El suplemento dominical de El Nacional, Sinopsis, México en el arte, Universidad de México. (Visualplus, 2010 [En línea])

Todo lo anterior le otorgó a Miguel Prieto entre otras la posibilidad de dirigir la fundación del **Arte y el Diseño Tipográfico Mexicano** en la segunda mitad del siglo XX dando así un giro importante al diseño editorial. Durante este periodo se dedicó a diseñar y armar folletos para la prensa republicana y posteriormente en 1940 se integró al comité editorial de **La Revista Romance**, editada por EDIAPSA en la que se dio oportunidad de experimentar con la tipografía y de esta manera dar comienzo al nuevo diseño en México proponiendo nuevas formas de composición y equilibrio en sus diseños. Colaborando también en la publicación **Ultramar** en 1947 que se carac-

terizaba por la combinación de tres fuentes tipográficas distintas, lo que se convierte en un sello personal de **Miguel Prieto** ya que utilizaba esta particularidad regularmente en sus publicaciones. De la misma forma, participa en la revista bimestral **Sinopsis** la cual era editada por los **Laboratorios Colliere**, en la que gracias al cuidado de su diseño presenta como resultado una composición realmente esplendorosa.

En 1952 comienza a colaborar con **Antonio Acevedo Escobedo** en el diseño de **La Revista Universidad de México** donde hace énfasis en destacar su particular dominación de los elementos geométricos empleados en textos, fotografías o el propio título, otorgando una sensación de libertad. (Imagen 18 y 19)



IMAGEN 19. En la publicación “Ultramar” Prieto aplicaba la combinación de tres tipos de fuentes distintas, lo que otorga a ésta una característica del peculiar entre las demás publicaciones de la época. (Depontevedra, 2012, [En línea])

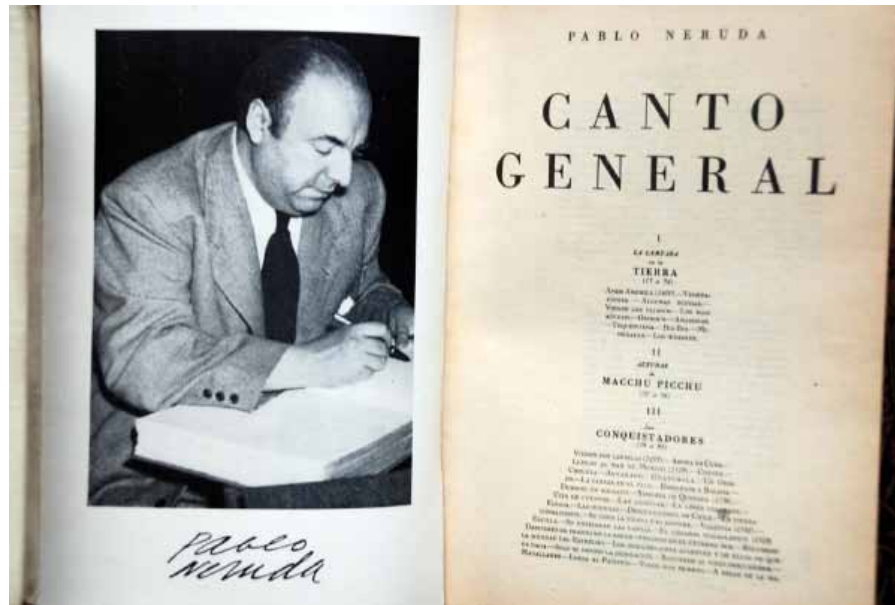
IMAGEN 18.

Con la publicación “Romance” Miguel Prieto hace una muestra del amplio conocimiento en tipografía lo que le permitió explorar la composición y el equilibrio en el diseño. (Galicia Espallada, (sf), [En línea])



IMAGEN 20.

El canto general por Vicente Rojo, considerada como su obra más importante donde refleja una muestra del gran dominio y elegancia con lo que otorga importancia a cada elemento que conforma la composición (Libros del ayer, 2011, [En línea])



Tiempo más tarde diseña algunos números de **La Revista México en el Arte** y el **Catálogo Cincuenta Años de Labor Artística de Diego Rivera**, haciendo de ellas un modelo para la prensa en México al implementar fotografías y viñetas como complemento de la información documental sin restar importancia a ninguno de los elementos, aunque podemos mencionar como su obra más importante el **Canto General**, de **Pablo Neruda**, donde refleja su excelente manejo de la tipografía dando a esta publicación una muestra de sobriedad y elegancia sobresaliente. (Imagen 20)

En 1949 llega a México **Vicente Rojo** como el mejor aprendiz de Miguel Prieto quien se convierte en su maestro de diseño gráfico y expresa su admiración de esta manera:

Manejaba las letras, los colores, los distintos papeles y las imágenes con gran elegancia y sencillez, y sabía darle el mismo valor a cada publicación que diseñaba, lo mismo si se trataba de un importante libro de arte que de un simple boleto de entrada al Palacio de Bellas Artes, es decir, que practicaba una especie de democracia visual. (Primeros diseños, julio 2011[En línea])

Todas las publicaciones que diseñaba **Miguel Prieto** tenían un toque sencillo y especial debido a que sabía y daba importancia a cada elemento involucrado en el diseño. Vicente Rojo al igual que su maestro, se desarrolló profundamente en el diseño editorial poniendo en práctica todo lo aprendido, y convirtiéndose en el cofundador de la editorial en México. (Imagen 21)

IMAGEN 21.

Las obras de Vicente Rojo muestran un gran dominio de la tipografía aplicada a distintos formatos de reproducción. (Centro Visual Cervantes, 1997-2012, [En línea])



A finales de 1950 Vicente Rojo se concentra en realizar el diseño de portadas de libros en el **Fondo de la Cultura Económica y Universidad Nacional Autónoma de México** para posteriormente colaborar en la editorial **Joaquín Mortiz**. Tiempo más tarde y en compañía de **Miguel Salas Anzures**, funda la revista **Artes de México** de la que fue director artístico hasta 1964, de modo que, al retirarse Miguel Prieto de la dirección de la Oficina de Ediciones del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), Vicente Rojo queda como director a sus 22 años. Comienza a diseñar para la Imprenta Madero de donde surgen distintas revistas a cargo de él de las cuales destacan las revistas **Plural, Vuelta, Diálogos y Nexos**. (Imagen 22)



IMAGEN 22.

Las obras tenían como predilección las tipografías clásicas como Garamond, Baskerville, Bodoni y Caslon logrando con ellas composiciones únicas. (Centro Visual Cervantes, 1997-2012, [En línea])

Al mismo tiempo, es primordial destacar la importancia que tuvieron las empresas editoriales, manteniéndose permanentemente la impresora **Juan Pablos, Editorial Pax y Editorial Patria**, que se han especializado en publicar temas de autores tanto nacionales como extranjeros por más de 71 años, desarrollando títulos sobre pedagogía, psicología, sexualidad, cocina, maternidad, medicina alternativa, religiones, teatro y arquitectura, entre otros.

Mientras que **Editorial Progreso** desde su inicio comenzó produciendo materiales educativos y servicios editoriales con valores cristianos fundada por **San Marcelino Champagnat**. Los talleres gráficos de **Editorial Séneca** y **Editorial Cultura** fueron fundadas por los inmigrantes de la guerra, **José Bergamín** y **Emilio**, que intentaban rescatar la identidad del pueblo español pretendiendo propagar la literatura y los conocimientos científicos de la época. Manteniéndose también otras empresas editoriales como son **Aldina, Árbol, Ars, Bolívar, Botas, Centauro, Stilo, Estaciones, Estela, Galatea, Isidoriana, Laberinto, Leyenda, Lucero** y **Quetzal**.

A partir del año de 1980, comienzan a surgir nuevas alternativas con un enfoque modernista, lo cual se vuelve una novedad gracias a los ordenadores y nuevos programas informáticos y gráficos ofreciendo a los diseñadores la oportunidad de denegar la relación entre texto e imágenes.

Tradicionalmente, las revistas incluían artículos de formato más largo, que competían con la dosis diaria de los periódicos. Con pocas excepciones, las revistas adoptaban el mismo enfoque seco y severo en la composición que sus primos de la prensa diaria. (Jeremy, King, 2003 p. 8)

Lo que daba lugar a que las revistas se vieran en la necesidad de tomar similitudes de su competencia directa, teniendo en cuenta que no era razón suficiente para que su composición careciera de diseño.

Entonces florecían nuevas revistas las cuales hacían una fusión de forma y contenido como: **Tierra nueva, El Hijo Pródigo, Tiras de Colores, La Revista Rueca, México en el Arte**.

Las universidades introdujeron cursos de comunicación visual y añadieron clases de diseño a sus carreras de periodismo. Los diseñadores gráficos preparados empezaron a hablar de la "retícula" y el "proceso"... (King, 2011 p.32)

Esta etapa trajo como consecuencia que los diseñadores gráficos evaluaran las posibilidades sobre los periódicos, estableciendo que se requería de una determinación clara desde el principio de la estructura de dichas publicaciones y así alcanzarían el resultado deseado; por ello se atrevieron a experimentar diferentes composiciones, en consecuencia, el lector se veía cautivado a adquirir una revista por diversas razones como menciona Stacey King en su libro **Diseño de revistas: pasos para conseguir el mejor diseño**:

Las composiciones obligaban a los lectores a girar la revista de lado o ponerla invertida para leer el texto. Las técnicas irradiaban a la vez controversia e interés. (King, 2011 p.6)

Esto dio lugar a que el diseño editorial se comenzara a desarrollar de manera experimental; y fue el responsable de que el lector se viera atraído por cosas a las que no estaba acostumbrado.

Sin embargo, no se resta importancia a elementos establecidos dentro del diseño editorial, considerados como puntos de apoyo para la producción de una revista como son la retícula y sus componentes.

1.2.- ALTERNATIVAS PARA LA PRODUCCIÓN DE LA REVISTA

Una vez que se tiene la información, los anuncios publicitarios y las imágenes que contendrá la publicación, se da pie a iniciar con la estructura del diseño, donde se tienen contemplados aspectos como la planeación, presupuesto, materiales, tipos de impresión y formato que serán empleados en la publicación; para llevar a cabo la formación y el diseño con ayuda de un software de edición, pudiendo mencionar como ejemplos a **InDesing**, **PageMaker** y **QuarkXpress**; una vez finalizado este proceso se continúa con la impresión de un dummy para descartar posibles errores o cambios antes de imprimir la publicación.

Dando paso al proceso de producción donde se verá concluido el trabajo realizado; se comienza por tener listo un archivo electrónico donde esté organizado todo el material a imprimir. Posteriormente pasa por diversos procesos en la imprenta para ver finalizada la revista:

Proceso de fotomecánica: Este departamento se encarga de revelar los negativos que serán montados a las máquinas de impresión offset para la reproducción de cada pliego que conformará la revista. Se deberá revelar 1 placa por cada tinta que se utilice en el proceso de impresión.

Formación: Es donde se lleva a cabo la alineación de los negativos y el momento en que se revisa la calidad, medidas, número de piezas, registros, barras de calibración, guías de corte, la densidad y el medianil.

1.2.1 Proceso de impresión

Cabe mencionar que el proceso más utilizado para la reproducción de la revista es el offset y para éste pueden emplearse 3 tipos de máquinas:

La prensa litográfica plana: Donde se debe hacer manualmente el entintado y la presión, que generalmente es utilizada para trabajos artísticos.

Offset cilíndrico de hoja: Este tipo de máquinas imprime los formatos más conocidos y utilizados entre los rangos de 30 x 50 cm a 120 x 60 cm.

Offset rotativa: El papel que se emplea en este tipo de máquinas es continuo y se encuentra enrollado en bobinas. Utilizadas principalmente para la impresión de periódicos y revistas; tomando las primeras reproduc-

ciones realizadas como impresiones de prueba que sirven para ajustar el color, la uniformidad y el registro de los impresos, una vez afinados estos detalles se procede a la reproducción del tiraje requerido.

Corte: Una vez terminado el proceso de impresión se procede a cortar las páginas al formato planeado anteriormente para pasar al proceso de compaginación.

Compaginar: Este proceso es donde se ordenan las páginas que corresponden a cada ejemplar.

Doblado: Una vez que se tienen las revistas formadas con sus respectivas páginas, a través de una máquina de doblado se realiza el mismo que corresponde a cada una de las publicaciones.

Encuadernación: Las revistas son impresas y encuadernadas por secciones; el tipo de encuadernación que se empleará generalmente es determinado por el presupuesto.

Refinado: Este punto es donde se concluye el desarrollo de producción gráfica, que consiste en cortar cada extremo de la revista al formato previsto.

Por último se da pie a la distribución de la revista en diferentes puntos de venta, que es donde será exhibida para que el lector tenga acceso a ésta y pueda ser adquirida.

1.2.2 Alternativas de acabados y sistemas de impresión para la producción de revistas

El conocimiento de diversos procesos de impresión y acabados que pueden ser aplicados a una revista abrirán el panorama del diseñador para percatarse de las distintas posibilidades de experimentación a las que puede acudir y de esta manera aprovecharlas, partiendo de una correcta planeación de acuerdo a los recursos económicos con los que cuenta.

1.2.2.1 Acabados

Cartonaje: Hoy en día los empaques de cartón cubren gran número de necesidades ya que el precio, resistencia y rigidez, se vuelven puntos claves en la preferencia de éste material. Tomando en cuenta que el cartón es empleado en gran número de industrias y productos; sin dejar atrás el diseño previo que da oportunidad a la experimentación de formas y acabados, gracias a que pueden lograrse buenos diseños que luzcan y acaparen la atención en un anaquel, pudiendo emplearlo de tal manera que se vuelva un toque de identificación para la revista y que al mismo tiempo cree un vínculo con su público dependiendo del estilo, acabado, tipo de contenido, mercado, necesidades de protección y sobre todo que no eleve el presupuesto de manera considerada en la producción de la misma. (Imagen 23)

Cierres: Este acabado se refiere a los diversos métodos que se emplean para mantener cerrada una caja o al-

gún tipo de publicación, el cual brinda distintos mecanismos de cerrado con una variada selección de materiales de acuerdo a las necesidades y tipo de cierre que se requiera.

Cierre de cordel: Consiste en dos discos generalmente de cartón que son remachados a cada extremo del sobre, libro o revista (según sea el caso) con un cordel en uno de los extremos. Teniendo como ventaja un cerrado seguro pero un acceso rápido. (Imagen 24)

Imanes: Éste consta en la atracción de 2 imanes fijados a cada uno de los extremos que se deseen cerrar, creando un cerrado bastante hermético y funcional. (Imagen 25)

Velcro: El cerrado por medio de velcro tiene una función similar al de imán, sin embargo, una desventaja que se encuentra a su uso es que en ocasiones el fijado puede ser tan extremo que puede dañarse el soporte al intentar abrir el objeto. (Imagen 26)



IMAGEN 23.

El empaque de cartón garantiza la seguridad del producto, teniendo la ventaja de ser un material sólido, ligero y moldeable. (Cartón y microcanales, (sf), [En línea])

IMAGEN 25.

El imán es el mas discreto de los cierres ya que puede ser colocado debajo de cubierta de cada objeto, sin perder su hermeticidad. (Mytplast, (sf), [En línea])



IMAGEN 24.

El cierre de cordel puede ser encontrado en diversos objetos, sin que pierdan estética; pues tienen la facilidad de adecuarse a distintos materiales. (Promofolder, (sf), [En línea])

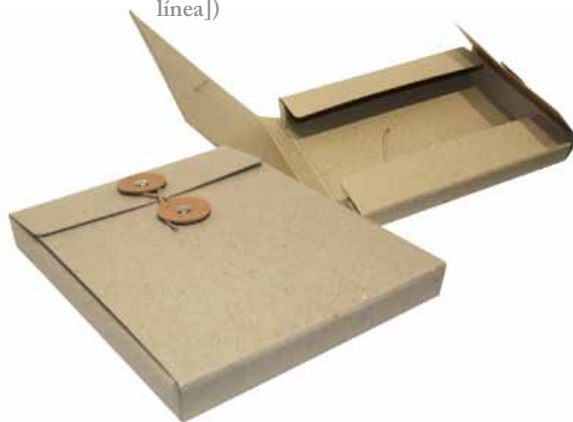


IMAGEN 26.

Son de fácil colocación gracias a su adhesivo, lo que permite colocarlos de forma limpia y fácil. (Mercaempresas, (sf), [En línea])





IMAGEN 28.

Cierre que puede ajustarse al tamaño requerido del objeto, sin ser maltratado (Soldaplastic, 2011, [En línea])

IMAGEN 27.

Gracias a que los corchetes metálicos brindan gran seguridad; estos son empleados en objetos que requieren mayor seguridad al cerrar. (Mi tarjeta hecha humo, 2011, [En línea])



Corchetes metálicos: Este tipo de cerrado se emplea principalmente en materiales rígidos aunque de cierta forma resulta complicado conseguir un corchete que se adecue a las necesidades estéticas del objeto; éste se compone de 2 partes denominadas macho y hembra las cuales otorgan un cierre bastante hermético que cada vez se ha ido mejorando en cuanto a estética y otorgan un acabado discreto. (Imagen 27)

Elásticos: Puede resultar una propuesta interesante que brinda la posibilidad de utilizar el elástico de formas diferentes sin el riesgo de maltratar el objeto; además de tener buen precio y accesibilidad. (Imagen 28)

Troquelado: “Troquelar significa “acuñar” ó “darle forma” a todo material blando y plano” (Ingraf, (sf) [En línea]). Consiste en la utilización de un soporte plano el cual utiliza un molde denominado suaje o troquel que tiene como función hacer perforaciones en materiales como papel, cartón, caucho o plástico; este proceso se lleva a cabo posterior a todos los acabados que se aplican en una impresión ya que de esta manera se le otorgarán los cortes, dobleces, perforaciones o refinados que requiera el material al que se esté aplicando. (Imagen 29)

Moldeo por inmersión: Este acabado consiste en un recubrimiento de PVC que sirve como protección para el impreso.

...los moldes de metal calentados se sumergen en un tanque de plastisol líquido. El calor del molde atrae el plastisol frío y provoca la formación de la pieza alrededor del molde. Los moldes se extraen del líquido y se someten a un proceso de cocción para solidificar el plastisol. (MFG.COM, 2012 [En línea])

Otorga diferentes ventajas al material en el que se aplica, como mayor durabilidad, flexibilidad y brinda un terminado que realza la naturalidad del producto. (Imagen 30)



IMAGEN 30.
Brinda mayor protección a los objetos en los que se aplica; evitando el contacto directo con las condiciones del medio ambiente al que pueda ser exuesto. (Kabul, 2006, [En línea])

IMAGEN 29.
A pesar de aumentar en gran medida el presupuesto de un proyecto, brinda un acabado muy original, donde el molde puede aplicarse también a proyectos futuros. (Ingraf, 2011, [En línea])

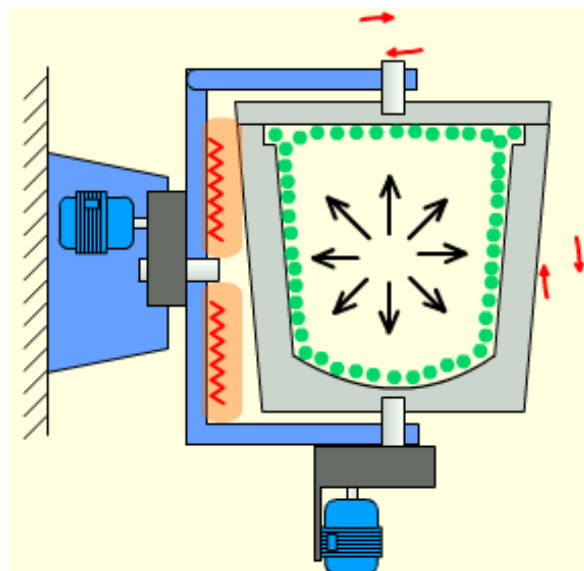




IMAGEN 31.

La estampación como tal, principalmente se aplica para conseguir imágenes a base de líneas negras sobre el fondo blanco o bien de líneas blancas sobre fondo negro. (Mora, 2010, [En línea])

Estampación:

...se emplean como herramientas de grabado buriles, puntas secas, ruletas o rascadores, con los que van tallando la matriz hasta conseguir el dibujo. En los procesos indirectos, primero se recubre la plancha con un barniz aislante y después se dibuja sobre él, para que el ácido muerda donde se desee. (Argote, 2003 [En línea])

Una vez terminado el grabado que tendrá como función ser la matriz, se comienza el proceso de estampación que tiene como característica ser un procedimiento lento en el que se cuidan los todos los detalles otorgando un acabado artesanal. Éste es un método de impresión en seco, generalmente aplicado en la elaboración de papelería comercial o invitaciones en relieve, mediante una plancha o molde grabado. (Imagen 31)

IMAGEN 32.

Es aplicado a una amplia gama de metales, donde puede moldearse cada uno de ellos para la aplicación deseada. (Estampaciones metálicas JOM, (sf), [En línea])



Estampación metálica:

En este proceso de conformado en frío es necesario ejercer una presión sobre una matriz o troquel en el que se sitúa el desarrollo del metal a trabajar para obtener la forma deseada. (Albax, (sf) [En línea])

Éste funciona como un proceso adicional a otros métodos de impresión permitiendo lograr acabados metálicos en cualquier superficie. (Imagen 32)

Encuadernación: En la actualidad existen diversas opciones de encuadernación a las cuales se pueden acudir como opción para dar un toque diferente a la revista.

Grapado: Es la técnica más común y económica en la que se insertan una o más grapas de metal atravesando el pliego central de las hojas. (Imagen 33)

IMAGEN 33.

Se observa que las hojas están unidas sólo por grapas, lo que da como resultado una encuadernación sencilla y al instante (a caballo). (Shanghai Chelnxi Printing Co, Ltd, (sf), [En línea])



❖ Capítulo I

Antecedentes y evolución del diseño editorial en revistas impresas

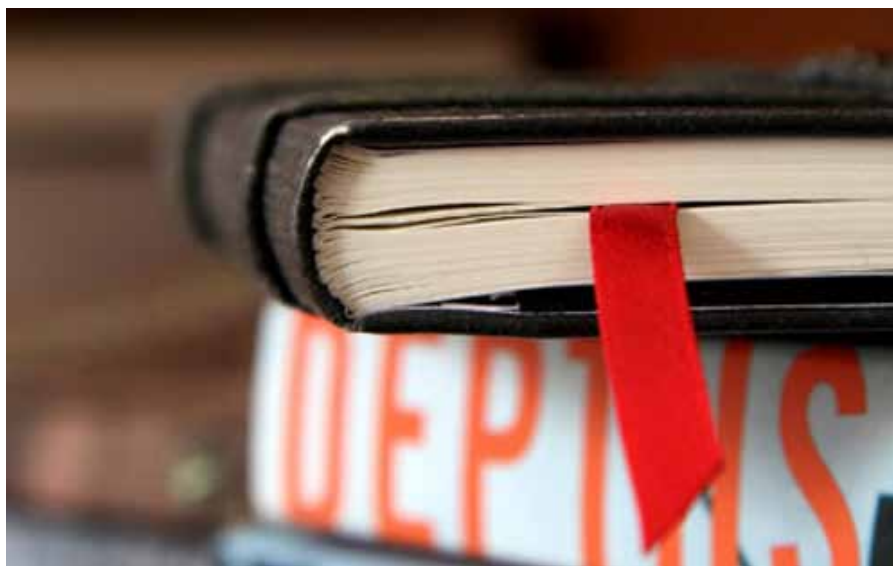


IMAGEN 34.

Esta encuadernación recibe el nombre de cosido puesto que se realiza por medio de cuadernillos regularmente es aplicada en libros. (Paperblanks, 2011, [En línea])

IMAGEN 35.

Este proceso es similar a la de cosido ya que se agrupan las hojas por medio de cuadernillos, sin embargo, en lugar de hilo se utiliza pegamento. Generalmente es empleada en revistas y libros. (Fotocopias, (sf), [En línea])



Cosido: Para este tipo de encuadernación se requiere el uso de una máquina donde se pueden coser los cuadernillos que conforman la revista por el lomo o las hojas sueltas por alguno de sus bordes. Esta técnica suele ser poco uniforme ya que se dejan hilos sueltos. (Imagen 34)

Encuadernación a la americana: En esta técnica pueden agruparse un gran número de hojas al mismo tiempo; este proceso se emplea generalmente en revistas y libros en el que se forman cuadernillos que son unidos a la cubierta mediante pegamento flexible. (Imagen 35)

Cosido con bramante: Esta forma de encuadernación es una de las más antiguas y resistentes, ésta se utiliza para la encuadernación de libros con pasta dura. En este proceso se forman los cuadernillos, se cortan y posteriormente se cosen por el lomo para ser pegados. (Imagen 36)

Encuadernación con alambre: En este tipo de encuadernación podemos mencionar tres variantes, la encuadernación en espiral, en alambre de doble anillo o en canutillo; éstas tienen en común un guillotinado previo de las hojas y las cubiertas antes de su encuadernación; las hojas tienen que ser perforadas con anterioridad para poder insertar el alambre en ellas. (Imagen 37)

Encuadernación en acordeón: Ésta se utiliza para unir dos bloques dentro de una revista utilizando una sola cubierta plegada en forma de acordeón como su nombre lo dice. (Imagen 38)



IMAGEN 36.

El cosido con bramante otorga al impreso un acabado elegante y artesanal de manera muy original. (Archindepe, 2009, [En línea])

IMAGEN 37.

Tiene como principal ventaja el poder maniobrar las hojas, evitando maltratarlas. (Templates block, 2011, [En línea])



IMAGEN 38.

Como se puede notar, la encuadernación en acordeón es empleado únicamente en impresos que cuentan con un mínimo número de páginas, pues de lo contrario su utilización sería complicada. (Valenciano, 2009, [En línea])

Encuadernación francesa: Este tipo de encuadernación es en la que una hoja de papel, que tiene dos pliegues perpendiculares que forman un cuaderno de cuatro páginas que se cose por el pliegue. (Imagen 39)

Encuadernación japonesa: Este método se caracteriza por que las páginas se cosen con un hilo continuo y adopta un efecto lujoso y poco habitual. (Imagen 40)

Pasta dura: Este acabado puede ser aplicado a un impreso de mediano o gran volumen ya que generalmente consta de sujetar cuadernillos de hojas que posteriormente son cubiertos con 2 tapas duras, las cuales pueden ir forradas de distintos materiales; como tela, cartulina, papel, plástico o piel; contando con 2 tipos de materiales; para aplicación en lomos redondos y planos según requiera el volumen y la presentación del impreso al que sea aplicado. Dentro de las ventajas que se pueden mencionar en cuanto a este acabado nos encontramos diversos materiales que otorgan una mejor presentación, mayor durabilidad y calidad. (Imagen 41)

Grabado láser: Este acabado permite la grabación de tipografía e imágenes sobre objetos duros o blandos mediante la tecnología láser, logrando técnicas en bajo y alto relieve según sea el objeto a grabar. Teniendo como ventajas la peculiar facilidad de aplicación en casi cualquier superficie, reduciendo en gran medida los residuos y que los programas utilizados para realizar los diseños en la computadora son totalmente compatibles con la máquina de grabado laser. (Imagen 42)



IMAGEN 39.

Se trata de la encuadernación más elegante y resistente. (Hozven, 2010, [En línea])



IMAGEN 41.
A pesar de elevar el costo de los impresos, otorgan mayor calidad al ejemplar. (Mercado libre, 1999-2011, [En línea])

IMAGEN 40.
Encuadernado artesanal que es considerado el más antiguo aplicado a libros. (Alcaraz, 2011, [En línea])



IMAGEN 42.
Acabado de gran calidad, donde se realzan gran número de detalles. (T&G Innovations, 2011, [En línea])

IMAGEN 43.

Acabado que día a día se ha posicionado en la preferencia del cliente, puesto que tiene muchas ventajas en cuanto a calidad, sin elevar mucho el presupuesto (Bolsalea, 2011, [En línea])

Barniz UV brillante: Éste sirve como protección a materiales impresos para futuros acabados a los que pudiera someterse además de proveer un efecto brillante en la superficie en la que se aplica, otorgando un nivel superior de calidad, resistencia al agua, mayor duración y protección de los ejemplares. Teniendo como variantes de aplicación: (Imagen 43)

-Barnizado UVI brillo o mate: es un poco más económico que el plastificado. El acabado es prácticamente el mismo.

-Barniz UVI reserva: Es un barniz aplicado a una zona concreta del impreso para destacar algo sobre el resto del impreso.

-Barnizado offset: Consiste en extender una capa fina de barniz transparente (brillo o mate) realizado en línea con la impresión (como si fuese un color más). Se da a toda la superficie del pliego, o parcialmente si se quiere reservar. (Grupo MANAS, 2006 [En línea])

Al tener las anteriores opciones de aplicación para barniz UV nos da enormes posibilidades de emplear este tipo de acabado, aunado a un costo accesible y una mejor presentación para el público.

Plástico LAMBDA: Como menciona Scott Witham en su libro **Acabados de impresión y edición de Soportes y formatos para promociones**, la impresión



LAMBDA se ha convertido en lo último en cuanto a impresiones de tecnología digital la cual es empleada para conseguir resultados de alta calidad fotográfica desde un disco.

Este estilo de impresión se caracteriza por no utilizar negativos para su reproducción, transfiriendo las imágenes directamente desde los archivos generados digitalmente a materiales reflectantes o luminosos. (Witham, 2008, p. 48) (Imagen 44)

Borde metalizado: Este acabado se encuentra aplicado en libros, se trata de una cubierta metálica en los bordes después del guillotinado, en algunas ocasiones como complemento del lomo y en las cubiertas de las publicaciones. (Imagen 45)

Pliegue transversal: Aplicado a grandes formatos donde debe tomarse en cuenta que la impresión debe doblarse a un tamaño manejable que se adecue al formato final. Tomando en cuenta aspectos como el tipo de papel, gramaje y formato. (Witham, 2008 p.50) (Imagen 46)

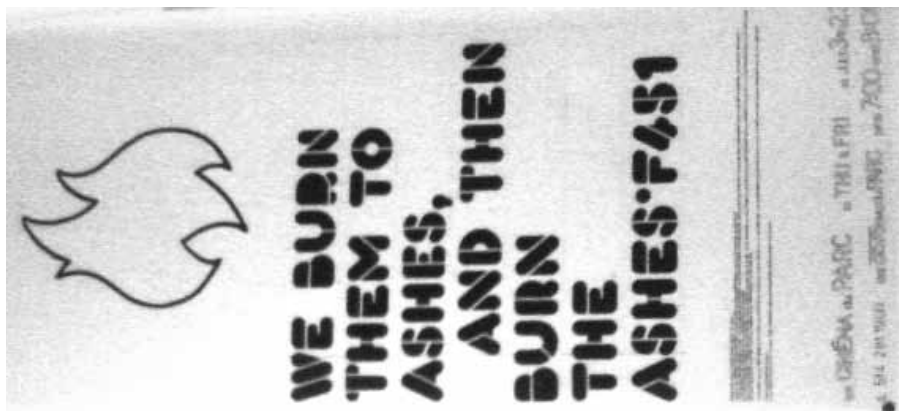


IMAGEN 44.

Es un sistema de impresión que reduce costo significativamente por no emplear negativos al momento de su reproducción ya que éste es directamente desde la computadora. (Witham, 2008, p.48)

IMAGEN 45.

Brinda a la publicación un efecto elegante y sofisticado, pues es mayormente aplicado en empastados gruesos. (Witham, 2008, p.48)

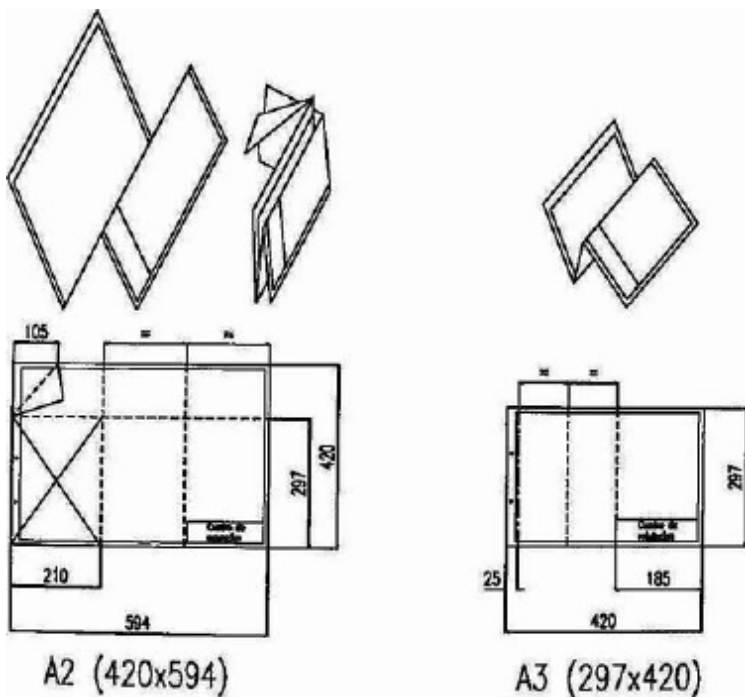


IMAGEN 46.

Se trata de una acción realizada mediante una cuchilla para realizar pliegues en un documento. (UPV-EHU, (sf), [En línea])

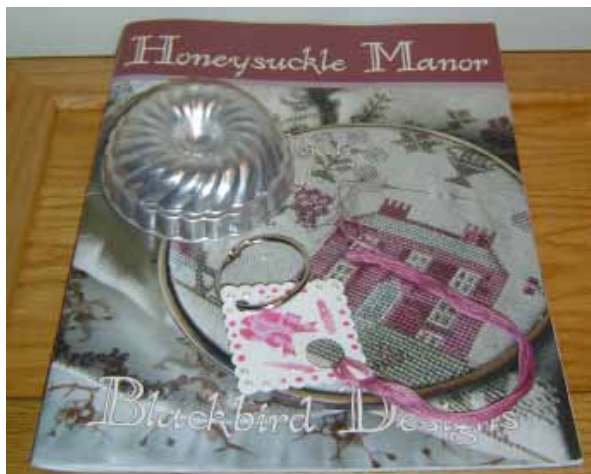


IMAGEN 47.

Este acabado es muy original ya que difícilmente se encuentra en una publicación de gran volumen ya que requieren de atención personalizada. (Casa cenina, 2001, [En línea])

Acabado a mano: En ocasiones para dar un efecto artesanal a un trabajo se recurre a este tipo de terminado, ya que algunas veces es la única manera de finalizar un proyecto. (Witham, 2008 p.64) (Imagen 47)

Laminado: este acabado se trata de añadir una capa de plástico que sirve como protección al medio, otorgándole un aspecto más vistoso a los colores y el cual varía dependiendo del tipo de laminado, ya sea mate o brillante; el laminado mate intensifica los colores pero resta brillo al papel y el laminado brillante intensifica el brillo. (Imagen 48)

Hendido: Este acabado tiene como función evitar que se rasguen o maltraten las piezas de papel que posteriormente se pretenden doblar, de esta manera evita que se pueda perder la calidad en cada uno de los impresos "Los soportes con más gramaje muchas veces precisan de un doble hendido para que la resistencia que ejerce el plegado sea menor." (Gupost S.A., 2011 [En línea])

Este tipo de acabado se emplea principalmente en productos que están planeados para ser doblados y el gramaje del papel o la cantidad de tinta que se emplea en ellos pueda dificultar su doblez como es el caso de los trípticos, carpetas, embalajes, revistas y libros. (Imagen 49)

IMAGEN 48.

El laminado, ya sea ya sea en presentación mate o brillante, protege, brinda rigidez y realza los colores de la impresión. (Dosparquets, (sf), [En línea])

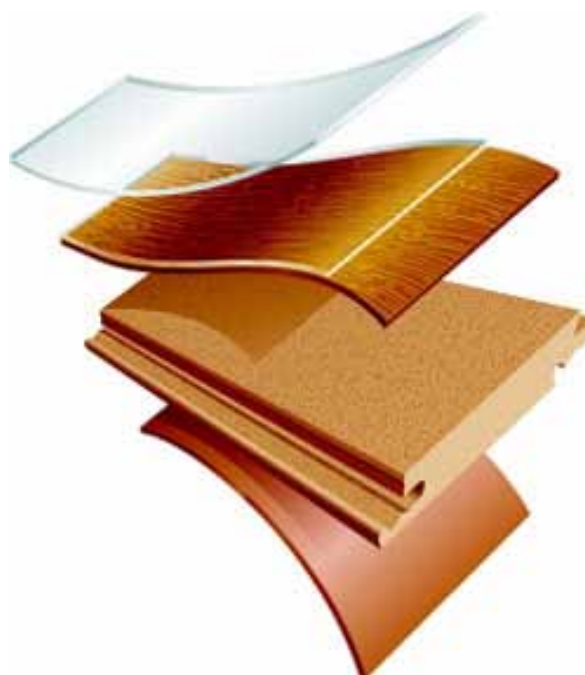


IMAGEN 49.

Se le llama hendido al doblez que sufre un sustrato en la superficie. (Invitaciones boda, (sf), [En línea])



Desplegables:

Los desplegados se pueden crear mediante troquelado, pero, en vez de eliminar la sección troquelada, se añade de desplegado en dirección opuesta a la dirección natural de las páginas plegadas. (Witham, 2008, p. 113)

Este acabado lo podemos encontrar principalmente en libros Pup Op o tarjetas de felicitación lo cual da un toque diferente e interesante a cada una de las publicaciones a las que se aplica, teniendo desde sencillos trazos hasta los más elaborados y que crean una interacción con el usuario. (Imagen 50)

Impresión 3D: Como menciona Scott Witham en su libro **Acabados de impresión y edición de Soportes y formatos para promociones**, la impresión para 3D tiene un proceso complicado donde la capa que se aplica en el fondo tiene que estar sobredimensionada y las capas que estarán en planos de profundidad similares deben agruparse; posteriormente se deben exportar distintas combinaciones de las capas de animación para crear los ángulos de visión. (Witham, 2008 p.118) (Imagen 51)

La aplicación de una animación 3D, es un tanto complicada y elevada en cuanto a costos de producción, sin embargo, otorga a la publicación un toque totalmente revolucionario para el lector, ya que los efectos de movimiento en las imágenes son un punto clave para que se capte la atención del usuario.



IMAGEN 50.

Se utiliza la papiroflexia dentro de una publicación, donde se permite que las imágenes cobren movimiento y/o tridimensionalidad. (Subaquatica, 2006, [En línea])

IMAGEN 51.

Se emplea un método de impresión que utiliza la sublimación para transferir imágenes directamente a una hoja lenticular donde se crea el efecto 3D. (Xataka foto, (sf), [En línea])





IMAGEN 52.

Este acabado lo encontramos principalmente en credenciales, gafetes y tarjetas de presentación. (Alamaula, 2011, [En línea])

IMAGEN 53.

La película de plástico tiene la función de realzar los colores y la calidad del impreso donde se aplica. (For business design, 2011, [En línea])



Encapsulado: Se trata de un plastificado rígido utilizado principalmente para pequeños formatos, teniendo por ventaja la protección del documento con posibilidades de limpiarlo o exponerlo al agua sin la preocupación de maltratar la imagen sobre la que este implementado, además de aumentar la intensidad de los colores y tonos de la impresión. (Imagen 52)

Estampado en foil:

EL Foil es una película de plástico transparente que se presenta fabricada en rollos y sobre la cual esta colocada una delgadísima capa de material adherible, que se transfiere al material a imprimir por medio de alta temperatura. (Masda Argentina, 2006[En línea])

La aplicación en Foil es empleado a textiles, plásticos, vidrios y papel otorgando un acabado peculiar ya que puede emplearse en colores metálicos y holográficos. (Imagen 53)

Con la gran diversidad de acabados que existen, en conjunto con los distintos sistemas de impresión a los que se tiene acceso, pueden lograrse propuestas novedosas que atraigan la atención de nuevos lectores.

1.2.2.2 Sistemas de impresión

Serigrafía: Es una técnica de impresión de documentos e imágenes sobre cualquier material, la cual consiste en transferir una tinta a través de una malla. La ventaja de este sistema es que al ser lograda la primera impresión, ésta puede ser repetida cientos y hasta miles de veces sin perder definición. (Imagen 54)

Este sistema de impresión es uno de los más económicos al emplearlo en grandes cantidades y compatible para cualquier tipo de soporte. La serigrafía puede verse plasmada desde la producción como obra de arte en dibujos y carteles, estampado en lonas y textiles, plásticos promocionales, vitrales, madera, azulejos, etiquetas, cuero e incluso puede llegar a ser aplicada sobre alimentos como galletas, chocolates, paletas y panes, obviamente empleando tintas comestibles.

Flexografía: Este sistema esta caracterizado por ser una técnica de impresión en relieve, que es capaz de adaptarse a gran cantidad de soportes o sustratos. (Imagen 55)



IMAGEN 54.

Este método de impresión es muy demandado, ya que puede ser aplicado en cualquier tipo de superficie y en grandes cantidades sin perder definición. (Gialeimpresos,2011, [En línea])

IMAGEN 55.

Requerido por gran número de empresas para la reproducción de envases, desde cajas de cartón corrugado, bolsas de papel y plástico, entre otros. (Flexografía.com, (sf), [En línea])



IMAGEN 56.

Esta técnica de impresión es cien por ciento artesanal donde se utiliza una piedra litográfica para cada tinta que se aplique a la impresión. (Admiveypole, 2011, [En línea])



Litografía: Se refiere a la técnica de estampación utilizada principalmente para una presentación artística de trabajo impreso, el cual ha sido desplazado actualmente por los demás sistemas de impresión existentes en el mercado. Se trata de un procedimiento de estampación plano utilizada principalmente en el grabado, donde pueden plasmarse imágenes o textos realizados a mano sobre piedras litográficas, las cuales son cada vez más escasas y están siendo reemplazadas por placas de zinc o aluminio. (Imagen 56)

Impresión de tipos móviles:

Se aplica tinta a las zonas más prominentes de la superficie de impresión y a continuación se transfiere al papel o cualquier otro soporte. (Diseño Gráfico, 2004 [En Línea])

Este sistema de impresión es el más antiguo que existe, teniendo como ventaja una nitidez superior al imprimir cada uno de los caracteres directamente sobre el papel, actualmente es utilizado en trabajos especiales o en las numeraciones de algunos impresos, empleándolo principalmente como folio. (Imagen 57)

Xilografía: Caracterizado por ser un sistema de impresión artística de relieve tallado sobre madera en el que se forja una imagen, la cual es tallada a mano y posteriormente plasmada en papel utilizando tintas grasas; pueden emplearse una o varias tintas a la hora de impresión; cuando son diferentes las tintas que se emplean, tiene que grabarse cada uno de los colores en planchas separadas de madera.



IMAGEN 58.
El uso de la xilografía es utilizado generalmente para la aplicación de grabados artísticos; utilizando como matriz una placa de madera. (Hamid, (sf), [En línea])

La aplicación de esta técnica puede verse plasmada por ejemplo en estampillas religiosas, libros y carteles, puesto que fue el primer sistema de impresión en desarrollarse. (Imagen 58)

Estereotipia: Sistema de impresión que actualmente se encuentra en desuso ya que el proceso de impresión era lento y costoso pero en los años 70 esta técnica era empleada en la impresión de periódicos. Recibe este nombre de modo que se dedica a imprimir por medio de planchas en lugar de formar palabras a través de letras sueltas como se hacía en la impresión de tipos móviles. (Imagen 59)

IMAGEN 57.
Este sistema es considerado como el más antiguo y el impulsor de los sistemas de reproducción que conocemos hasta ahora. (Hernández, 2008, [En línea])



IMAGEN 59.
Actualmente, esta forma de reproducción ha desaparecido ya que se cuentan con nuevas tecnologías que han agilizado el tiempo de entrega y a la vez se reducen costos de reproducción. (El tiempo, (sf), [En línea])



Chorro tinta: Sistema de impresión en la que se plasma una imagen directamente desde la computadora por medio de chorros de tinta, como su nombre lo menciona, entre las ventajas de este tipo de impresión resalta que los equipos son compactos, no producen tanto ruido como una impresora de impacto y depositan la tinta en puntos más pequeños que una impresora de matriz, sin embargo, no tiene gran velocidad al momento de imprimir y la calidad que maneja a comparación de una impresión en láser es menor, ya que incluso al imprimir textos en pequeños puntajes, éstos tienden a distorsionarse. (Imagen 60)

Láser: En la impresión láser, igual que en la de chorro de tinta, se plasma una imagen directamente desde la computadora pero ésta se lleva a cabo por medio de un haz de luz láser, con la que se captura la imagen que va a ser impresa. Utilizando cartuchos de tóner, lo cual tiene por ventaja otorgar un acabado de calidad donde pueden distinguirse gran parte de detalles en una imagen, alta resolución y mayor rapidez que el chorro de tinta, lo que da un acabado muy profesional al archivo impreso. (Imagen 61)



IMAGEN 60.

Forma de reproducción accesible; tiene como desventaja la pérdida de definición al momento de imprimir de modo que las tintas se expanden en el papel. (Comercio digital, (sf), [En línea])costos de reproducción. (El tiempo, (sf), [En línea])



IMAGEN 61.

Las impresiones a láser tienen gran similitud a las de chorro de tinta debido a que también son accesibles pero brindan mayor definición. (Tincho, 2011, [En línea])

1.2.3 Soportes

Para seguir ampliando las posibilidades de experimentación en la realización de una revista se muestra a continuación una tabla en la que se mencionan los soportes y papeles mayormente utilizados en los proyectos y procesos de producción editorial.

Estos soportes constan generalmente de hojas fabricadas con fibras vegetales obtenidas por medio de procesos mecánicos y químicos, aumentando los gramajes conforme a la cantidad de fibras que se vayan añadiendo a la pasta que los conforma o uniendo cierta cantidad de hojas de un mismo papel, para que al ser prensados con un adhesivo éstas formen una sola cartulina de mayor gramaje a la que originalmente se fabrica. Estos procesos

1.2.4 Tintas

Otra opción que no se toma en cuenta a la hora de planear la impresión de una revista es el tipo de tintas que existen, sin duda hay gran variedad de ellas; desde los colores pantone o las tintas para cuatricromía. (Imagen 62)

Tintas perfumadas: Pueden encontrarse en gran variedad de aromas. Éstas suelen suministrarse por medio de serigrafía con una base acuosa sobre el impreso.

Tintas termosensibles: Estas tintas permiten aplicar al diseño un acabado original y vistoso; la ventaja de esta tinta es que puede moderarse su comportamiento dependiendo de la temperatura que se administre, cuando la tinta alcanza su temperatura de calibración, ésta desaparece.

Tintas rascables: Este tipo de tintas se emplean principalmente en boletos ya que la tinta es bastante frágil y difícil de manipular; tiene base de látex y es suministrada en color metálico ya que su función principal es ocultar el área sobre la que se imprime.

Tintas perladas: Estas tintas son casi transparentes y pueden ser impresas sobre cualquier soporte creando tonalidades metalizadas de colores variantes, cuando son vistos en un ángulo de 45 grados.

realizados química y mecánicamente tienen como ventaja reducir la tala de árboles y el ahorro del 10% de agua en comparación con la obtención de una pasta virgen, para la fabricación de papel, tomemos en cuenta que un mismo pliego de papel puede reciclarse de 3 a 8 veces.

La enorme variedad de soportes que actualmente existen en el mercado, nos brinda la posibilidad de experimentar con cada uno de ellos y explotar sus características para que la presentación de cada impreso, al que es aplicado, sea de mayor o menor calidad dependiendo de los costos y características que nos brinda cada sustrato. (Esquema 1 [siguiente página])

Tintas fotocromáticas: Estas tintas son definidas como de alta tecnología y cuando son expuestas a la luz del sol o a la luz ultra violeta cambian de color de forma reversible.

Tintas fosforescentes: Éstas cuando están en plena oscuridad, reflejan un color verdoso, azulado o amarillo, según los pigmentos, sin embargo, cuando están expuestas a la luz directa no son visibles.

IMAGEN 62.

Gama de colores Pantone (definido como un sistema de identificación, comparación y comunicación del color utilizado para las artes gráficas) (Soto, 2011, [En línea])



Esquema 1.

En esta tabla se mencionan diversos tipos de papel, en donde se describen las principales características de cada uno y sus formas de uso.

Tipo de papel	Características	Usos principales
Papel prensa	Papel hecho principalmente con pulpa de madera prensada mecánicamente, con una vida más corta que otros papeles, de producción económica. Es el papel más barato que puede soportar los procesos de impresión normales.	Periódicos y comics
Antiguo	Tiene el acabado menos elaborado que se le puede dar al papel para offset.	Para dar textura a publicaciones como informes anuales
Sin pulpa	La categoría con mayores aplicaciones para imprimir y escribir, incluida toda la papelería de oficina e impresión comercial en offset.	Papel de oficina (para impresoras, fotocopiadoras y usos de papelería)
Mecánico	Obtenido de la pulpa de la madera. Contiene ligninas ácidas. Apto para aplicaciones de vida corta, puesto que amarillea y se decolora.	Periódicos y guías
Cartulina	Cartón mate	Soporte de cubiertas
Artística	Papel de alta calidad con una carga de yeso o caolin para obtener una buena superficie de impresión, especialmente para los bitones, en los que es importante la definición y el detalle. Tiene un gran brillo	Impresión en color, revistas
Satinada	Papel barnizado, con un acabado muy brillante que se le aplica durante el prensado con un tambor de metal caliente y pulido.	Impresión en color de alta calidad
Cromo	Papel con cobertura impermeable por un lado para obtener buenos resultados de estampado y de barnizado.	Etiquetas, envoltorios y cubiertas
Cartridge	Papel blanco grueso usado sobre todo para dibujos con lápiz o con tinta.	Para dar textura a publicaciones como informes anuales
Cartón gris	Cartón, forrado o no, hecho de papel reciclado.	Usado para material de embalaje
Aterciopelado	Papel con cobertura de borra, polvo de lana o de fibras vegetales usado para dar un aspecto aterciopelado o de tela.	Cubiertas decorativas

1.3.- LA REVISTA Y SUS PARTES

1.3.1 Portada

La portada es el elemento que tiene la primera vista e impresión del lector, ya sea en un quiosco o por correo directo; ésta termina siendo la parte más importante de la revista ya que es el componente que marcará la diferencia y que deberá destacar de entre las demás publicaciones, captando así la atención del lector por encima de todo lo que lo rodea; las portadas deben ser impactantes y mostrar el contenido más interesante de la publicación. (Imagenw 63 - 69)

Para la elaboración de una revista deben contemplarse diversos elementos que están relacionados con su producción, cada uno desarrollando distintas funciones que en conjunto proporcionan informaciones básicas al lector.

Titulares de portada: Su principal función es atraer al lector para comprar la revista. También sirve como identificador dado que comparten características únicas como el tamaño, color, tipografía y la mayoría de los titulares son diseños fijos convirtiéndose en un estilo de firma de cada una de éstas.

Los titulares de portada también sugieren a los nuevos lectores acerca de los temas que trata la revista, pueden ser elocuentes, informativos e ingeniosos.



Imagen 63.

Portada de la revista GQJapan. Publicación de Enero 2001. En la cual el encabezado es demasiado perceptible puesto que abarca casi una tercera parte de la portada. (Jeremy, King, 2003, p. 75)

❖ Capítulo I

Antecedentes y evolución del diseño editorial en revistas impresas

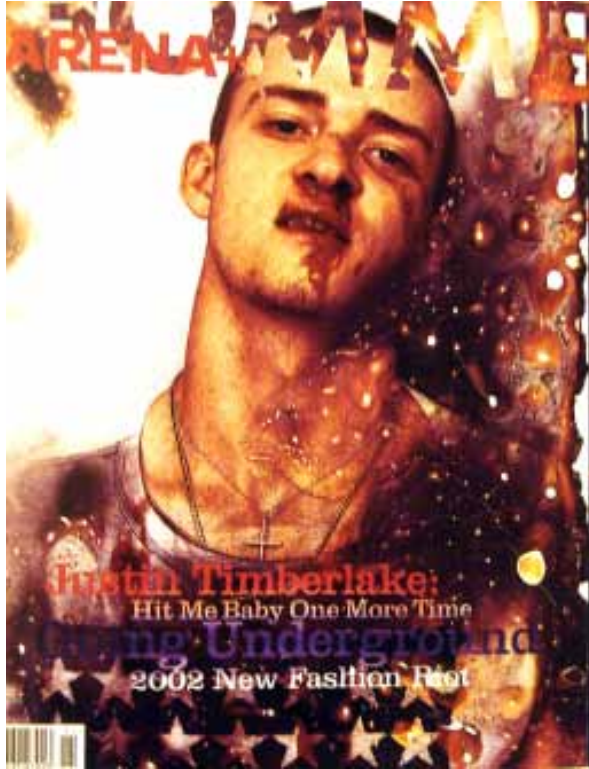


Imagen 64.

Portada de la revista Homme Arena. Revista británica masculina. Publicada cada 2 años, este ejemplar corresponde al 2002. (Jeremy, King, 2003, p. 71)



Imagen 65.

Portada de la revista Out, que es una publicación norteamericana enfocada al entretenimiento, estilo de vida y moda del hombre homosexual. (Blogswow, 2006 - 2012, [En línea])



Imagen 67.

Portada de la revista *Typographicsche Mitteilungen*. Publicada en diciembre de 1959. Es una muestra de portada con composición abstracta puesto que se emplea formas geométricas. (Foges, 2002, p. 21)

Imagen 66.

Se muestran las portada de la revista *Exit*, sólo se diferencian por la gama cromática, puesto que la composición es la misma para todos los ejemplares, éstas son muestra de portadas que no recurren a alguna imagen debido que únicamente los elementos que se observan son el cabezal y el código de barras. (Jeremy, King, 2003, p. 52)



❖ Capítulo I

Antecedentes y evolución del diseño editorial en revistas impresas



Imagen 68.

Portada de la revista Harper's Bazaar, dirigida a mujeres independientes, con clase y estilo; pues en cada una de sus páginas se puede percibir la sensación de buen gusto y sofisticación que se identifica con el público meta. (Harper's bazaar, 2012, [En línea])

Imagen 69.

Portada de la revista Vogue, dirigida para público femenino. El cabezal está integrado con la fotografía puesto que se percibe que la letra G, es sustituida por la cara de la modelo; respecto a la tipografía la mayoría se encuentra en altas. (Foges, 2002, p. 22)



Código de barras: Este elemento sirve como identificador del producto ya que cuenta con información detallada de la publicación, contenida en una base de datos.

Precio: Otro factor que puede marcar la diferencia en la compra de una publicación está relacionada con el precio, el cual debe ser visible a pesar de que ya se tenga una idea del costo aproximado de la publicación.

Fecha: Tiene como función informar al lector que está adquiriendo el último número emitido por la revista, por lo tanto el editor decide si los impresos llevarán una numeración secuencial o serán identificadas por la fecha en las que son editadas.

Imágenes: Como menciona Chris Foges en el libro *Diseño de Revistas*, en la actualidad la mayor parte de publicaciones muestra una imagen simple e icónica que se entiende a primera vista y se aprecia desde lejos; en cambio algunas revistas representan imágenes más

complejas y detalladas que requieren un cierto estudio antes de entenderlas o apreciarlas. (Foges, 2002, p.27)

Estas alternativas de imagen en una portada da la opción de utilizar gran variedad de imágenes, fotografías o ilustraciones donde se sintetice el concepto que se desee comunicar dentro de la publicación, buscando reafirmar y ampliar su grupo de lectores. En algunos casos las portadas pueden contener más imágenes que sirvan como apoyo a la imagen principal.

Banderas: Son los textos donde se mencionan algunos de los artículos que tiene la revista como contenido.

Cintillo: En este caso se maneja como una pleca sobre la imagen principal donde se destacan los artículos más importantes de la revista.

Flash: Es una plasta o figura manejada en forma de estrella que es utilizada para anunciar promociones, concursos o contenidos especiales en la publicación actual o futuros números.

1.3.1.1 Marca

Esta parte de la revista presenta la identidad que la publicación desea reflejar al lector, expresando en ella sus ideas, sentimientos y el trabajo que está detrás de la organización de la misma empresa. (Imagen 70 y 71)



Imagen 70.

Logotipo de la revista *Muy Interesante*, en el cual se emplea una composición tipográfica en color blanco, resaltando sobre fondo rojo. En esta revista se incluyen artículos a cerca de ciencia, tecnología, historia, informática y curiosidades. (El sobre de los blogs, 2007, [En línea])

Imagen 71.

Logotipo de la revista *Picnic*, que es una publicación impresa periódicamente donde se buscan nuevas formas de expresión por medio de una imagen. (Jellyfish, 2010, [En línea])



1.3.1.2 Eslogan

Este componente se sitúa generalmente debajo del logotipo y puede aportar gran valor a la publicación pues puede haber lectores que se identifiquen con el concepto que la revista decida manejar. (Imagen 72)

Con la utilización de un slogan se pretende llamar la atención del lector al resaltar ciertas cualidades de la publicación o al ser tomado como un valor simbólico sobresaliendo de entre la competencia.



Imagen 72.

Portada de la revista Algarabía donde se resalta la marca de dicha publicación, acompañado de su eslogan correspondiente. (Algarabia, 2011, [En línea])

1.3.1.3 Retiración de portada

La mayor parte de éstas son destinadas para la publicidad, de lo contrario puede encontrarse en ellas los créditos, contacto editorial o incluso una breve reseña del contenido en general.

1.3.2 Contraportada

Algunos editores de revista suelen considerar que las contraportadas son poco útiles por lo que en la mayor parte de los casos son vendidas para publicidad, ya que es considerado un lugar sobresaliente para colocar un anuncio.

Como menciona Chris Foges en su **libro Diseños de Revistas**, algunas revistas optan sacrificar estos ingresos extras como es el caso de la revista **Creative Review** que utiliza la contraportada para hacer más extensa la imagen de la portada; otros caso es **la revista Dazed & Confused** la cual propone 2 portadas en la misma revista; **la revista Eye** utiliza la contraportada como guía del contenido de la publicación. (Foges, (sf) p.39)

Estas revistas otorgan cierta peculiaridad a sus impresos por el hecho de no utilizar publicidad en la contraportada marcando la diferencia a pesar de no obtener los ingresos extras que le traería un anuncio publicitario. (Imagen 73 y 74)



Imagen 73.

Portada y contraportada de la revista Dazed & Confused, en la cual se muestra que la composición de ambas están en contraposición, debido a su orientación. (Foges, 2002, p. 39)



Imagen 74.

Portada y contraportada de la revista Creative Review, donde se aprovechan para que sea sólo una imagen extendida y la contraportada no es vendida para publicidad. (Foges, 2002, p. 40)

1.3.1.3 Retiración de contraportada

Al igual que la retirada de portada, esta página generalmente se destina a aspectos publicitarios, también puede manejar detalles como un glosario de la publicación o algún correo de contacto para los lectores.

Deducimos que es de suma importancia que la revista cuente con todas las partes anteriormente expuestas, pues el lector estará bien informado acerca de la publicación que desea adquirir.

1.3.3 Lomo

La encuadernación de una revista dependerá del número de páginas que contenga, del presupuesto y de factores como la duración que ha de tener. La mayoría de las revistas contienen cientos de páginas y están perfectamente encuadernadas, dejando una superficie lisa entre la portada y la contraportada a la que muy a menudo no se le da importancia: el lomo. (Foges, 2002, p.38)

Esta parte de la revista puede parecer poco importante por la dimensión que utiliza, sin embargo, es un elemento primordial ya que tiene como función reforzar la marca y el contenido de una publicación y en algunos casos llega a ser incluso más visible que la propia portada dependiendo de el estante donde se exhiba. (Imagen 75)



Imagen 75.

Lomos de la revista Arena, los cuales en conjunto integran una imagen, provocando que el cliente se interese por adquirir cada número. (Foges, 2002, p. 38)

1.3.3.1 Fajas o fajillas

En algunos casos las revistas optan por la utilización de fajas la cuales tienen como función evitar que los lectores hojeen o lean una publicación sin antes haberla comprado, añadiendo un toque diferente al impreso, el cual también puede ser utilizado como un artículo publicitario. (Imagen 76 y 77)

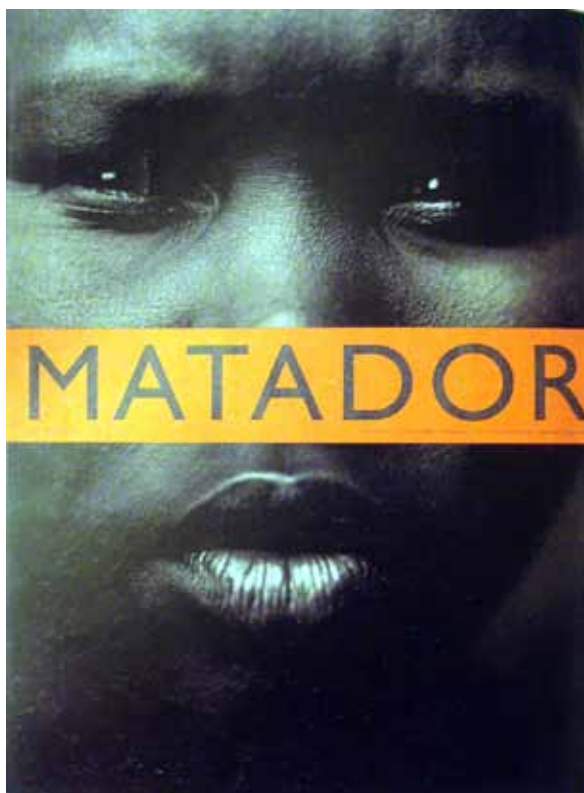


Imagen 76.

Portada de la revista Matador. En ésta se observa la utilización de una faja o cintillo que contiene el nombre de dicha publicación. (Foges, 2002, p. 44)

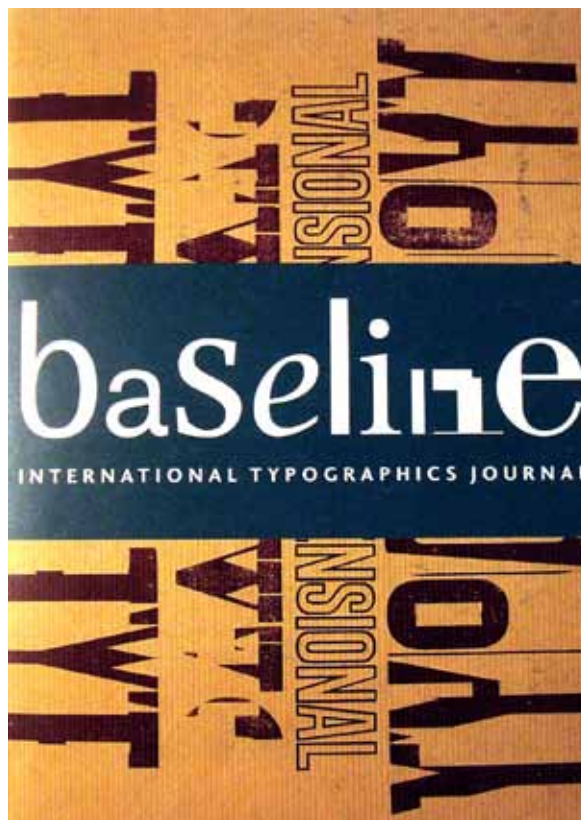


Imagen 77.

Portada de la revista Baseline. Ésta es un ejemplo de portada tipográfica; por lo tanto se hace uso de una fajilla para resaltar el cabezal. (Foges, 2002, p. 45)

1.3.4 Interiores

Páginas de sumario: Estas páginas tienen como función hacer un resumen que anticipe los contenidos en la publicación, señalando la nota y la página donde puede ser encontrada. *“En algunos casos la funcionalidad puede ser lo más importante para el diseñador; en otros casos, lo prioritario es una presentación llamativa”.* (Foges, 2002, p.38)

Lo que deja ver, que a pesar de ser una página funcional no está peleada con el resto de la publicación, porque no forzosamente tiene que seguir una estructura rígida y carente de diseño en comparación con el resto del contenido. (Imagen 78 y 79)

Página índice o de contenido: Esta hoja dentro de la publicación es donde aparece una lista ordenada de capítulos o apartados contenidos dentro de la revista, indicando el número de página en la que comienza cada artículo o sección. (Imagen 80)



Imagen 78.

La composición que se aplica a los sumarios de revistas suele ser variado pero sin perder la función principal de informar al lector acerca del contenido del impreso. (Revista grandes empresarios,(sf), [En línea])

Imagen 79.

El sumario de una revista se presenta como un breve resumen del contenido que se encontrará en la publicación. (Saknite, 2010, [En línea])



Imagen 80.

Esta página menciona los temas contenidos en la revista e indica en qué página se encuentra ubicado. (Arte y medios, 2006,[En línea])





Imagen 82.

Las aperturas de cada sección también pueden contener una breve reseña del contenido próximo a encontrar. (Cuatro tipos, 2008, [En línea])

Artículos:

...la mayoría de las revistas se dividen en artículos principales y artículos de relleno: los artículos principales suelen ocupar varias páginas y los de relleno suelen ser noticias o informaciones de interés. (Foges, 2002, p.82) (Imagen 81)

Al ser publicaciones que tratan gran variedad de temas se dividen en una serie de textos independientes, estos son definidos como artículos que en conjunción forman el cuerpo y contenido de la publicación.

Aperturas de sección: Éstas son de gran importancia dentro de una sección en la publicación, puesto que funcionan como imagen impactante dentro de la cantidad de texto manejada en ésta.

Una apertura de sección puede manifestarse como un divisor creando cierto ritmo en la publicación, creando también un espacio libre para el lector. (Imagen 82 y 83)

Entradilla: Su función es crear un vínculo entre el título y el cuerpo de texto, tanto en el aspecto visual como en el textual, haciendo una breve introducción que informe al lector sobre lo más relevante del tema a tratar en ese artículo.

Imagen 81.

Se refiere a las páginas que forman el cuerpo de la revista, exponiendo ensayos con temáticas variadas los cuales son escritos por distintos autores. (Arte y medios, 2006, [En línea])



Imagen 83.

Estás tienen como función principal, incentivar al lector por medio de imágenes para que se interese en la lectura de una sección en la revista. (Cuatro tipos, 2008, [En línea])



Una entradilla generalmente no excede de 5 párrafos, y al terminar se diferencia del resto del texto por medio de una línea vacía. (Imagen 84)

Infografía: Es uno de los elementos utilizado para transmitir información clara, factible y precisa por medio de imágenes, mapas, gráficos o cualquier otro tipo de ícono que sirve como instrumento de motivación para la lectura de un artículo. (Imagen 85)

Créditos: En una publicación siempre debe de incluirse esta información, pues presenta a los colaboradores que participaron en la realización del impreso, en algunos casos se incluyen datos bibliográficos o anécdotas de cada uno, familiarizando de esta manera al lector con las personas que intervinieron en el número de la revista.

Pies de foto: Se trata de un pequeño texto que acompaña a una fotografía o ilustración donde se especifica su contenido, el cual debe ser breve pero explicativo.

Número de página: Tiene como función orientar al lector dentro de una publicación, haciendo más rápida la localización de una página en específico que se desee consultar.



Imagen 84.

En estas páginas se pretende hacer que el lector identifique de forma fácil el contenido del que trata la publicación, en algunos casos se añade información extra. (Paper blog, 2011, [En línea])

Imagen 85.

La infografía en una publicación, funge como aportación informativa mediante una serie de elementos icónicos, en algunos casos apoyada del elementos tipográficos. (Cabrera, 2010, [En línea])



1.4.- FORMATOS

1.4.1 Formatos estándar del papel

En primer lugar, para que el diseñador elabore una retícula, debe de establecer el formato del papel y su orientación. Éste es el tamaño que se pretende dar al resultado final del impreso, relacionando el número de hojas que constituye el diseño y las medidas de los pliegos existentes, además de que el formato también se determina por cuestiones económicas.

En la actualidad, los formatos de papel estándares son determinados por la norma ISO 216 que es equivalente al DIN (Normativa de la Industria Alemana) que llegó a convertirse en el tamaño estándar de los documentos impresos de Alemania en 1922. El tamaño ISO "se basa en cada mitad de tamaño que el tamaño de la anterior,

cuando se pliega paralela a la longitud más corta" (*Tamaños de papel, (sf) [En línea]*) lo cual permite manipular la dimensión de las imágenes con o sin cortes.

Una de las ventajas que poseen los formatos DIN es que siempre habrá en existencia dicha materia, por esta razón la mayoría de las empresas de guillotinas y de reproducción trabajan en dicho formato; lo perjudicial de éstas proporciones es que resultan ser tan comunes y abundantes que de cierta manera terminan siendo aburridos y monótonos. (*Gotz, 2002, p. 18*)

Al tener ventajas tan significativas para la impresión en éste tipo de formatos, los costos se reducen por lo que se evita trabajar con tamaños poco comunes que encarezcan su reproducción.

Formatos de serie A: Son del ISO, obviamente los más demandados y comunes en el comercio, por esta razón suelen ser los más utilizados en las imprentas. La medida del pliego A0 es de 841 mm x 1181 mm y tiene una superficie de 1 m², están perfectamente diseñados que cada tamaño del papel obtenido es proporcional a la mitad del anterior. Esta serie se utiliza principalmente como papel de escritorio. (Imagen 86)

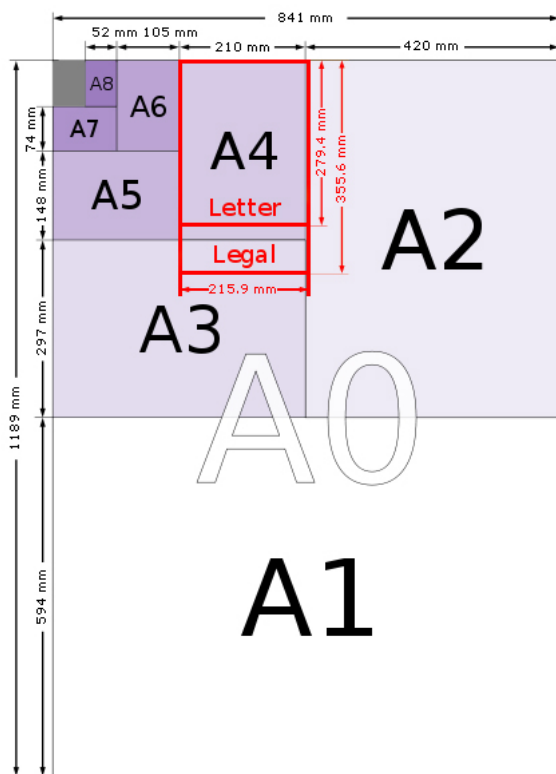


Imagen 86.

Se muestra las medidas de los tamaños de la serie A en mm y se marca en rojo para que denote la diferencia de los tamaños de carta y legal que son muy utilizados hoy en día. (*Tamaños de papel, (sf), [En línea]*)

Formatos de serie B: Se forman sacando la media geométrica entre el formato de la serie A del mismo número y el formato de la serie A superior. Así, por ejemplo, el B4 es el tamaño intermedio entre A3 y A4. (Morriscamorris, (sf) [En línea])

Por lo que son auxiliares de la serie A. La medida básica del pliego B0 es de 1000 mm x 1414 mm. Dichos formatos se utilizan como papel de escritorio, mapas, sobres, carteles, murales, entre otros. (Imagen 87)

Formatos de serie C: Son de dimensiones exageradamente alargadas, además sirven como envoltorios de los formatos de la serie A y son la medida entre A y B. La serie C se utiliza más para sobres, folletos, planos topográficos y levantamiento de carreteras. (Esquema 2)

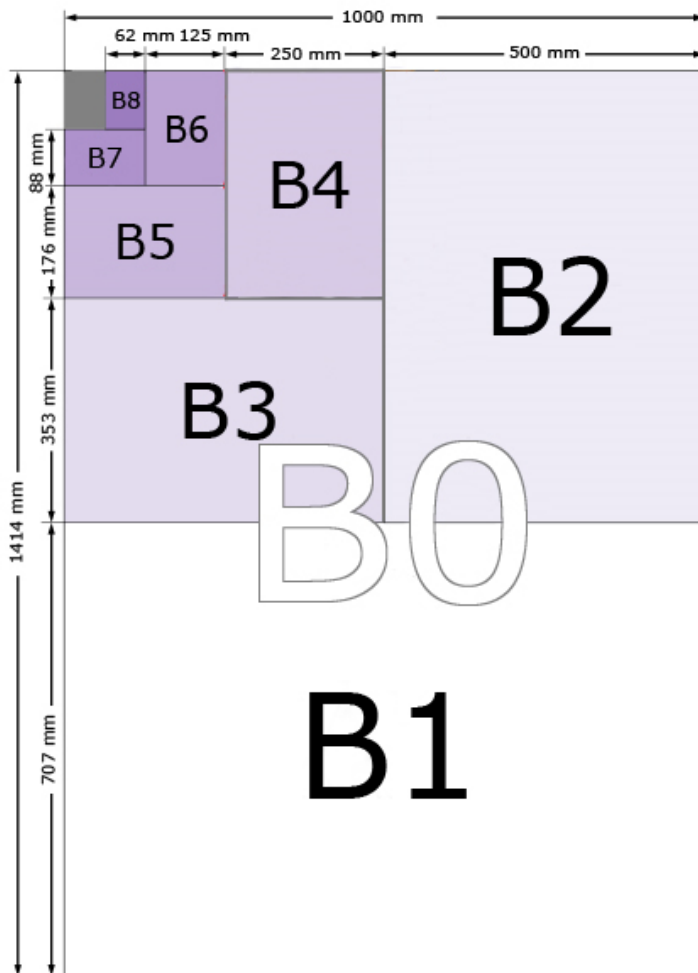


Imagen 87.

Se especifica las medidas de los tamaños de la serie B en mm, que son medidas alternativas de la serie A que es la principal. (Tamaños de papel, (sf), [En línea])

Tamaño	Alto x Ancho (mm)	Alto x Ancho (pulg)
C0	1297 x 917 mm	51,5 x 36,1 pulg
C1	917 x 648 mm	31,6 x 25,5 pulg
C2	648 x 458 mm	25,5 x 18,0 pulg
C3	458 x 324 mm	18,0 x 12,8 pulg
C4	324 x 229 mm	12,8 x 9,0 pulg
C5	229 x 162 mm	9,0 x 6,4 pulg
C6	162 x 114 mm	6,4 x 4,5 pulg
C7	114 x 81 mm	4,5 x 3,2 pulg
C8	81 x 57 mm	3,2 x 2,2 pulg
C9	57 x 40 mm	2,2 x 1,6 pulg
C10	40 x 28 mm	1,6 x 1,1 pulg

Esquema 2.

Se indican las medidas de los tamaños de la serie C en mm y pulgadas que son medidas terciarias y oscilan entre la serie A y B. (Tamaños de papel, (sf), [En línea])

1.4.2 Formatos de la revista

Como menciona Mauricio Guillén en la revista **Ene o**: el formato principalmente está regido por el costo que generan las imprentas, rodillos, pliegos, prensa y papel utilizados en la producción de una revista. El optar por un formato no convencional no siempre es tan atractivo para el lector como se piensa, ya que pasa de ser un impreso funcional a convertirse en un fetiche u objeto. (Guillén, 2006, p. 28)

Al tomar en cuenta los gastos de producción y el impacto que tendrá un formato no usual en la revista resulta poco factible proponer nuevas dimensiones, ya que a pesar de salir de lo cotidiano y despertar la curiosidad del público no es costeable a largo plazo. Como ejemplo de experimentación en cuanto a formatos y acabados podemos mencionar a la **Revista Nest, La Madre Visionaire, Domestica, WOW, File y Fakir, Bulgaria, Spector Cut + Past, Spektacle, Sexymachinery, Tipographic, Museo – Teo, Startements, Mined, Eat, Nice Megazine, 55, No. A/B/C..., Domus, Catalogue**; en estos casos algunas revistas ya han desaparecido, en cambio otras se mantienen como un ejemplo de innovación en cuanto al campo editorial. (Imagen 88 - 93)



Imagen 88.

Revista Bulgaria (Finlandia, N° 2, veranos 2002). Formato de 225 x 277 mm. Esta revista fue editada como espacio de expresión para los jóvenes, mostrando sus habilidades literarias y visuales en un entorno no comercial. (Jeremy, King, 2003, p. 47)



Imagen 89.

Eat (Japón, N° 7, noviembre/diciembre 2001). Formato de 225 x 277 mm. (Jeremy, King, 2003, p. 28)

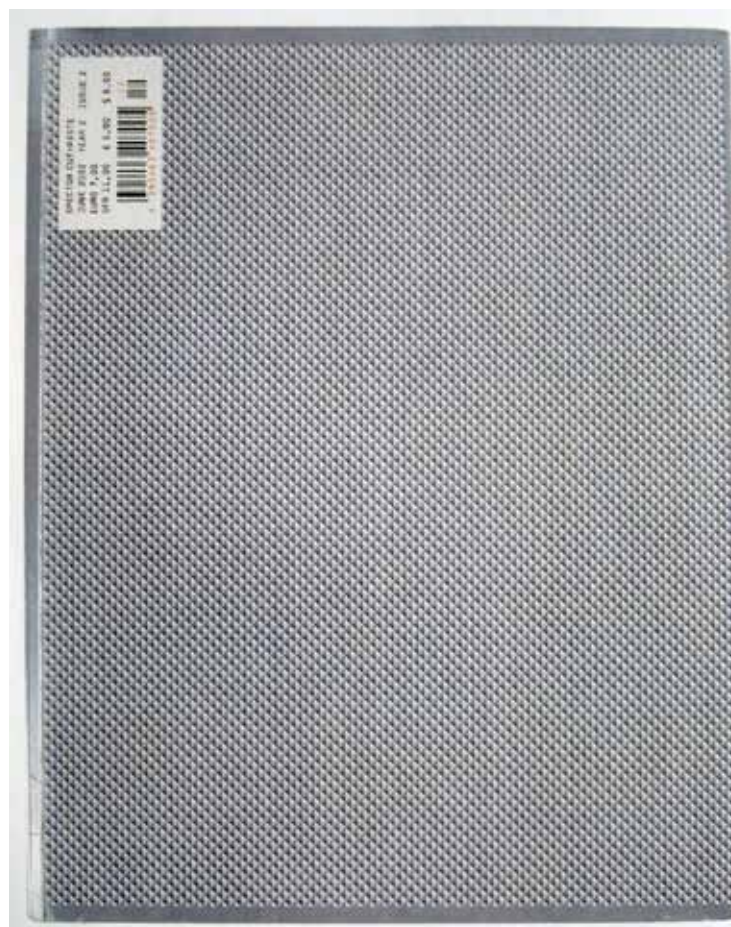


Imagen 90.

Revista Spector Cut + Past (Alemania, N° 2, verano 2002). Formato de 235 x 297 mm. En este número se examina los vínculos entre diferentes disciplinas culturales. (Jeremy, King, 2003, p. 30)

❖ Capítulo I

Antecedentes y evolución del diseño editorial en revistas impresas



Imagen 91.

Revista Spektacle (Reino Unido, N° 1, julio 2000). Formato de 235 x 315 mm. (Jeremy, King, 2003, p.32)



Imagen 92.

N° A/B/C...(Bélgica, N° A verano 2001)
Formato de 230 x 297 mm. Esta revista de moda se caracteriza por disponer como título para cada uno de sus números una letra distinta del alfabeto. (Jeremy, King, 2003, p. 49)



Imagen 93.

Revista 55 (Brasil, N° 2) Formato de 254 x 303 mm. Revista caracterizada por cambiar los materiales de su partida en cada una de sus publicaciones, manteniendo el mismo tamaño para cada número. (Jeremy King, 2003, p. 50)

Sin duda son muchos los factores que intervienen en la decisión del formato para una revista, la mayoría de éstas tiene un tamaño similar, ya que es más factible su manejo al momento de ser distribuidas por correo o estar expuestas en los quioscos. Por otra parte el formato A4 es lo bastante amplio para hacer una composición que incluya una cantidad considerable de elementos entre texto e imágenes, para hacer que cada página sea cómoda y agradable para la lectura. Otro punto tiene que ver con la publicidad manejada dentro de la revista, tomando en cuenta que, es el principal ingreso para la sobrevivencia de la misma y que al generar un formato poco usual implica mayor tiempo de armado y gastos extras.

Sin embargo, a pesar de las complicaciones que conllevan la utilización de nuevos formatos, algunas personas que se encargan de la dirección de arte, consideran que un tamaño fuera de lo normal supera las desventajas al destacar entre cualquier otra publicación, entre más grande sea el formato da más alternativas al diseñador para jugar con él, tomando en cuenta la implementación de fotografías con buena calidad y gran número de detalles.

Pero también existen formatos de pequeñas dimensiones, un ejemplo de ello es la revista Tank, la cual tiene dimensiones de 7 x 5.5 cm, ésta utiliza siempre el mismo formato ya que se considera eficaz el tener una publicación que sea distinta, pues será fácil de reconocer entre las demás gracias a sus características física. (Imagen 94)

Por lo tanto, englobando el conocimiento de los formatos estándares existentes en los impresos aplicados que generalmente se utilizan en cada una de las series A, B y C del ISO 126, y considerando las medidas finales que tendrá la revista impresa, es entonces cuando se continúa con la elección de la retícula, aquella que sea la más moldeable y apropiada para trabajar con los elementos de diseño de la publicación.

Imagen 94.

Revista Tank, propone el formato de una cajetilla de cigarros para lanzar una serie de libros envasados en cajas de cartón surgiendo a partir del mismo tamaño que tiene esta revista. (Tank magazine, (sf), [En línea])



1.5.- RETÍCULA

Antiguamente la retícula se ha empleado como un elemento importante dentro de la composición en el diseño gráfico. Con la utilización de esta herramienta se comenzaron a organizar los elementos que conformaban una composición dentro de un espacio proporcionado.

Una retícula, como menciona Alan Swann “*Es la división geométrica de un área en columnas, espacios y márgenes medidos con precisión*” (Swann, 1990 p. 7) estas divisiones nos dan la oportunidad de conseguir un aspecto equilibrado entre los elementos que conforman la composición.

No necesariamente teniendo que ser una composición rígida pues existen diferentes tipos de retícula las cuales nos dan la oportunidad de desarrollar composiciones dinámicas, creativas y con cierto tipo de libertad sin llegar a ser precisamente desordenadas.

1.5.1 Utilidad

Las retículas como menciona Josef Müller – Brocckmann principalmente son utilizadas como una solución a problemas visuales bidimensionales o tridimensionales donde el diseñador se basa para la configuración de anuncios, prospectos, catálogos, revistas, libros, etc. (Müller - Brocckmann, 1982, p. 13)

En el diseño gráfico la retícula se emplea como un elemento imaginario, el cual es utilizado para la organización de imágenes, textos, fotografías, títulos, subtítulos, etc. Expuestos de manera donde se asegure la correcta visualización del lector.

Para la estructuración de una retícula se emplean diferentes líneas adaptadas de manera horizontal y vertical las cuales se cruzan entre sí, generando entre ellas una serie de divisiones regulares o irregulares según requiera el diseño.

1.5.2 Historia

A lo largo de la historia del Diseño Gráfico la creación de la retícula ha sido un elemento importante para el desarrollo de esta disciplina, dando oportunidad a la propuesta de nuevas alternativas a través de los siglos.

Medievo Tardío: Ésta fue una época donde la retícula se caracterizó por desarrollarse en el mundo Cristiano, en el cual se empleaba la retícula de punto.

La retícula de punto fue utilizada para enfatizar el potencial que se enfocaba de la coordenada, ya sea en ella misma o como la conjunción de dos ejes. (Williamson, 2010 [En línea])

Este tipo de retícula aislaba los textos e imágenes de forma muy evidente por lo que la separación entre un elemento y otro era muy notorio.

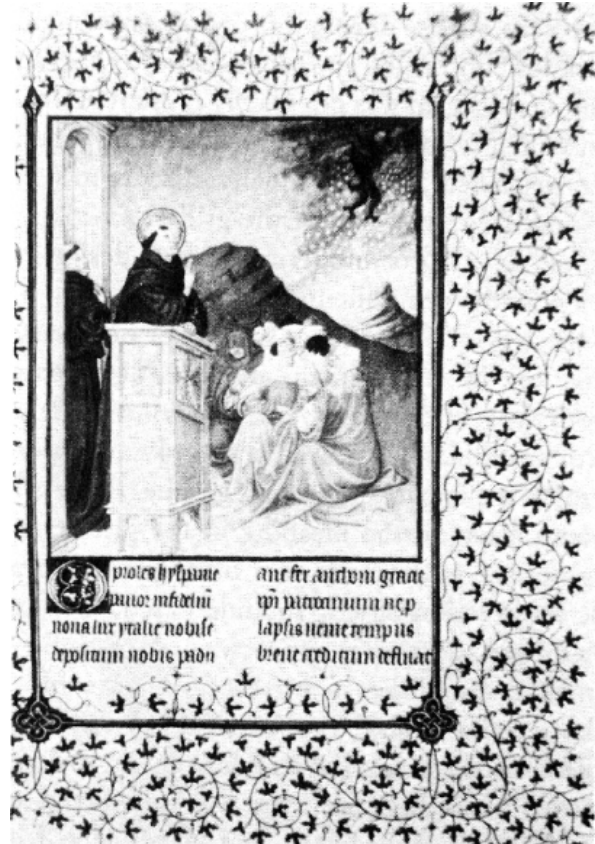
De la misma forma otros tipos de retícula se hicieron presentes en la época Medieval como la que se menciona en la Biblia realizada por Gutenberg, la cual se basaba en líneas y se utilizaba para la organización de textos, encabezados y márgenes; este estilo de retícula también se hizo presente de una forma similar en los manuscritos góticos.

Como menciona Jack H. Williamson en su investigación **La retícula Historia, Uso y Significado**, en la que se realizó un análisis visual de la composición pictórica de los textos, donde revela que las líneas que conformaban las retículas en la época medieval tenían un propósito representativo y simbólico más que de alineación y de efecto estético. (Williamson, 2010 p.1)

Es decir, se aplicaba la retícula para separar de manera simbólica las imágenes del texto, el cual trajo de manera inconsciente una organización que favorecía la lectura del mismo. (Imagen 95)

Imagen 95.

Obra de Donal Byre, en la que se encuentran los primeros indicios de marcas sobre el papel en la parte superior e inferior, teniendo la función de organizar textos e imágenes. (Williamson, 2010, [En línea])



Renacimiento: Durante la época del Renacimiento la retícula además de ser utilizada en textos, también se empleaba en la arquitectura como un medio de armonía entre las ciudades para ayudar al trazo urbano.

En cuanto a los textos, sucedió una transformación de lo sacro a lo laico acompañado de una retícula basada en coordenadas e intersecciones, las cuales son conocidas como retículas de campo y fueron utilizadas para hacer énfasis en los módulos repetitivos. Gerardus Mercator fue un hombre hábil para la construcción de diversos instrumentos de apoyo a la cartografía, geometría y astronomía. Desarrolló una retícula con ejes exactos donde empleaba las matemáticas para la aplicación de perspectiva dentro de un plano, que al contrario de la retícula de la época medieval ésta daba al lector una opción de dinamismo a los textos en los que se aplicaba. (Imagen 96)

Modernismo: En la época del siglo XX, la propuesta de Mercator ya se había desarrollado por completo como una retícula cartesiana; la que estaba regida por leyes matemáticas. La retícula moderna se caracteriza por estar conformada con una serie de ejes continuos, la cual genera incontables módulos siendo aplicados tanto en lo material como en el espacio.

Sin embargo, a pesar de que el concepto de retícula moderna no tuvo gran transformación a la propuesta principal de retícula cartesiana, el cambio estuvo ligado a las constantes transformaciones en la cultura y eventos del siglo XX. (Imagen 97)

Imagen 96.

Orbis terrae descriptio, por Gerardus Mercator. Se trata de una proyección con gran exactitud donde destaca sus conocimientos en cartografía, geometría y astronomía. (Escuela de capacitación docente, (sf), [En línea])

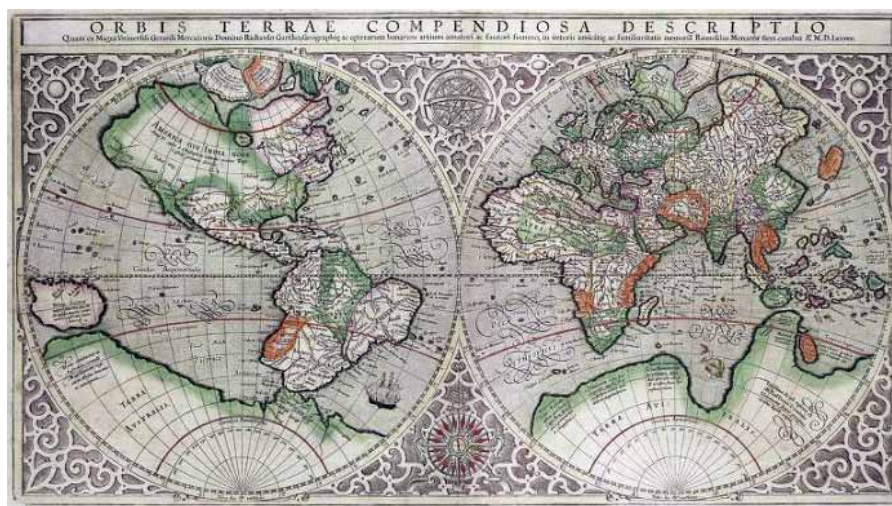


Imagen 97.

La tipografía sans serif aplicada en esta época servía como apoyo a la retícula formada por barras horizontales, verticales y reglas. (DINCA, 2009 [En línea])

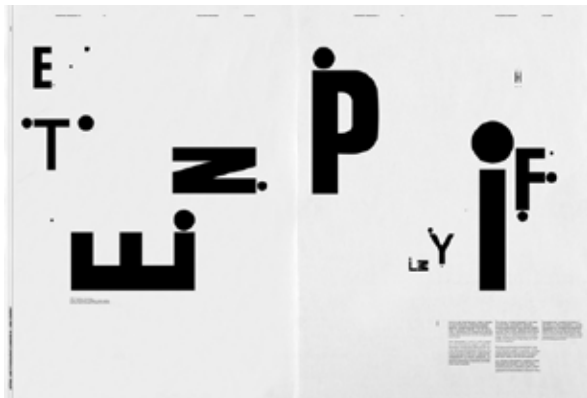


Imagen 98.

Se muestra el uso y las características de la retícula dentro del diseño gráfico posmodernista utilizada como un elemento decorativo. (Daniel, 2010 [En línea])

Imagen 99.

A pesar de que la retícula no es visible, se puede notar que hicieron uso de esta, ya que las imágenes a la vez muestran el concepto de fragmentación y unidad. (Daniel, 2010 [En línea])



Posmodernismo: Como menciona Jack H. Williamson en su ensayo **La retícula Historia, uso y significado:** que mientras transcurría la década de los 60's la retícula moderna suiza estuvo en su máximo crecimiento, no obstante, en la década de los 70's algunos diseñadores gráficos empezaron a manipular la retícula con otras funcionalidades. (Williamson, 2010, p. 14 [En línea]) (Imagen 98 y 99)

La retícula posmodernista estaba caracterizada por el punto de coordenada y la unidad individual; en ella se expresaban conceptos como irracionalidad, aleatoriedad, dinamismo, movimiento y experimentación. Usualmente la retícula era establecida y luego violada o fracturada a lo largo de la superficie del plano que definía (Williamson, 2010, p. 11 [En línea])

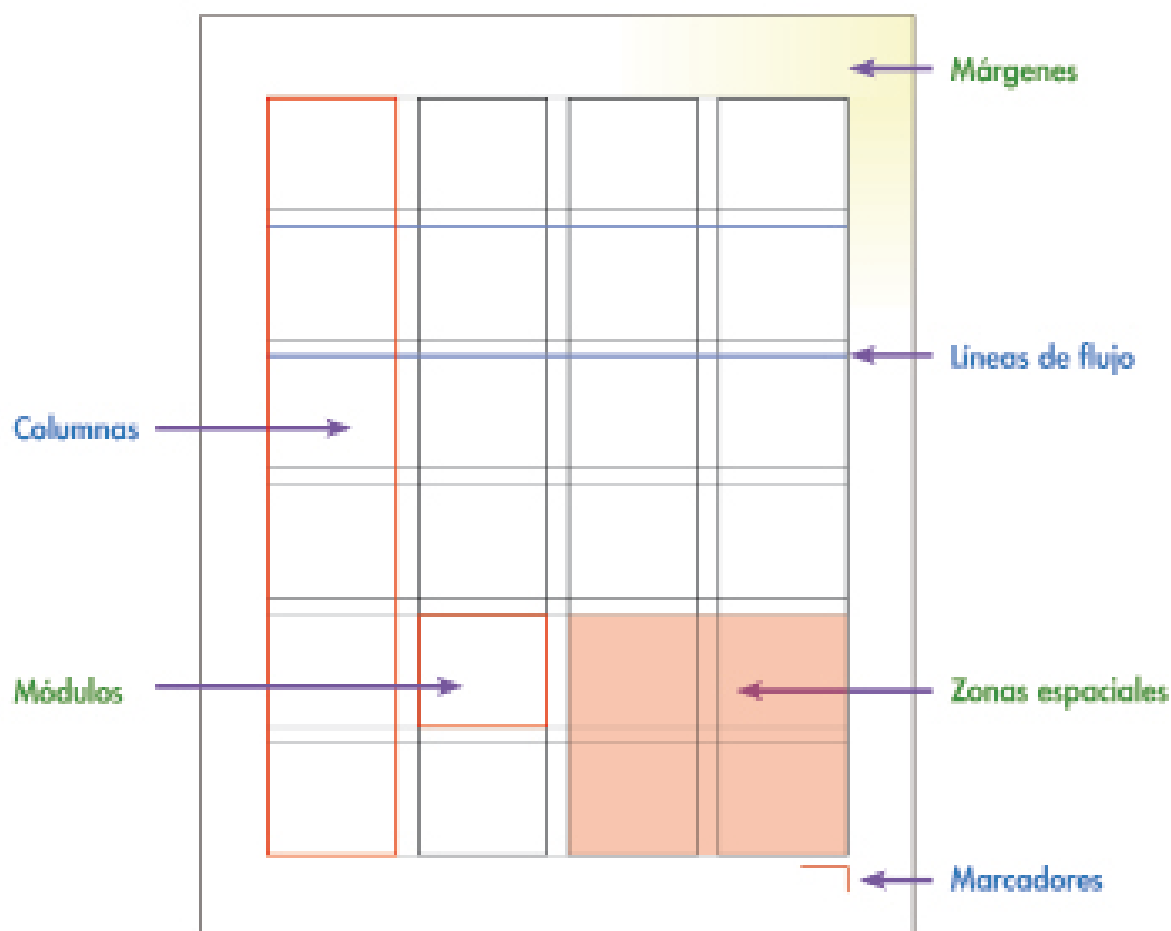
El posmodernismo le dio otra forma de visualización a la retícula que era una perfecta funcionalidad; debido a que desde el surgimiento de ésta, sólo se utilizaba como una guía invisible que al momento de presentar el diseño final se eliminaba, como si de ningún modo se hubiera hecho uso de la retícula y es por ello que se hizo una complementación entre la retícula y la composición, es decir, la retícula se mostraba aunque no en su totalidad, pero era un elemento más que formaba parte del diseño.

1.5.3 Tipos de retícula

Como ya se había mencionado, desde la antigüedad la retícula se utilizó como un elemento de gran importancia dentro de la composición. A consecuencia de los diferentes problemas de diseño editorial, es necesario hacer uso de la retícula adecuada y se elige al definir el tipo de publicación, las características del segmento al que se va dirigir y el contenido (textos e imágenes) con el que se cuenta. (Imagen 100)

Imagen 100.

Se muestran y se describen los elementos que surgen a partir de la retícula. (Samara, 2002, p. 25)



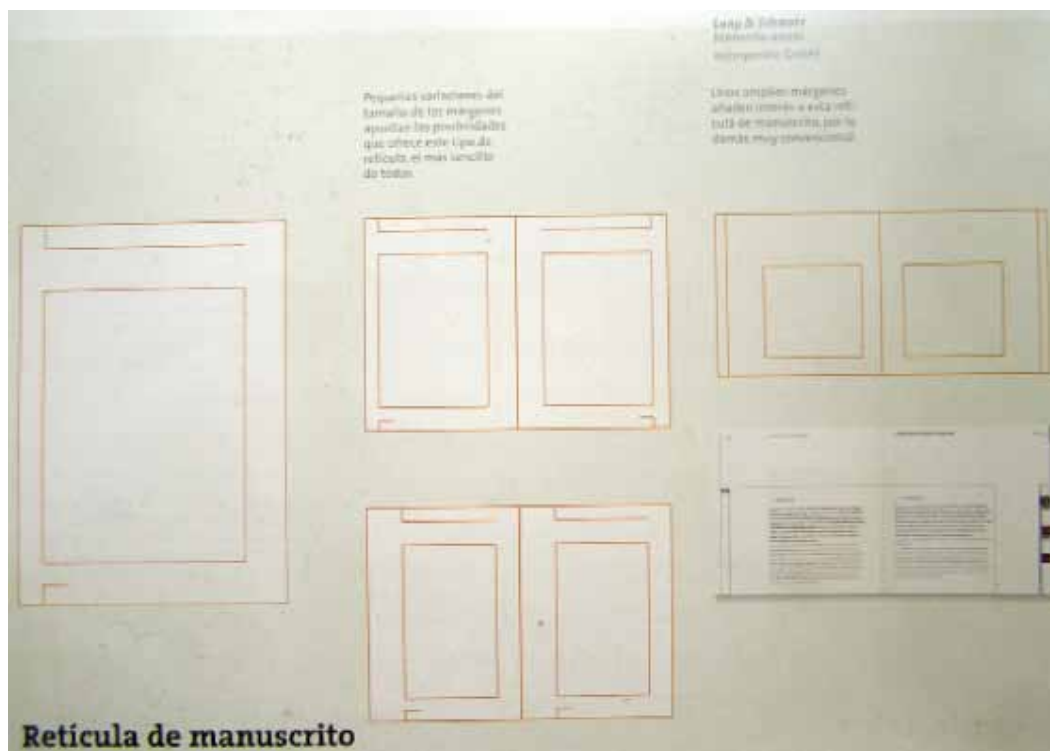
Por ello, los tipos en los que se ha clasificado la retícula son: de manuscrito, de columnas, modular, jerárquica y áurea. Describiendo a continuación los rasgos que caracterizan a cada una de ellas:

1.5.3.1 Manuscrito

La retícula de manuscrito también es llamada retícula de bloque, es la más sencilla que existe. Su propagación se dio en los manuscritos (es por ello el nombre) que posteriormente direccionó a la impresión de libros. Dicha retícula la conforman dos estructuras que son la principal y la secundaria. La estructura principal, es un enorme bloque que abarca el formato de la página, en el que el texto se encuentra delimitado por los márgenes y la estructura secundaria es el área donde se localiza el título, subtítulo, número de folio, número y pie de página. (Imagen 101)

Imagen 101.

Estructura de la retícula de manuscrito, en diferentes medidas y ubicaciones. (Samara, 2002, p. 26)



Las desventajas que presenta este tipo de retícula es dar como resultado, un diseño monótono y aburrido, puesto que, sólo es un bloque en el que se ubica el contenido; no obstante, el diseñador puede manipular los elementos de la composición, por lo general la tipografía y color, para que sea agradable e interesante. Por otra parte se pueden dar medidas diferentes a los márgenes, ya que, no necesariamente deben de ser iguales o simétricos en la página o doble página, así la lectura puede resultar agradable a simple vista, evitando la tensión, fatiga y aburrimiento del lector. (Imagen 102)

Es importante mencionar que el margen interior de la retícula no debe estar demasiado cerca del lomo porque es probable que se corte el texto o no sea legible, sin embargo existen diferentes tipos de márgenes: el margen simple, el margen ancho, el margen interior ancho y el margen escolar, los cuales pueden ser empleados de acuerdo a las necesidades de cada diseño. Este tipo de retícula por lo general es utilizada en libros, en publicidad de periódicos y revistas.



Imagen 102.

El diseñador puede manejar los elementos de la composición en la retícula de bloque para que no sea monótono, jugando con los tamaños de la caja de texto e imágenes, en ésta se puede ver el contraste de tamaños. (Samara, 2002, p. 35)

1.5.3.2 Columnas

Otro tipo de retícula es la de columnas, como menciona Samara en el libro **Diseñar con y sin retícula**: Dicha retícula tiene una estructura en la cual intervienen líneas que se denominan de flujo, que son intervalos verticales y que originan bandas horizontales en el formato. La línea superior es la primera del bloque de texto seguido, generalmente en ésta se ubican los folios explicativos y la paginación de secciones, tanto que en otras líneas de flujo auxiliares son ubicadas en medio o cerca del borde inferior del formato, se utilizan generalmente para situar imágenes relacionadas con el contenido o texto seguido, como referencias o citas. (Samara, 2002 p. 27)

De esta manera la retícula de columnas es la más moldeable, en ella se logran diferentes composiciones, un ejemplo tan sencillo sería que si se tienen 3 columnas en el formato a trabajar, no forzosamente se tiene que poner texto principal en todas las columnas, sino

que, se pueden fusionar 2 columnas para colocar las imágenes o texto principal y tomar la columna restante para texto secundario o complementario.

Para determinar la medida del ancho de columna es necesario tomar en cuenta el cuerpo del texto así la lectura será fácil y agradable. (Imagen 103 y 104)

En una retícula de columna tradicional, al medianil entre las columnas se le da una medida x y a los márgenes dos veces la anchura del medianil, esto es, $2x$. (Samara, 2002 p. 27)

A pesar de que es aconsejable que el diseñador tome en cuenta la medida $2x$, queda a su juicio el deber de establecer la medida considerable de las columnas, del espacio que existe entre éstas (medianil) y los márgenes, de modo que, el texto de cada columna se diferencie y el lector no se pierda o confunda con el contenido. (Imagen 105)



Imagen 103.

Diseño: Level Design Jennifer Bernstein [AD] Nicholas Hubbard New York. Claramente se distinguen 3 x 3 columnas en las que se dividió el formato. (Samara, 2002, p. 51)



Imagen 104.

Para este índice se empleó la retícula de columnas, el juego de tamaño de numerales en sobre posición y color da una percepción de dinamismo. (Samara, 2002, p. 43)

Imagen 105.

Se muestran retículas de 2, 3 y 4 columnas. Los formatos que están situados en la parte central se puede observar en la parte superior 3 columnas y debajo de ésta, se nota que se fusionan 2 columnas, dando como resultado una columna ancha y gruesa, que puede ser tomada como columna principal y la columna estrecha como la suplementaria. (Samara, 2002, p. 27)



1.5.3.3 Modular

Es el resultado de una serie de intersecciones que surgen de líneas horizontales y verticales que van formando filas y columnas entre ellas denominados módulos, los cuales pueden tener la orientación que el diseñador considere más conveniente.

Entre mayor sea el número de módulos aumentan las posibilidades de que el diseño sea flexible, dinámico, estético y moldeable, sin embargo, al hacer uso de una gran cantidad de módulos el diseño corre el riesgo de provocar confusiones.

Por lo general dicha retícula es empleada para tablas, cuadros y formularios, teniendo como ventaja la integración de estos elementos con la información que maneja el contenido.

Entre las décadas de los cincuenta y los ochenta, la retícula modular se asoció a un orden político o social ideal. Esta tendencia encuentra su origen en el pensamiento racionalista de la Bauhaus y el estilo internacional suizo (*Samara, 2002 p. 28*)

Es por eso que algunos diseñadores de esa época hicieron uso de la retícula modular ya que se reflejaba un orden en los elementos, sin crear una rigidez visual en la composición haciendo de ésta un diseño armónico e interesante. (Imagen 106 - 108)



Imagen 106.

A pesar de que la tipografía es a una tinta, se puede percibir el movimiento de los caracteres, ya que la superposición de éstas, hace la percepción de dinamismo. (Samara, 2002, p. 45)



Imagen 108.
Claramente se observa la modulación de 6 x 10. En cada módulo se hallan elementos y la parte central es la que destaca por la unión de 4 módulos. (Samara, 2002, p. 71)

Imagen 107.

En este diseño editorial también es notorio la división de módulos, el cual es interesante por la orientación de la tipografía en cada módulo. (Samara, 2002, p. 86)



1.5.3.4 Jerárquica

Estas retículas se adaptan a las necesidades de la información que organizan, pero están basadas más bien en la disposición intuitiva de alineaciones vinculadas a las proporciones de los elementos, y no en intervalos regulares y repetidos. (Samara, 2002 p. 29)

Es decir, este tipo de retícula propone una fusión entre la retícula de columnas y la modular, haciendo que cada elemento empleado esté clasificado dentro de la estructura; al mismo tiempo se crea la percepción de espontaneidad y libertad entre los componentes, basándose así en la planeación del diseño.

Este tipo de retícula es empleada generalmente en las páginas web, carteles y en algunos libros de nivel educativo como primaria y secundaria. (Imagen 109 y 110)



Imagen 109.

La retícula jerárquica se origina por la fusión de la modular y la de columnas. En la presente imagen se ve el trazo de la retícula con el fin de saber de que manera se ordenaron los elementos de esa página web. (Samara, 2002, p. 29)

Imagen 110.

Ejemplos de las diferentes portadas de IAS/Revista Tracés. Las fotografías utilizadas fueron de baja calidad y para contrarrestar dicho defecto se utilizó una banda de color como diseño del cabezal. (IAS es un editorial especializada en diseño de interiores y arquitectura) (Samara, 2002, p. 79)



1.5.3.5 Áurea

Más que una retícula es una proporción para aplicar en el diseño y obtener un orden compositivo ya que es una proporción natural. (Imagen 111)

Actualmente existen muchas teorías acerca de las medidas de los objetos, que están basadas en patrones numéricos, propiamente representadas en la naturaleza, en los animales y en el cuerpo humano. La más reconocida es la Teoría de la sección áurea que engloba el principio mencionado anteriormente. Fue muy utilizada en las corrientes artísticas y en las bellas artes, como en la arquitectura, la escultura y la pintura.

Personajes relevantes en la historia como Platón, Miguel Ángel y Leonardo Da Vinci se basaron en la proporción áurea para realizar sus trabajos y que de

esta manera fueran armónicos y naturales. (*Revista de diseño y artes creativas*, 2009 [En línea]) (Imagen 112 y 113)

Como diseñadores debemos de conocer y utilizar las teorías o conceptos que han sido relevantes a través de la historia, ya que éstas nos facilitarán la organización de los elementos y así obtener una composición adecuada, relacionándolo con el diseño editorial, al lector le será de agradable nuestro diseño, puesto que tendrá un cierto orden pero a la vez será dinámico, procurando que sea atractivo de manera visual.

En conclusión, al abordar el tema de las retículas, el diseñador toma la decisión al utilizar el tipo de retícula que le ayude a lograr una composición estética de acuerdo al contenido que se va a tratar.

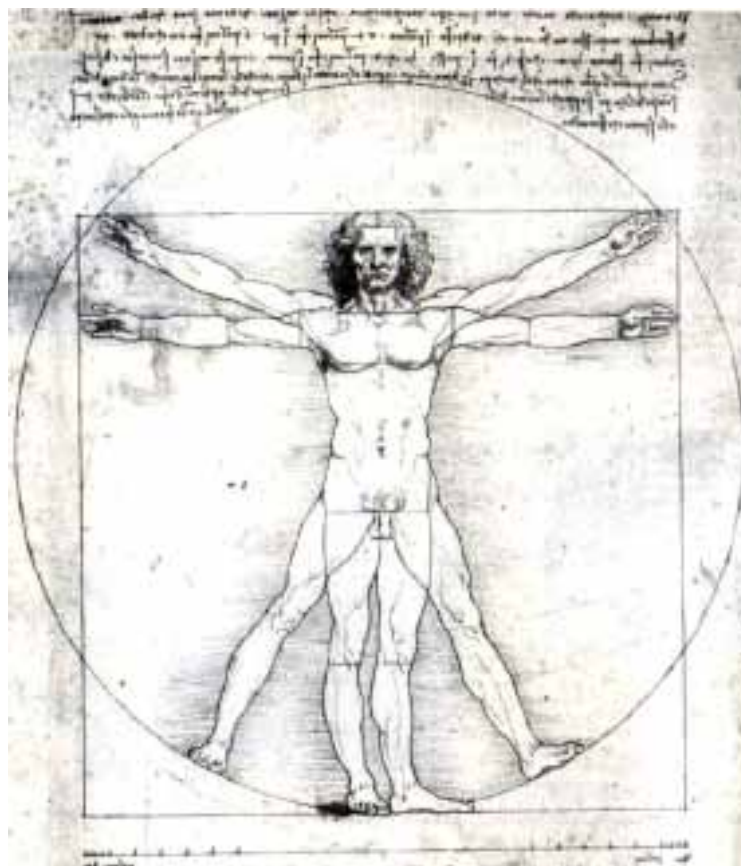


Imagen 111.

Proporción del cuerpo humano realizada por Leonardo Da Vinci, él se basó en las aportaciones de los griegos y de los romanos. (Balagna, (sf), [En línea])



Imagen 112.

La Escuela de Atenas. Obra de Rafael Sanzio. Él se basó en la proporción áurea para tener como resultado una composición natural. (Langarita, (sf), [En línea])

Imagen 113.

Se observa que en la naturaleza, un ejemplo: en la concha de mar se encuentra el principio de la sección áurea. Para comprenderlo, se muestran los trazos que la componen. (Elocubrando, 2010, [En línea])

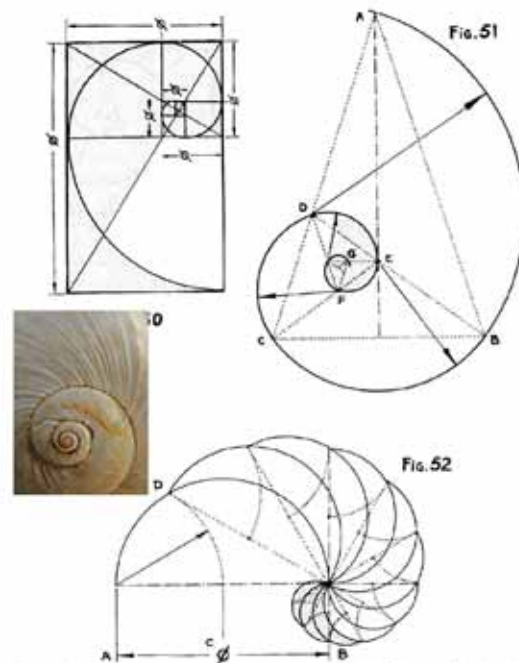


Fig. 50. Arquetipo de ritmo curvo, dinámico áureo. Típico realizado dentro del octángulo áureo en sucesión cíclica. Fig. 51. Ritmo dinámico áureo en espiral, desarrollada en un triángulo de proporciones áureas, del tipo de la figura 23. Fig. 52. Ritmo dinámico áureo múltiple, en forma de espiral ondulada.

1.5.3 La retícula en la revista

Para que la revista se diferenciara una de otra, se recurrió a la retícula, de esta manera, la revista empezó por adoptar un estilo propio.

Una retícula inteligente confiere estructura formal, reduce los errores del usuario y le invita a explorar información, al permitirle navegar por los módulos informativos sin desorientarse (Gotz, 2002 p. 11)

Es decir, que la retícula es el esquema, el punto de partida que utiliza el diseñador para lograr una perfecta armonía en la composición, por ello, es importante que todo diseño sea guiado a través de la retícula ya que, así se dará orden y jerarquía a los elementos que van a integrar el diseño, debido a que el usuario, en este caso el lector, al adentrarse en cada página debe de saber la continuidad de cada tema o artículo, de modo que, la misma retícula genera una lógica visual del contenido.

Antes de que Gutenberg, precursor de la imprenta, introdujera los caracteres móviles, los manuscritos se realizaban con cariño a la vez que de forma concienzuda. Y ello a pesar de que, por lo que se sabe, había una conciencia clara de composición y diseño, en aquella época, el impresor controlaba la producción de la imagen visual; hoy en día este control lo ejerce el diseñador (Swann, 1990, p. 30)

Es decir, a pesar de que el impresor tiene mucho más conocimiento sobre el proceso para la reproducción de una revista, no es el indicado para desarrollar el proceso de diseño pues al darle utilidad al mensaje y lograr un mejor impacto, la retícula generada por el diseñador sirve para dar mayor variedad visual, dinamismo y funcionalidad.

Asimismo, debe tenerse en cuenta el valor que ejerce la retícula para el estilo de la revista, ya que le da un sello característico que puede denotarse desde el momento en que ésta se encuentra en el quiosco de venta, tal como Alan Swann comenta en su libro **Como hacer retículas**:

“Las revistas líderes cultivan el diseño para mantener las cualidades que su público espera de ellas y, a veces, tiene prioridad el estilo sobre el contenido.” (Swann, 1990, p.35). De esta manera, se entiende que los diseñadores desempeñan un papel de gran relevancia en el ámbito editorial, porque son los responsables de realizar la maquetación, para que el resultado sea una composición impactante, que le agrade al lector, que se interese en verla y posteriormente adquirirla. Sin embargo, a pesar de que el diseñador aporta el trabajo correspondiente a la modulación de la revista, también es de suma importancia todo el personal involucrado en el proceso editorial, diseño y producción.

... el director artístico, jefe de producción, jefe de sección, director de fotografía, jefe de estudio, plantilla de redacción y departamento de publicidad (Zappaterra, 2008 p.12)

Todos ellos deben estar estrechamente ligados, es decir, la organización total del personal del proceso editorial dará éxito a la revista, donde cada integrante aparte de colaborar con lo que le corresponde, estará en constante contacto con los demás para dar comentarios, puntos de vista y críticas constructivas, por lo tanto, se mejora y afina el trabajo de la publicación.

Otro punto importante a tratar dentro de la publicación es la tipografía y los elementos complementarios aplicados dentro de la retícula y el texto, porque con está, se pueden hacer diseños muy interesantes y atractivos para seducir al lector, por lo tanto comenzaremos por abordar texto, ya que en la mayoría de los casos, ocupa un mayor porcentaje dentro de cualquier publicación. (Imagen 114 y 115)

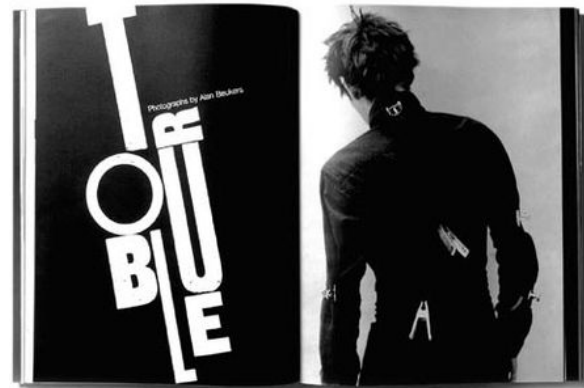


Imagen 114.

Interior de una publicación diseñada por Alexey Brodovitch, en la cual se muestra una doble página monocromática, la cual esta compuesta por una imagen y se puede notar que la mancha tipográfica es la forma de la imagen, provocando movimiento en el contenido. (Sin autor, (sf), [En línea])

Imagen 115.

Diseño por Vince Frost; considerado un representante del diseño editorial. En este representación se puede observar que existe un equilibrio entre la imagen y la tipografía. (Sin autor, (sf), [En línea])



1.6.- TIPOGRAFÍA

Podemos comenzar por mencionar que el origen de la escritura fue el detonante en el desarrollo de la comunicación, y a través de los siglos, la tipografía ha ido evolucionando, propagándose por el mundo. La relación que guarda el texto con el lector, es una función esencial, dado que el lector siempre se encuentra en un proceso de análisis para comprender la información que se le brinda, esto es, por medio de palabras y la forma de la tipografía se conforma la información, a partir del lenguaje escrito y vertida en: libros, periódicos, boletines, folletos, y revistas que en este caso las destacaremos.

Por lo expresado anteriormente, es indudable que el diseñador debe tener conocimientos acerca de la tipografía y lo que se relacione con ésta como: su terminología, anatomía, clasificación y la influencia del contexto para que la tipografía se vincule con el espacio en el que se plasma, dando como resultado lo más importante: su funcionalidad para que el mensaje sea transmitido claramente.

1.6.1 Terminología

Hoy en día, algunos diseñadores siguen confundiendo algunos términos tipográficos como: tipografía, fuente tipográfica y familia tipográfica, ya que sus definiciones son similares porque los conceptos están estrechamente ligados, por ello se aclara para cada uno de los términos antes mencionados, “...la tipografía es el diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes...” (Álvarez (sf) [En línea]). Se refiere a la representación de los caracteres que están relacionados por características particulares con el objetivo de comunicar. En este término se desprenden la fuente tipográfica y la familia tipográfica.

Fuente tipográfica “...es el juego completo de caracteres en cualquier diseño, cuerpo y estilo.” (Álvarez (sf) [En línea]). Es decir, son letras indispensables para el uso de un idioma, en la que ciertas letras son llamadas mapas de caracteres, estos se rigen en el idioma español por el ISO LATIN, el cual está integrado por 9 grupos que son: **Altas, bajas, diacríticos, altas diacríticas, bajas diacríticas, numéricos y matemáticos, ligaduras, signos editoriales y signos monetarios e internacionales**, es por ello que la fuente tipográfica se considera un conjunto completo de caracteres.

Familia tipográfica “...es un grupo de tipografías unidas por características similares.” (Álvarez (sf) [En línea]). En otras

palabras, es un conjunto de tipos que presentan variaciones, algunas familias poseen pocas diferencias y existen otras que tienen demasiadas, los rasgos de diseño son parecidos pero simultáneamente hay desigualdades que son notables.

Normalmente las variaciones que se encuentran en una familia tipográfica están relacionadas con los grosores, anchos y posición.

De acuerdo con T. Turnbull y N. Baird en su libro **Comunicación Gráfica: Tipografía, Diagramación, Diseño y Producción** los estilos tipográficos en cuanto al **grosor** de la letra se refiere a que tan delgados o gruesos son los trazos (light, demibold, bold y extrabold) tomando en cuenta a la letra normal o redonda de la familia.

“...incluye además el espacio variable que queda a izquierda y derecha de cada letra...es crucial porque influye en la legibilidad de la tipografía y longitud de texto.” (Kunz, 2003, p. 19)

Es decir, a consideración de la anchura del carácter se le añade un espacio imaginario en ambos lados, llamado grosor del tipo, esto es para que haya legibilidad y leibilidad.

Respecto a la **anchura** se refiere a la condensación (compacto) y expansión (extendido) de la letra (extracondensada, condensada, extendida, extraextendida).

Y refiriéndonos a la posición de la letra que es la inclinación hacia la derecha (itálicas o cursivas). (*T. Turnbull y N. Baird, 1990, p. 81*) (Imagen 116)

Por lo tanto, podemos decir que en un diseño es de suma importancia utilizar una familia tipográfica que posea bastantes estilos, debido que éstas nos ayudan a logran una jerarquía visual en el texto, así como a distinguir las palabras o ideas esenciales del tema.

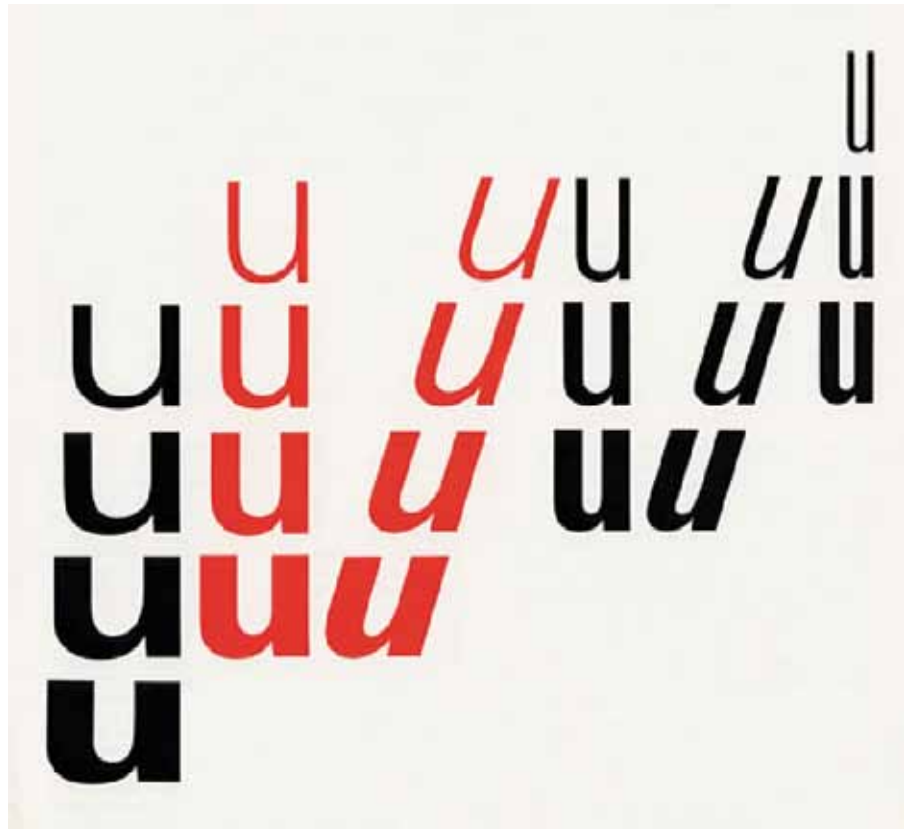


Imagen 116.

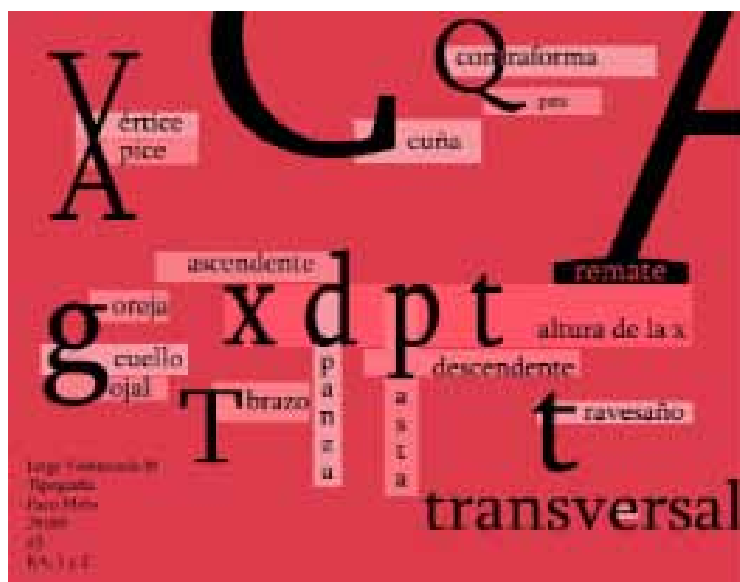
Se observan las variables de la familia tipográfica Univers. Ilustración famosa de Bruno Pfaagli. (Mira que tipos, 2008, [En línea])

1.6.2 Anatomía

Resulta pertinente tratar el punto de anatomía en la tipografía para recordar y reafirmar bases que el diseñador tiene de las partes que la forman. Así como el ser humano tiene definida su anatomía, también lo tienen las letras, puesto que cada parte tiene un nombre. Para continuar, es necesario entender las definiciones de la anatomía y además observar cada parte de los caracteres. (Imagen 117)

Imagen 117.

En ésta imagen, a pesar de que no se muestran completamente las letras, se pueden diferenciar por las tonalidades de rojo la anatomía tipográfica. (J Valenzuela, 2010, [En línea])



Altura X: Es la distancia de la línea de letras de caja baja y la línea base, ésta altura depende de la fuente tipográfica. (Imagen 118)

Línea base: Es la línea imaginaria donde las letras se recargan, algunas letras redondas probablemente rebasan ésta línea como “a, e, o, c”.

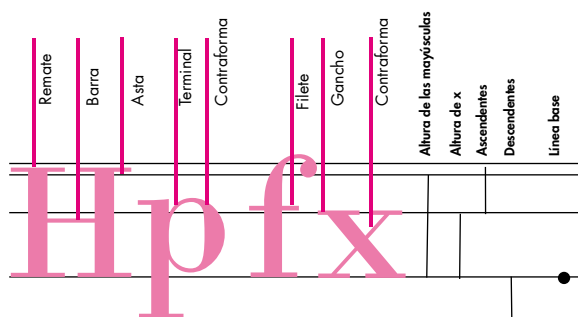
Asta: Nombrada también fuste, es el trazo primordial de la letra, sin ésta no se formaría la letra como “b, d, t, l”

Ascendentes: Asta de las bajas que rebasa por la parte superior la altura x como “d, h, l, t”

Descendentes: Asta de las bajas que rebasa por la parte inferior la altura x como “g, j, p, q”

Imagen 118.

Se observan que están trazadas la línea base y la altura x que son importantes para establecer un nivel entre los caracteres de altas y bajas.



Barra: También es llamada transversal y es la línea de forma horizontal como “F, t, A, H”

Anillo: Asta de forma curva que encierra al ojo como “e, o, p, q”

Vértice: Fusión de dos astas ya sea en la parte superior o inferior de la letra, aunque a veces, el término utilizado para la parte superior es llamado ápice, como en “A, M, V”

Serif: También es llamado remate, como su nombre lo indica, es el trazo final de un asta, brazo o cola, como “q, r, t, k”

Ojo: También es llamado blanco interno y es el hueco que tiene una letra en la parte superior como “b, g, o, q”

Ojal: Espacio cerrado que se encuentra en la caja descendente como en “g”

Oreja: Rasgo pequeño final que sobresale del anillo u ojal como “g”

Brazo: Trazo de forma horizontal que se origina de un asta vertical como “E, F, T, L”

Cola: Igualmente se le nombra travesía y es el asta como en “k, R, Q” (Panela, 2005: García, (sf) [En línea]) (Imagen 119)

En síntesis, se puede mencionar que las partes de una letra, dentro de la fuente tipográfica necesita tener trazos en común, debido a que se debe mantener la unidad entre los caracteres.

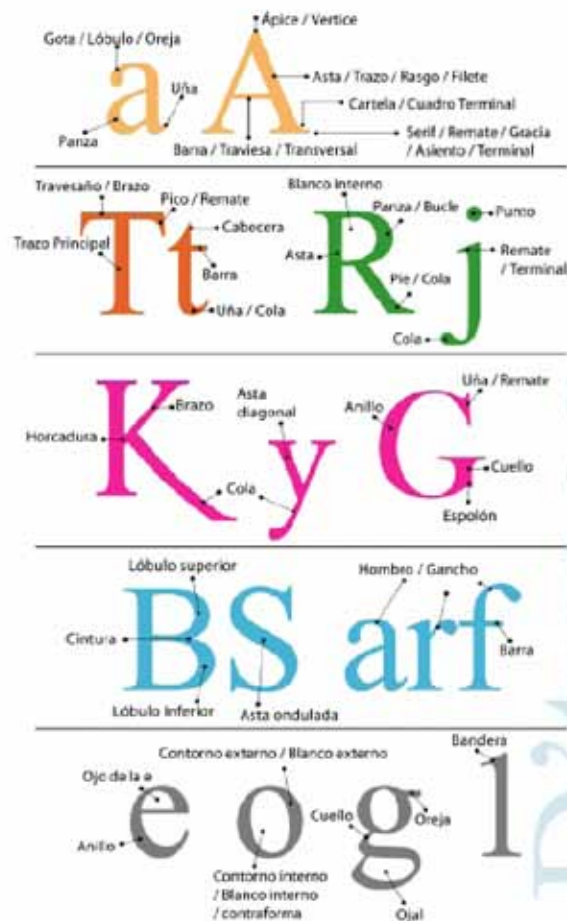


Imagen 119.

Se indican las partes de anatomía que se encuentran en altas como en bajas. D'typos, 2011, [En línea]

1.6.3 Clasificación

Desde sus orígenes los caracteres han sufrido una constante transformación, de lo antiguo a lo moderno, de lo sobrio a lo exagerado, de lo orgánico a lo sintético. Durante este proceso han recibido infinidad de aportaciones, muchas veces dependiendo del contexto histórico, político, económico y social del que formaban parte. *(Alvarez (sf) [En línea])*

En efecto, en el transcurso del tiempo todo en el mundo ha ido cambiando y progresando, gracias a la civilización que hemos tenido, es por ello que también la tipografía se clasificó de acuerdo en el contexto que se encontraba. Un ejemplo de esto es la agrupación que hizo el tipógrafo Maximilian Vox en la década de los 50's, que fue de gran aceptación en ese entonces y que posteriormente fue retomada por la Asociación Tipográfica Internacional que después aportó un gran avance de diseño.

Hoy en día también algunos diseñadores o tipógrafos están inclinados en alguna clasificación existente, o bien, a su juicio determinan su agrupación acerca de la tipografía. Es por ello que estamos de acuerdo y retomamos los dos grupos tipográficos que considera LOG Technology Consulting, puesto que a nuestro punto de vista, casi todas las familias tipográficas parten de estos 2 grupos, ya que se tienen bases para que se logren desarrollar nuevas tipografías. (Esquema 3)

Esquema 3.

Fuente: Elaboración propia. LOG Technology Consulting considera que sólo existen dos grupos para clasificar la tipografía.



A continuación se desarrolla las clasificaciones tipográficas pues es necesario para que se encuentre y enlace el cuerpo de la letra con el contenido de cada artículo de la publicación y el lector sea perceptible a esta relación.

1.6.3.1 Tipo serif

El término serif, se refiere a que la letra tiene terminaciones llamadas **patines** o **remates**. El remate puede tener diferentes formas y por lo tanto, cada patín tiene un nombre que lo describe en relación de su estilo. Los conceptos que caracterizan a las tipografías patinadas son: **elegancia** y **legibilidad**, por lo tanto son de mayor utilidad en impresión. Dentro de este grupo se encuentran los tipos romanos y los egipcios que a continuación se describen. (Imagen 120)

El tipo romano se distinguía por su terminación aguda y ligera, contraste medio y modulación oblicua. En el tipo romano se distinguen tres estilos:

Tipo romana estilo antiguo: también son llamadas Garalda, no son tan formales a comparación del tipo de transición y moderno. (Imagen 121)



Imagen 120.

A pesar de ser de tipo serif se notan las diferentes terminaciones de patines. (Anatomía del tipo, (sf), [En línea])

Imagen 121.

Rasgos característicos del tipo romana estilo antiguo. (Black Wolfette, 2011, [En línea])



Los primeros modelos para los tipos Garalde son los del impresor veneciano Aldo Manuzio (1450-1515) y el estampador Francesco Griffó, utilizados en libros a partir de la década de 1490. (Brackwell, 1993 p. 168)

De cierta manera se puede decir que desde el siglo XIV se empezó a bocetar el tipo romano antiguo, sin embargo, entre los siglos XV y XVI fue cuando los caracteres tuvieron un desarrollo notable, gracias al diseñador francés Claude Garamond.

Algunos ejemplos de este estilo: Garamond, Bodoni, Aldus Manutius, entre otras.

Tipo romanas estilo de transición: asimismo son conocidas como reales y fue el primer tipo en basarse sobre la cuadrícula; su modulación es casi vertical, los trazos entre sus terminaciones son planos, de mayor contraste que el estilo antiguo, pero obviamente sin llegar al

moderno, es por esto que recibe el nombre de transición debido al proceso de transformación entre los dos tipos romanos. (Black, 2011[En línea]) (Imagen 122)

Algunas tipografías de dicho estilo son: Baskerville, Times, Olympian y Century Schoolbook.

Tipo romana estilo moderno: también llamados didonas; algunas de sus características son; modulación totalmente vertical, gran contraste entre rasgos finos y gruesos, remate recto y espaciado angosto. Representan dignidad y austeridad. Ejemplos de este estilo: Bodoni, Bell, ITC Century, Madison. (Imagen 123)

Tipo egipcio: también son llamadas mecanas; surgió en Inglaterra y se utilizó en publicidad, éste tipo tenía mayor impacto que la letra gruesa. Ejemplos de este tipo: Claredon, Serifa, Volta, Memphis. (Black, 2011 [En línea]) (Imagen 124)



Imagen 122.

Se observa que en el estilo de transición los caracteres tienen el asta muy pronunciada. (Black Wolfette, 2011, [En línea])



Imagen 123.

Se señalan los rasgos que caracterizan al estilo moderno del tipo romano. (Black Wolfette, 2011, [En línea])

Imagen 124.

Se observa las partes que caracterizan al tipo egipcio, tipo que causó mayor impacto que la tipografía gruesa. (Black Wolfette, 2011, [En línea])



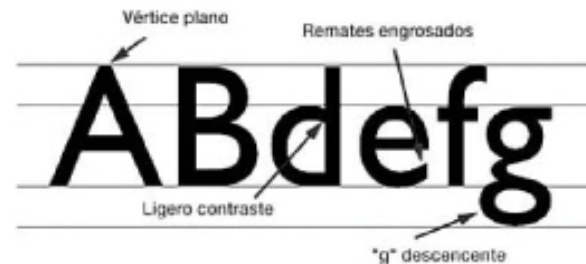
1.6.3.2 Tipo sans serif

El término sans serif se refiere a la letra sin remates, que es lo contrario a los anteriores tipos, es conocido como palo seco porque no tiene terminaciones o patines. Generalmente son utilizadas para titulares, publicidad y páginas web, puesto que son funcionales (legibilidad y leibilidad). Dentro de este grupo están las humanísticas, geométricas y grotesco.

Tipo humanístico: En el siglo XV el papel fue incrementando su nivel de importancia como soporte para los escritos, por lo que modificaron las Carolingias recibiendo el nombre de Humanística, posteriormente a mitad del siglo XV, dicho tipo fue utilizado como modelo para los caracteres tipográficos; estos se basan en los tipos romanos, es como otra variante de está pero sin patines, por lo que, actualmente se no hacen familiares. (Blanchard, 1988, p. 56) (Imagen 125)

Imagen 125.

Se observa las partes que caracterizan al tipo egipcio, tipo que causó mayor impacto que la tipografía gruesa. (Black Wolfette, 2011, [En línea])



Tipo geométrico: se originó a consecuencia de los movimientos vanguardistas de Europa y Alemania. Su forma de diseño como su nombre lo dice, es a base de figuras geométricas. Connotan el modernismo y el funcionalismo. (Blanchard, 1988, p. 82)

La fuente tipográfica Futura, es la más conocida actualmente ya que tiene demasiadas variables. Por mencionar algunos ejemplos de este tipo: Metro, Tempo, Kabel. (Imagen 126)

Tipo grotesco: a pesar de que es muy pesada, en sus trazos presenta contraste y se utilizaban para publicidad. (Imagen 127)

Además del tipo serif y sans serif, existe otro grupo que está formado por letras manuscritas y decorativas, su estilo característico es la inclinación y adornos exagerados en las que son más notables en las letras capitales y altas; casi no suelen emplearse porque no son funcionales en lo que se refiere a puntajes pequeños ya que pierden legibilidad, sin embargo, son utilizados para anuncios, invitaciones, entre otros. Algunos ejemplos de este tipo: Comercial Script, Coronet, Typewriter.

Imagen 126.

Tipografía de palo seco estilo geométrico, su estructura con base a figuras geométricas, ya sean líneas o curvas. (Black Wolfette, 2011, [En línea])



Imagen 127.

En el estilo gótico se presentan trazos pesados, dicho estilo es derivado del estilo egipcio. (Black Wolfette, 2011, [En línea])

1.6.4 Medidas en la tipografía

Ahora que ya se presentó la terminología, la anatomía y la clasificación de la tipografía, ahora toca presentar la información acerca de las medidas tipográficas, por lo que en este apartado lo abordaremos.

Como sabemos, existen varias medidas que son utilizadas en la composición tipográfica como: pulgadas, milímetros, centímetros y cuadratín, no obstante, las medidas más utilizadas en la actualidad son el punto, la pica y la unidad.

1.6.4.1 El punto

El fundidor de tipos francés Fournier creó esta unidad (y le dio nombre) en 1742. Su definición ha ido variando según las épocas y las áreas donde se utilizaba. Básicamente, antes de la llegada de la tipografía digital había dos variantes: en América del Norte e Inglaterra equivalía aproximada (pero no exactamente) a 1/72 de pulgada. En Europa se utilizó el llamado punto Didot, equivalente a 0,376 mm, creado por el impresor del mismo nombre en 1748. (Millán, 1999 [En línea])

Las medidas que se empleaban en América del Norte e Inglaterra eran diferentes, por lo que no era equivalente, sólo un aproximado; tiempo después se trató de establecer una medida que fuera utilizada en los medios digitales, por lo que los caracteres son compatibles en los tipos de reproducción, descartando la variación de tamaño de la tipografía. El punto, se utiliza para medir el cuerpo de la tipografía y el **interlineado**.

1.6.4.2 La pica

“El sistema de punto-pica fue establecido por Benjamín Franklin (1706-1790)...” (Córtes, 2008 [En línea]). En la actualidad ésta medida tipográfica es utilizada en América e Inglaterra. Relacionándolo con el punto, una pica es equivalente a 12 puntos. (Florencia, (sf) [En línea])

La pica se utiliza para medir los márgenes, el ancho y largo de una columna.

1.6.4.3 La unidad

Para hablar sobre la medida de la unidad es indispensable mencionar a la “eme” que también es una medida tipográfica. *“La eme es un cuadrado del tamaño del tipo que se está componiendo” (T. Turnbull y N. Baird, 1990, p. 84)* Por lo tanto, la unidad es una parte del tamaño de la eme. La aplicación que el diseñador le da a la unidad, depende de como lo requiera en su diseño. Los pros que se obtienen de esta medida son, que se puede manipular la interletra y la interpalabra, esto es con el propósito de que se maneje la mancha tipográfica, así se puede manejar el **tracking y kerning**.

En relación con lo expuesto, es oportuno citar: *“El proceso de ajuste del espacio entre dos letras se denomina kerning, o compensación.” (Kunz, 2003, p. 29);* este procedimiento que el diseñador compone debe ser ópticamente similar dado que, si los espacios otorgados son demasiados grandes, el lector se puede incomodar ya que el texto puede dar la impresión de estar disperso; por el contrario, si los espacios son muy angostos, se notaría el texto de cierta manera apretado.

...el espacio óptimo entre letras viene determinado por las contraformas de las letras de la caja baja. Las tipografías con contraformas pequeñas necesitan menos espacio entre las letras que las tipografías con contraformas grandes. (Kunz, 2003, p. 28)

De acuerdo con lo citado, la compensación que se le da a las interletras depende de las contraformas de la tipografía con la que se este trabajando ya que debido a esto, se regularizarán los espacios de manera adecuada, dando como resultado un texto leible.

Al mismo tiempo, el tracking es otro componente importante que se puede manipular en el texto.

Sólo puede lograrse un espacio entre palabras uniformes si el texto se compone alineándolo por la caja izquierda (en bandera). En textos justificados deberá distribuirse más espacio entre cada una de las palabras por línea, con lo cual los espacios entre palabras varían de unas líneas a otras. (Kunz, 2003, p. 30)

Por lo tanto, el espacio que hay entre palabras igualmente tiene que ser conveniente para obtener una lectura adecuada, esto es, que no sea tediosa o que no cause una fragmentación en las ideas que conforman la información, para esto no suceda, es recomendable trabajar la caja con alineación izquierda.

1.6.5 La tipografía en la revista

Ya que se presentaron las partes que conforman a la tipografía es momento de aplicarla en la publicación para poder hacer una funcionalidad adecuada. *“La tipografía, más que ningún otro elemento de diseño, crea ciertas asociaciones en el lector.”* (Zappaterra, 2008 p. 129). Esto se debe a que, la tipografía invita al lector a indagar en la publicación, dado que se selecciona de acuerdo a su funcionalidad y a la característica para ser leible, que por tanto será legible, es decir, el diseñador editorial debe elegir la que vaya acorde o que tenga una estrecha relación al tema presentado en la revista. No obstante, el diseñador debe atreverse a experimentar con la tipografía en cuanto a la forma, la dirección u orientación de la misma y el puntaje que presentará el texto en una composición, cuidando de no presentar un caos para el lector, puesto que él podría desinteresarse o aburrirse en el artículo y aún más en la publicación.

En la actualidad, la tipografía es un elemento de suma importancia para el diseño editorial, de modo que, su forma puede representar una imagen o bien, puede sustituirla únicamente con su composición u otras conceptos que el diseñador experimente, como ejemplo de lo descrito podemos encontrar algunas revistas en las que su diseño de cubiertas o interiores son solamente tipografía, en especial la portada de la publicación. (Imagen 128 - 130)

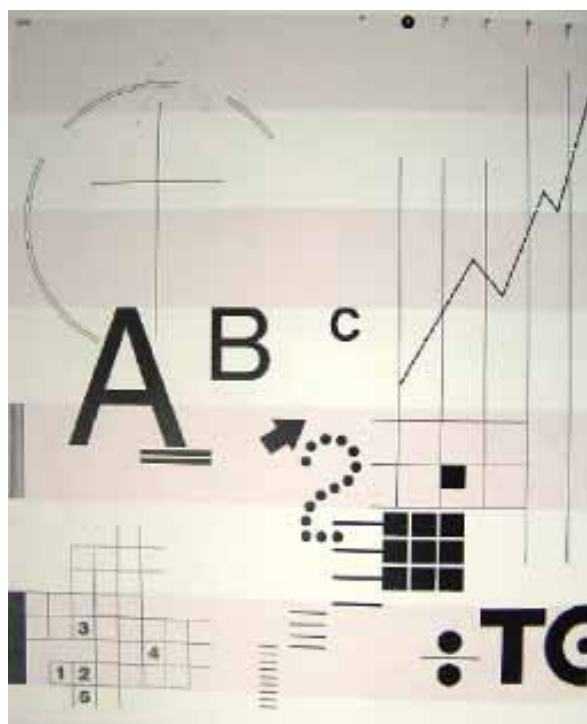


Imagen 128.

Portada de Swiss typographic magazine en la cual los elementos utilizados son figuras geométricas, números y algunas letras. (Samara, 2002, p. 130)

❖ Capítulo I

Antecedentes y evolución del diseño editorial en revistas impresas

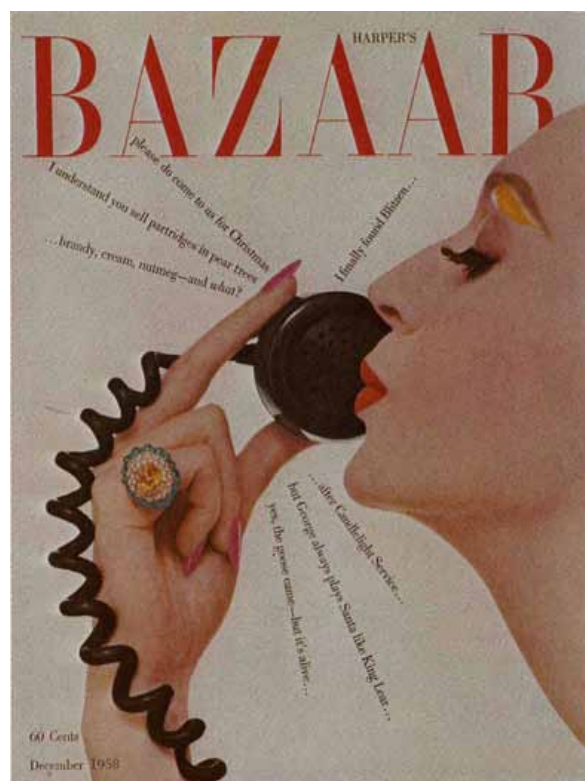


Imagen 129.

Portada de la revista Vanity Fair, diseñada por Mehemed F. Agha. Julio 1933. El elemento principal es el personaje que forma el número 4 e inmediatamente la palabra JULY complementa el mensaje, fecha importante para Estados Unidos. (Zapaterra, 2008, p. 162)

Imagen 130.

Portada de la revista Bazaar, diseñada por Henry Wolf. Diciembre 1958. En ésta portada se utilizan las entradillas como representación del sonido que emite el teléfono. (Sin autor, (sf), [En línea])



EMIGRE

Design Department

Cranbrook

graphic

design

special

THE
MAGAZINE
THAT
IGNORES
BOUNDARIES

PRICE:
\$7.95



||
CAPÍTULO



LA TRANSICIÓN Y EVOLUCIÓN
DE LAS REVISTAS A TRAVÉS
DE LA HISTORIA

❖ Capítulo II

La transición y evolución de las revistas a través de la historia

Para comprender mejor la problemática que se presenta alrededor de revistas impresas, es necesario adentrarnos en su entorno y de esta manera entender cuál es el rol que juega la industria editorial y los cambios por los que ha tenido que pasar.

Se puede definir a la industria editorial como una empresa dedicada a la publicación y distribución de periódicos, libros, discos y revistas; ya sea de manera impresa o digitalizada, con la finalidad de satisfacer las necesidades de la sociedad, sin embargo, esta definición va más allá, puesto que es un medio que cuenta con un alto grado de responsabilidad social; el cual, está encargado principalmente de la difusión de información y cultura a diferentes sectores de la sociedad. Por otro lado, las revistas dan muestra generalmente del panorama por el que pasa la sociedad en el tiempo en que se publicaron *“son un fiel testimonio de la estética y las inquietudes del momento”* (Martínez, 2006, p. 16), ya que en ellas se pueden encontrar artículos e imágenes que dan muestra del contexto en el que se desarrollaban, pueden hallarse también fotografías de personajes de la época; todo esto con la finalidad de crear una relación con sus lectores.

Al principio, los primeros manuscritos estaban catalogados como un objeto precioso ya que solo podían tener acceso a ellos las personas que tuvieran vínculos con la iglesia tales como sacerdotes, lo que hacía que los manuscritos tuvieran costos muy elevados. (Imagen 131)

Tiempo más tarde, alrededor del siglo XV estos escritos se abarataron, ya que comenzaban a surgir las primeras universidades para la burguesía tales como París, Bolonia, Oxford y Salamanca donde los estudiantes empezaron a tener acceso a este medio de información, dando paso a que se construyeran las primeras librerías universitarias en las que los estudiantes sólo podían consultar estos libros por determinadas horas, puesto que, no era permitido sacarlos, ni prestarlos.



IMAGEN 131.
El libro de Durrow, página capitular del evangelismo de San Marcos, ca. 680 d.C. (Meggs, 1988, p.42)

Asimismo, la industria editorial surge como tal en 1722, a raíz de la necesidad de mantener informada a la sociedad a cerca de sucesos que ocurrían en su entorno pero principalmente por la carencia de otros medios de comunicación masiva como la radio y la televisión. Es así como las revistas logran crear una relación muy estrecha con sus lectores, pues las casas editoriales generalmente se han dado a la tarea de buscar el lenguaje y las técnicas para satisfacer necesidades y gustos del target al que desea convencer, de esta forma se logran definir los temas que serán abordados dentro de sus artículos.

Es clara la influencia que los medios de comunicación han llegado a tener sobre su público, porque en ellos se muestran estereotipos de belleza, formas de vida y de relaciones personales que sirven de influencia para imponer cambios, modas y tendencias en la sociedad.

En revistas, periódicos y televisión generalmente puede observarse la imagen o fotografía de mujeres u hombres que son presentados como los estereotipos de belleza, los cuales van cambiando constantemente de acuerdo a la época en que se desenvuelvan; sin embargo, la concepción que se tiene acerca de la belleza, tiende a ser variable, siendo afectada principalmente por los cambios sociales; un claro ejemplo de ello se puede ver en la prehistoria, pues la belleza se ve influenciada por la necesidad de sobrevivir, es por eso que las mujeres voluminosas se consideraban bellas (Morales, 1995, [En línea]. En Egipto la higiene estaba ligada a la belleza, en el renacimiento la belleza masculina puede verse reflejada en la escultura de Él David de Miguel Ángel y así como estos casos se pueden encontrar más, pero esta percepción ha sido de forma diferente en cada país y en cada época, dependiendo de la cultura, educación y costumbres con las que cuentan los distintos grupos sociales.

2.1.- LA DÉCADA DE 1960 Y EL OP ART

A mediados de los sesenta, la sociedad se vio invadida por un nuevo género de origen inglés, el cual fue influenciado por dos factores relevantes, el primero de ellos fue la formación de nuevos grupos musicales, tal como los Beatles de Liverpool; y el segundo factor fue impulsado por una moda de minifaldas impuesta por Mary Quant en 1963; este movimiento fue denominado como hippie, y estaba dirigido especialmente a los jóvenes, la frase **“haz amor no la guerra”** fue muy marcada por el movimiento, dando origen a una nueva manera de ver el mundo; trayendo consigo muy buenas aportaciones económicas a las arcas inglesas.

Los sesenta fueron sin duda una década vitalizante, no solamente para el público que la vivía, ya que influyo en gran medida al ámbito del diseño gráfico, pues se optó por hacer una inclinación hacia el uso de formas psicodélicas y emplear colores vivos, encendidos y atrevidos (Thomas, 2001, p. 789). Esta tendencia también se hace evidente en el ámbito editorial, teniendo como ejemplo a la revista **OZ**, *“los tamaños y formatos variaban con frecuencia...”* (Zapaterra, 2007, p. 184) la cual fue muy identificada por ser la más sugestiva de la época, gracias a que su contenido era bastante controvertido y un tanto obsceno, e inclusive fueron a dar a juicio por contener ciertos artículos inapropiados. (Imagen 132)

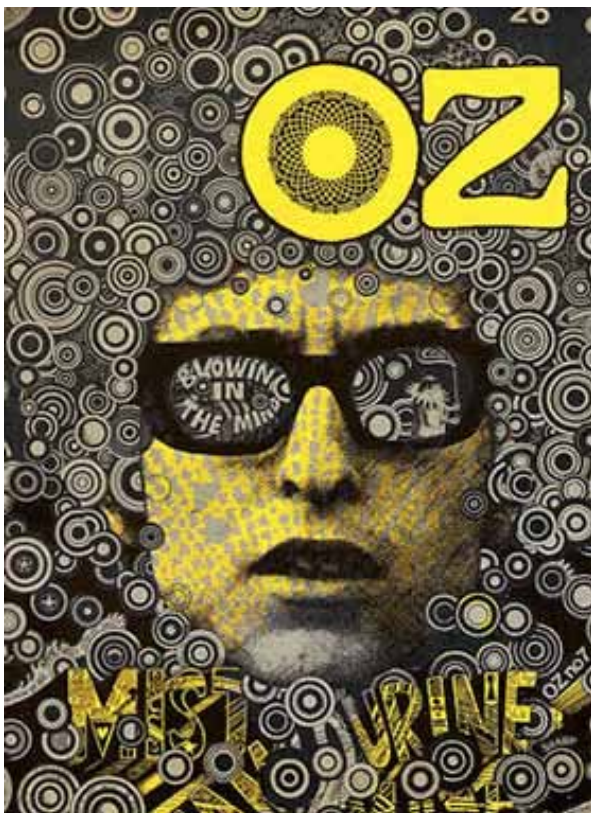


IMAGEN 132.

El séptimo número de Oz es uno de los más famosos de la historia de la revista, gracias a la icónica portada de Bob Dylan diseñada por Martin Sharp, en donde aprovecho nuevas técnicas de impresión para ilustrar el espíritu experimental de la música y la cultura de aquel momento. (Zapaterra, 2008, p.143)

Tiempo después surge una nueva tendencia en el diseño denominado **Op Art** (Arte Óptico), en el que se empleaban figuras y colores en altos contrastes, y en otras ocasiones se utilizaban con luces, sombras o ambas, también se buscaba crear cierto movimiento y vibración al ojo del espectador, dando cierto dinamismo a las obras en segunda dimensión y algunas veces creando un efecto de espacios en 3D. Este movimiento, fue sin duda una gran aportación para el ámbito gráfico, puesto que se desarrollaron estudios más a fondo acerca de la teoría del color, se motivó a las investigaciones científicas sobre la luz y el movimiento que producen los cambios cromáticos, así como la percepción en la visión humana.

Por otra parte en 1962 se funda en Londres la **D&AD** (Design and Art Direction) con el fin de premiar a las mejores publicaciones de la industria editorial y motivar a los profesionales a desempeñar una mejor labor; teniendo como resultado elevar la calidad de esta industria, lo que se hace visible en 1967 con la revista **Nova**, pues resulta ganadora de los premios **D&DA**. Ésta publicación a cargo de Harry Peccinotti, Derek Birdsall

❖ Capítulo II

La transición y evolución de las revistas a través de la historia

y Jhon Blackburn alcanzó grandes niveles competitivos entre publicaciones francesas e inclusive norteamericanas como **Vogue, Elle, Esquire**. (Imagen 133)

Mientras tanto, la revista Vogue logra determinar un estándar en las tendencias de la fotografía e impone la utilización de los rostros y cuerpos femeninos en sus portadas, tales como Jeanne Shrimp y Twiggy, quienes logran convertirse en el estereotipo de belleza del momento; estas publicaciones presentaban avances

tecnológicos que vendrían a revolucionar las actividades de la mujer de esa época, de tal manera que se lograra facilitar las labores domésticas, tal es el caso del microondas; por otra parte se hacían muestras de productos comestibles, como el refresco de dieta, que a su vez era anunciando para motivar a la mujer a consumirlo y así poder obtener un físico similar al de las modelos, quienes habían traído la delgadez como nueva tendencia (*Revistas femeninas, 2003, pp 4*). (Imagen 134)

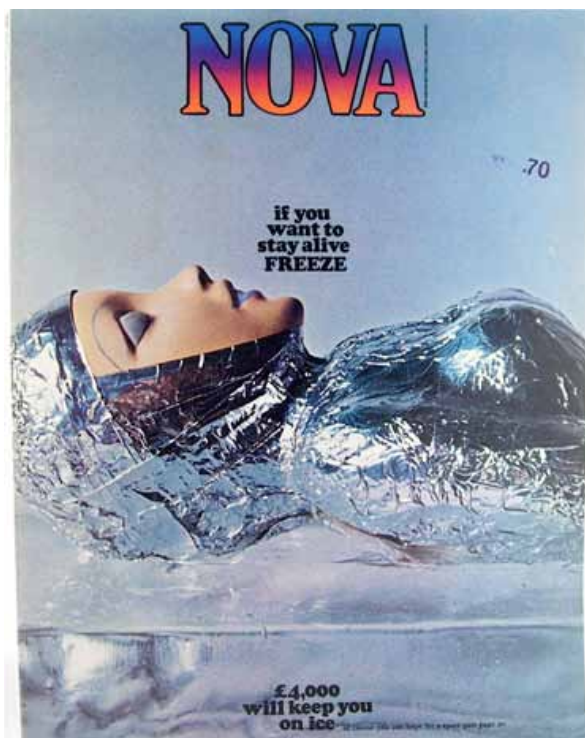


IMAGEN 133.

Portada de la revista Nova en 1969 bajo la dirección de Paul Newman en donde puede verse en la influencia sobre la llegada del hombre a la luna. (High Valley, 2011, [En línea])



IMAGEN 134.

La modelo Twiggy de Londres en la portada de la revista Vogue en una de sus ediciones de primavera. (Kute Girl, 2011, [En línea])

Es importante mencionar que el público femenino, fue perfecto para desempeñar el papel de intérprete y consumidora de este tipo de revistas, puesto que mostraban como vestirse y arreglarse de acuerdo con las nuevas tendencias del momento.

Otra revista que logró trascender en esta época, fue **Mc Call's** la cual estaba dirigida principalmente a las amas de casa, con un radical cambio estético, el cual fue realizado por el mismo staff con el que contaba desde sus inicios, destacando en una de sus publicaciones de navidad, debido a que pusieron especial atención a sus diseños en el que la competencia se tornaba relativamente difícil; es importante mencionar que este hecho fue benéfico, pues de esta manera se empezó a dar importancia al diseño editorial, determinándose como una estrategia para motivar a nuevos lectores a

adquirir la revista y no correr el riesgo de perder a sus ya consumidores. Toda esta faceta de cambio, no solo motivó a los directores artísticos, puesto que talentosos fotógrafos e ilustradores se unieron a los grupos editoriales, teniendo como resultado, publicaciones con mejor calidad visual y conceptual.

Mientras tanto, se comenzaron a implementar algunas campañas masivas por correo directo y la revista **Eros** fue claro ejemplo de ello, denominada en su momento como la revista del amor, estuvo a cargo de **Herb Lubalin**; ésta utilizaba un formato de 96 páginas y a través de ellas, hacía una clara muestra del ritmo y dinamismo, en la cual se empleaban fotografías que abarcaban toda la página; en el texto se solía jugar con los tamaños haciendo una relación muy peculiar entre texto e imagen. (Imagen 135 y 136)



IMAGEN 136.
 Se hace muestra de una página que demuestra el estilo de la revista Eros en 1962. (Meggs, 2000, p. 357)

IMAGEN 135.
 Herb Lubalin, página de la revista Eros, en la cual se hace muestra de una doble página, en la que aparecen la pareja Kennedy. (Meggs, 2000, p.357)



❖ Capítulo II

La transición y evolución de las revistas a través de la historia

Por otra parte en México los temas que se destacaban en las revistas femeninas eran otros. Por ejemplo en la revista **VANIDADES** siempre se destacó por ser una revista que mostraba las últimas tendencias en moda, en decoración, los mejores lugares para vacacionar, artículos sobre productos de la época, como el surgimiento de la píldora anticonceptiva por mencionar algunos, lo que provocó que la mujer tuviera la oportunidad de elegir cuando ser madre, por otra parte presentaba notas sobre personajes de la realeza, del espectáculo y algunos influyentes. Desde el primer número, lanzado a nivel continental en el año de 1961, teniendo en su portada a Brigitte Bardot, la revista **VANIDADES** también se caracterizó por tener fotografías de los rostros femeninos más importantes en su momento, asimismo llegaron a aparecer personajes masculinos como Julio Iglesias, debido a su gran popularidad dentro del género femenino. Al referirnos a las portadas que incluían a mujeres, cabe destacar que éstas lucían el maquillaje, los peinados y accesorios de moda de la época; en este periodo las prendas de novedad eran las minifaldas, los pantalanes con botamangas anchas inspirados en los movimientos hippies. (Imagen 137)

También este medio motivó el lanzamiento de nuevos materiales sintéticos, partiendo de cuando André Courreges lanzó su colección espacial inspirada por la llegada del hombre a la luna, dado paso al plástico y metal como materiales para su ropa y estampados, utilizando colores con alto contraste que daban una apariencia psicodélica, de igual manera se empleaban figuras geométricas en las prendas, haciendo referencia o siendo influenciadas por la corriente artística del momento: el Op Art.

De la misma forma, es importante mencionar que la moda presentada en la revista **VANIDADES** de México era inspirada en la moda parisina y estadounidense. Pero no todo en esta revista era moda y belleza, de alguna manera a la mujer también se le involucraba en temas políticos, por ejemplo se publicó cuando el



IMAGEN 137.

Cubierta de la revista Vanidades de México en diciembre 1969 en donde la fotografía nos hace alusión a las tendencias de la época (Mercado libre, 2011, [En línea])

presidente Jonh F. Kennedy llegó a la presidencia de Estados Unidos y su esposa Jacqueline logró ser una mujer importante para su época, asimismo, cuando su esposo es asesinado y Jacqueline toma la decisión de volver a casarse con el Magnate Aristóteles Onassis en 1968, Vanidades cubre la nota del enlace.

Además, se cubrían diversas noticias como lo fue la muerte de Marilyn Monroe; contenía artículos con fotografías o escenas de algunas películas del momento como: Romeo y Julieta o la Novicia Rebelde; en cuanto a las obras de teatro cubiertas por la revista se destaca la primera obra en la que se exhibieron desnudos artísticos, la cual llevo como nombre Hair y Oh Calcutta. (Rodríguez, 2010, [En línea])

En el año de 1968 la revista **Bella** exhibe en sus páginas publicidad hecha para los Klipies, que eran un tipo de pasadores teniendo como característica principal ser un objeto cómodo para las mujeres mientras dormían, utilizados para que a la mañana siguiente fuera más fácil



peinarse; de la misma forma se promocionaba el spray para cabello, es entonces cuando se empiezan a hacer variaciones en cuanto a los targets, ya que este producto comenzaba a lanzar distintas presentaciones según el tipo de cabello, todos estos productos dirigidos a las mujeres. (Imagen 138)

Años más tarde, esta tendencia sufrió un drástico cambio, pues en lugar de moda; el cabello, la manera de vestirse, el maquillaje y la música empezó a manifestarse como muestra de rebeldía con mayor fuerza, cuando estilistas como Vidal Sasson mostraba la peluquería como una forma de arte al hacer cortes de cabello asimétricos y cortes unisex.

Dentro de la música, se promovían los discos de Cesar Costa, Alberto Vásquez, Enrique Guzmán, Roció Durcal y Angélica María, la cual graba su primer disco en el año de 1962 y se le otorga el título de La Novia de México, todos estos personajes aparecieron en portadas de revistas cubriendo artículos acerca de su vida, sus discos y películas.

Otra revista que se encargaba de informar a la mujer acerca de los acontecimientos globales de la época fue la revista **Paquita**, la cual en su publicación del 2 de octubre de 1961 presentó un artículo relacionado con la radiación, exponiendo de qué manera afectaba a los niños y al medio ambiente.

Dentro de la misma publicación aparecían artículos que resaltaban ideologías de países distintos al nuestro, como lo fue el caso de París, presentando notas con relación a su vestimenta, las cuales tiempo después marcarían una tendencia en México.

IMAGEN 138.
Portada de la Revista Bella de Serie Platino (Bárbara Bach, 2009, [En línea])

2.2.- LA DÉCADA DE 1970 Y EL POSMODERNISMO

La década de los 70's fue considerada como el inicio del posmodernismo, dando lugar al fin de era moderna, este movimiento estuvo lleno de manifestaciones culturales, tales como la arquitectura, cine, pintura, filosofía y la literatura. Fue entonces cuando la sociedad intentó cuestionar y debatir todo lo referente al modernismo, manteniendo la búsqueda de igualdad entre hombres y mujeres, tratando de erradicar la discriminación; para lograr una mayor conciencia humana, económica y ecológica, pues la gente consideraba que la etapa modernista ya no encajaba con su contexto posindustrial.

El término posmodernista, fue empleado para llamar así al nuevo cambio cultural. Este cambio también logra manifestarse en al ámbito del diseño gráfico, pues se logra una tendencia por romper con las formas empleadas en el diseño moderno.

En esta época la forma de vida de las personas emprendía distintos cambios y nuevos círculos sociales se empezaban a crear, lo que comenzó a diversificar el tipo de lectores y por ello tuvieron que surgir nuevas publicaciones que cubrieran los intereses y necesidades de la sociedad.

La sociedad posmoderna se caracterizaba por ser gente materialista y consumista, debido a la globalización, y su interés creció hacia temas ecologistas, de belleza, salud, familiares, tecnología, entre otros.

El principal objetivo de mantener informada a la gente impulsó a las empresas editoriales, es decir, dio un giro en la década de los 70's, al estar ligada a todos los cambios políticos, económicos e ideológicos, las editoriales independientes que tenían un mayor interés por los aspectos culturales e intelectuales, se vieron afectadas por empresas con una mayor infraestructura y con un poder mercadológico más grande, es así como ese interés de mantener informada a los lectores, pasó a ser una inclinación por mantener entretenido al público, a través de notas sobre el medio artístico, por esta razón el material editorial empezó a tener un mayor valor por su imagen y calidad.

Cuando la mujer comienza a integrarse al ámbito laboral, el estereotipo de ésta cambia, jugando ahora el rol de trabajadora y ama de casa, a diferencia de las revistas femeninas a finales de la década de los 60's, donde la mayoría de los contenidos tratados abarcaban temas relacionados con la salud, el amor y el hogar; fue a principios de los 70's que la revista **Activa** se distingue por ser la primera en dirigirse hacia la mujer que tiene una vida fuera de casa, posteriormente otra revista innovadora fue *Intimidades*, al abarcar temas relacionados con la sexualidad, publicada por primera vez en 1978. (Imagen 139)



IMAGEN 140.
Portada de la Revista Cosmopolitan en su versión estadounidense en Agosto de 1973. (Seeto, 2010, [En línea])

Al mismo tiempo llega a México **Cosmopolitan** una revista que ya se publicaba con anterioridad en Estados Unidos como una revista familiar. La directora de esta revista, a principios de los 70's, fue Helen Gurley Brown, quien decidió colocar fotografías de mujeres en la portada, como una propuesta de la mujer perfecta, ya que se pretendía comunicar a las lectoras, el cómo llegar a ser la mujer perfecta o ideal, y es así como surge la típica portada que ahora es característica en este género de revistas. (Imagen 140)

IMAGEN 139.
Portada de la revista activa en donde se puede observar al chavo del ocho, una serie mexicana que tuvo gran aceptación por parte del público, es una serie que hasta nuestros días sigue siendo vista en sus distintas repeticiones y presentaciones animadas y original. (Ramírez, 2012, [En línea])



Por otra parte el presidente Echeverría pretendía realzar los valores femeninos por medio de programas culturales, tales como “La mujer del año”, organizado por las damas publicistas de México y asociadas en 1970; y posteriormente el Cervantino de Guanajuato, que se celebra cada año, iniciando en 1973 con eventos de música, danza, teatro y artes plásticas. Sin embargo:

A pesar de todos estos acercamientos del presidente Echeverría a los intelectuales del país, sus resultados fueron limitados. (Fernández y Bonsipie, 2008, p. 194)

❖ Capítulo II

La transición y evolución de las revistas a través de la historia

Este desacuerdo fue notorio en publicaciones de algunas editoriales, un ejemplo claro es **Excélsior**, en donde se juzgaba severamente al presidente. Consecuentemente gracias a este desafortunado evento, esta publicación tuvo que cambiar su dirección editorial. (Imagen 141)

Sin embargo otro evento muy importante fue la elección de nuestro país para los campeonatos de la Copa Mundial de Fútbol México 70, esto se logró gracias al crecimiento urbano que se había dado, tal como la construcción de estadios, reestructuración de vías rápidas y centros residenciales en los anteriores Juegos Olímpicos del 68: (Imagen 142 y 143)

Trajerón consigo movimientos socioculturales y económicos que involucraban la labor de los diseñadores, de especialistas en marketing y ventas y de publicistas, entre otros profesionales (Fernández y Bonsipie, 2008, p. 192)



IMAGEN 141.

Presentación del periódico Excélsior del día 15 de marzo de 1970, en donde se hacían fuertes críticas hacia el presidente Echeverría. (Botello, 2008, [En línea])

IMAGEN 142.

Identidad gráfica de los juegos olímpicos de México 68 diseñado por el estadounidense Lance Wyman Newark (1937). (Meggs, 1998, p.382)





IMAGEN 144.

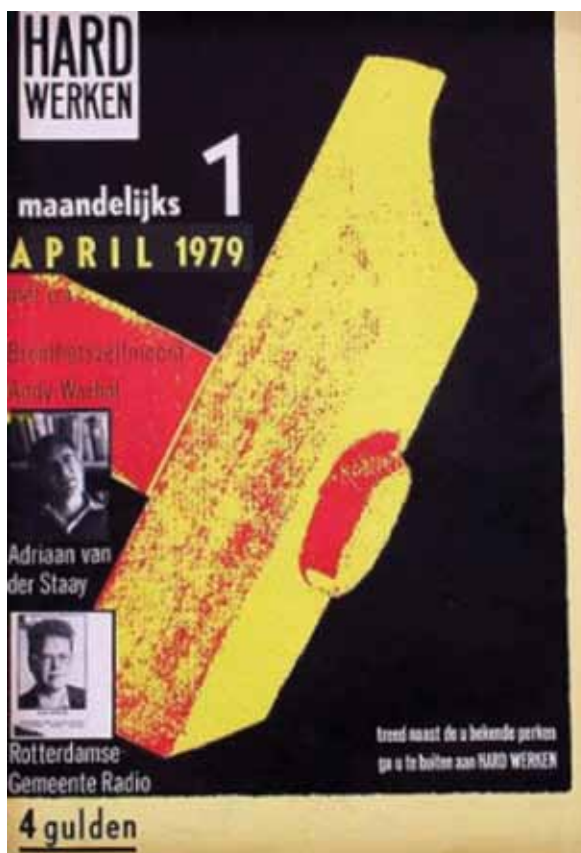
Portada de la edición número 1 de Hard Werken en Abril de 1979. La experimentación con imágenes, las técnicas de impresión y los materiales, caracterizaron a los primeros diseños de Hard Werken. (Meggs, 1998, p. 428)

Esto motivó a que numerosas empresas quisieran patrocinar estos juegos, para poder salir en cualquier medio de la prensa, y tener una mayor cercanía con el público llevando así sus productos o servicios. (Fernández y Bonsipie, 2008, p. 194)

Mientras tanto en los países bajos de Europa surge una revista mensual llamada Hard Werken, la cual es una de las más importantes de su época, el grupo de diseñadores colectivos que se encontraban a cargo,

IMAGEN 143.

Logotipo de los campeonatos de la Copa Mundial de Fútbol México 70 en donde puede verse claramente que el diseño seguía la pauta de los juegos olímpicos del 68, puesto que de alguna manera México ya había sido identificado con líneas geométricas repetidas; como director de diseño se encontraba a Lance Wyman. (Moratalla, s.f. [En línea])



rechazaban todo el proceso de investigación para el resultado del problema, o cualquier cosa que los limitara, asimismo aceptaban todo tipo de elementos, tales como tipografías y materiales, para posibilidades de su revista, y a pesar de ello, se lograban resultados bastante interesantes, creativos y originales. (Imagen 144)

3.3.- LA DÉCADA DE 1980 Y EL DISEÑO RETRO

Los ochentas se ven como una década muy influenciada por la etapa posmodernista de los setentas, dentro de lo que concierne al diseño, puesto se resaltaron las texturas, geométricas dinámicas, el color, y las superficies. Esta época fue mejor conocida como la etapa del diseño retro, ya que muchos diseñadores se inclinaron por adoptar la tendencia de “mirar hacia atrás” acogiendo y haciendo que aquellos estilos históricos en el diseño resurgieran, es así que toman una apreciación muy estrecha con su historia, debido a un movimiento basado en el “renacimiento histórico” gracias a exposiciones de diseño, libros y revistas.

Al mismo tiempo, esta década fue de suma importancia para el diseño editorial:

Adobe Systems inventó el lenguaje de programación PostScript fundamental en los programas de composición de página; y Aldus publicó Pagemaker, una de las primeras aplicaciones de programas en los que se usó el lenguaje PostScript para diseñar páginas en la pantalla de la computadora. (Meggs, 1998, p. 455)

Por ello se dio un gran paso en el avance tecnológico de software para la autoedición en el diseño editorial, por ejemplo, el PostScript, que es un lenguaje de programación que permite leer documentos listos para imprimir; por su parte Pagemaker, fue un programa para la autoedición de páginas.

No obstante no solo el diseño editorial sufrió cambios, también el ámbito tipográfico pasaba por un proceso de transformación, un factor muy importante en su evolución fueron los “punks”, quienes eran un movimiento social mayoritariamente de jóvenes rebeldes, que adoptaban vestimentas y peinados muy llamativos, y fue así que estilos tipográficos adoptaron formas más ornamentales y de fantasía. Menciona Frutiger (2005) que esto fue una: “*mutilación de la tipografía. Hubo una liberación de la forma tipográfica*” (Frutiger, 2005, p. 116). Asimismo esto puede verse reflejado en familias tipográficas tales como Univers Flair.

Mientras tanto, en México el panorama en general atravesaba por una crisis económica, gracias a la deuda externa, la crisis petrolera, la devaluación de la moneda y el fraude de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), lo que provocó que gran parte de la población tuviera un bajo poder adquisitivo, anudando a estos problemas, el temblor ocurrido en 1985, ocasionó un atraso en el desarrollo urbano de nuestro país, sin embargo muchos diseñadores tuvieron la idea de no sólo diseñar sus productos, más bien, de comercializarlos y volverse empresarios para combatir estas dificultades económicas, tal situación fue benéfica. Este nuevo panorama motivó la creación de la primera revista mexicana de diseño **Magenta**, publicada por primera vez en 1983 en Guadalajara, la cual estaba dedicada al diseño en general, en esta publicación,

muchos productos de diseño lograron anunciarse para darse a conocer, asimismo, se promocionaban todo tipo de eventos académicos y productivos que se llevaban a cabo en ese entonces. Por otra parte un hecho muy gratificante en esta década, fue la fundación de espacios para el diseño, tales como **La academia Mexicana del Diseño** (1981), **El museo Franz Mayer** (1982) y el **Quórum, Consejo de Diseñadores de México, A.C.** (1985). (Frutiger, 2005, pp. 182 - 198)

Otro evento en ésta época que impulso al diseño, pero desafortunado para el país, fue la reestructuración por parte gobierno del presidente Miguel de la Madrid, en el que alrededor de 660 empresas paraestatales fueron vendidas, por lo que requerían de nuevos rediseños.

Por otra parte, alrededor del mundo el posmodernismo se veía plasmado en trabajos de **Neville Brody**, en revistas como: **The Face** y **Arena**, en la primera: (Imagen 145 y 146)



IMAGEN 145.

Doble página de la revista The face en donde Neville Brody proclamo nuevas formas de diseño editorial, las cuales han sido de gran influencia hoy en día para muchos diseñadores. (Zapaterra, 2007, p. 161)

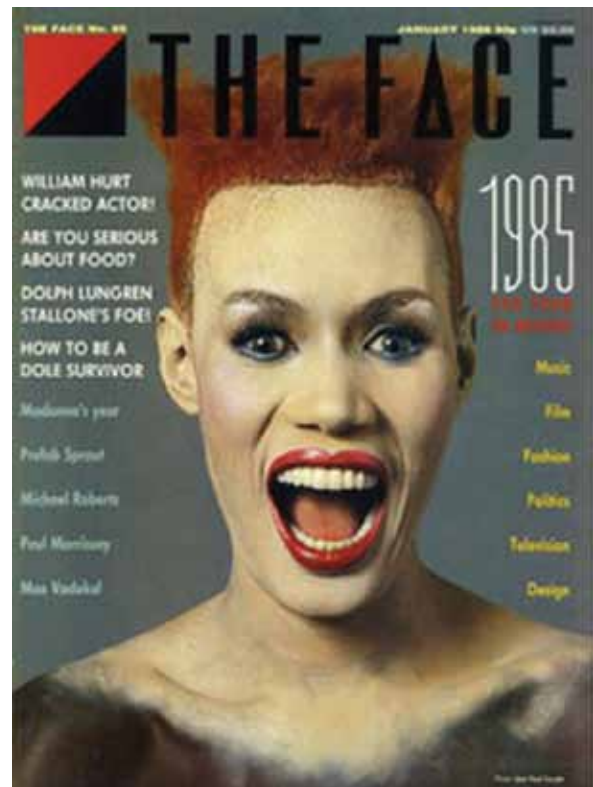


IMAGEN 146.

The face en la década de los 80 revolucionó la función editorial de la tipografía y tuvo un impacto duradero en el mundo del diseño grafico. (Zapaterra, 2007, p. 167)

❖ Capítulo II

La transición y evolución de las revistas a través de la historia

“Diseñó una serie de tipos de letra sans-serif que proporcionaban una imagen gráfica única en la revista. Los encabezados adquirieron el poder de objetos, cada uno cuidadosamente realizado para expresar el contenido... consideró a la revista como un objeto dimensional que existe en el tiempo y el espacio.” (Meegs, 2000, p. 454)

De esta manera Neville Brody logra marcar un estilo único dentro del diseño editorial, sin embargo, la aportación de su trabajo trajo consigo que otros autores piratearan e hicieran plagio de esta revista, por lo que tiempo después Brody diseñó una nueva revista llamada **Arena**, en donde hace visible la utilización de grandes escalas de los elementos compositivos y el uso de grandes contrastes, por lo que se podía apreciar el empleo de la familia tipográfica Helvética, y su simple y limpia composición. (Imagen 147)



IMAGEN 147.

Portada y página de la revista Arena, la cual fue pionera al poner mayor énfasis en la fotografía espectacular, el impacto de la simplicidad, y en ocasiones yuxtaposiciones de texto e imágenes. (Redding, 2009, [En línea])

Otra de las revistas más destacadas de la década junto con toda la revolución tecnológica, ya antes mencionada que estaba surgiendo, fue la revista **Emigre**, que recibe su reconocimiento hasta 1984 a cargo de **Rudy VanderLans** en donde es notable la experimentación que aportó la nueva tecnología de la computadora, demostrando así los alcances y beneficios que obtuvo de ésta para su diseño editorial, sin dejar atrás el dinamismo y el estilo propio que aplica VanderLans. (Imagen 148 y 149)

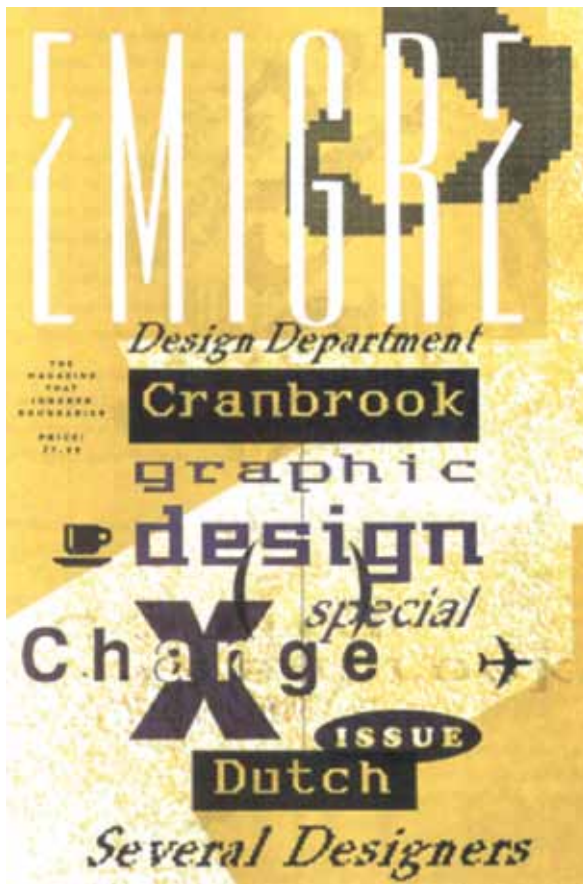


IMAGEN 149.

Interior de la revista emigre en donde puede observarse la experimentación tipográfica gracias al avance tecnológico en softwares de la época. (The digital revolution, (s.f). [En línea]

IMAGEN 148.

Portada de la revista emigre 10, 1989. La sintaxis tipográfica tradicional dio lugar a un experimento en secuencias de información, poco convencional para una edición especial acerca del intercambio del diseño gráfico. (Meggs, 1998, p. 459)



❖ Capítulo II

La transición y evolución de las revistas a través de la historia

También una de las revistas más reconocidas fue **Ray Gun** bajo la dirección de arte de David Carson, quien desafió toda norma y regla establecida del diseño, esta revista fue la primera en ser enviada mediante un archivo electrónico al impresor; cabe mencionar que fue una publicación poco convencional y de gran controversia, **Carson** no respetaba las leyes de legibilidad, utilizaba tipografías poco entendibles, omitía el espacio de medianiles en las cajas de texto,

utilizaba justificaciones extremas forzadas, entre otros muchos detalles que empleaba, y cada uno de estos eran demasiado ocurrentes y a veces un tanto caóticos, sin embargo se creaba una dinámica entre el lector y la revista, para así poder descifrarla, fue atacada por muchos críticos en el tema, pero bien aceptada por el público a quien se dirigía. Sin duda alguna Carson fue una gran influencia en el ámbito del diseño editorial. (Imagen 150 y 151)

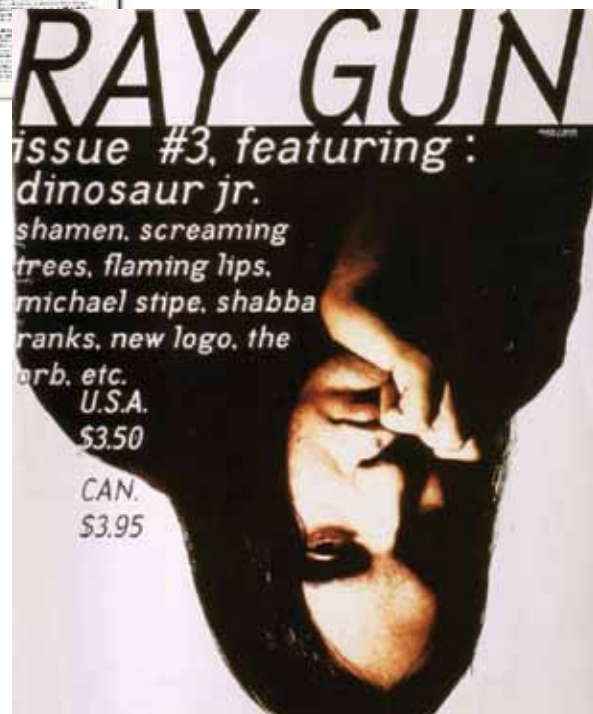


IMAGEN 150.

Interior de la revista Ray Gun, en donde se puede observar el uso de la experimentación editorial de su estilo visual. (Zappaterra, 2007, p. 168)

IMAGEN 151.

Raygun, presentada para romper al máximo posible de normas establecidas, esta revista se atrevía incluso, con el cambio de cabecera de un numero a otro. (Leslie, 2000, p. 47)



2.4.- LA DÉCADA DE 1990 Y EL INICIO DE LA REVOLUCIÓN DIGITAL

A partir de la década de los noventa, el rol de la mujer y del hombre dio un giro muy importante al incorporarse a la vida laboral, en años anteriores a esta década, el rol de hombres y mujeres estaba muy marcado, el papel del hombre como proveedor del hogar y a la mujer se le atribuían las labores domésticas.

Por ello el contenido de las revistas para mujeres estaba alejado de la política o de la economía y sólo se abarcaban temas que le enseñaban a ser una buena ama de casa, buena madre y esposa, además se podía encontrar publicidad de productos que le ayudarían a cumplir su rol de ama de casa.

En esta misma década surge la revista **Tú**, que junto a la revista **Eres**, se convierten en las revistas femeninas juveniles del momento, las cuales eran editadas por Servicios Editoriales **Eres**. De acuerdo con la profesora de sociología de la Universidad de Columbia Británica, Aurora H. Currie (1999), la revista femenina juvenil es una nueva gama que se desprende de las revistas femeninas, esta nueva categoría abarca temas como moda, belleza, relaciones de pareja, escuela, relaciones amistosas, todas éstas adaptadas a las tendencias vigentes. Estas revistas surgieron con la finalidad de que el capitalismo siguiera subsistiendo, al fomentar el consumo, esto en relación a que el contenido de la revista promovía la necesidad de adquirir productos mostrándolos en la publicidad que contenía. (Imagen 152)

Después de ver el éxito obtenido por publicaciones como **Tú**, surgieron revistas como **15 a 20**, **Por ti**, **Teenager**, **Seventeen**, entre otras.

La década de los noventa, específicamente el año 1992, fue muy importante para la industria editorial mexicana, porque surge Grupo editorial Televisa, el cual se convierte en el grupo editorial en español más grande del mundo, siendo éste líder en producción, representación y distribución en Latinoamérica y en público hispano de los Estados Unidos. Según información publicada en la página oficial de esta



Imagen 152.

Portada de la revista **Eres**, en donde se muestra a Enrique Iglesias, cantante del momento, junto a una fan. (Venenosos de siempre, 2011. [En línea])

empresa, se presentan los siguientes datos: es la empresa líder al producir y distribuir más de 178 títulos de revistas bajo 117 marcas diferentes, tiene presencia en 20 países y mantiene una posición líder en 18 de ellos. Esta empresa surgió cuando Televisa adquiere Editorial América.

A partir de este hecho, en las revistas se retoman los tópicos sexuales que la revista Intimididades ya antes había incluido entre sus artículos, dejando a un lado los temas de belleza y moda. (*Televisa, 2011, [En línea]*)

Se sabe que la industria editorial tendrá que luchar constantemente por mantenerse a flote; como ejemplo de ello podemos mencionar que en la década de los 90's sufrió una fuerte crisis en la que el consumo del material editorial. Según datos proporcionados por la **CANIEM** (Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana) en 1990 se publicaron 9,734 títulos; en 1993, la cifra ascendió a 11,960; pero se podría pensar que al pasar el tiempo esta cantidad debía ascender, pero fue lo contrario, ya que en 1995 se registró la siguiente cifra 11,917, pero a pesar de esto la baja de casas editoras fue mínima.

Este último movimiento, motivó a que las empresas editoras afrontaran esta crisis de forma diferente, algunas como ya se mencionó, se dieron a la quiebra, pero algunas otras deciden lanzar nuevas publicaciones que abarcarán a otros sectores de la sociedad a los que no se habían llegado, como editorial Televisa, el cual decidido traer de vuelta la revista Playboy, ya que ésta se había dejado de publicar en México desde 1998.

En cuanto a la situación en la que se encontraba nuestro país, puede mencionarse que eran tiempos difíciles, en 1994 se enfrentaba al llamado “**error de diciembre**” que trataba de la devaluación nuevamente del peso mexicano. A consecuencia de este error, miles de millones de dólares salieron del país, y se dio una crisis financiera, inclusive peor que el de la deuda externa. También en este periodo se levanta en armas el movimiento Zapatista a cargo del “**Subcomandante Marcos**” en donde inclusive se manufacturaron diversos carteles, textiles y juguetes con la figura de este personaje.

“Esta revolución sacudió al país, cuestionó valores, concientizó nuevamente al público sobre el abandono de las comunidades indígenas y reubicó a los mexicanos en la realidad nacional” (Frutiger, 2005, p. 197)

Asimismo es importante mencionar que este tipo de acontecimientos hace que la población entre en un grado de conciencia y valorización sobre nuestras costumbres, raíces y cultura. Este suceso tuvo gran popularidad en el extranjero, y gracias a la firma de Tratado de Libre Comercio de América del norte (TLCAM) por parte del gobierno del presidente Carlos Salinas.

Por otra parte, otro acontecimiento benéfico para el diseño fue la fundación del **Centro Promotor de Diseño**, que apoyaba el impulso de pequeñas y medianas empresas para promover sus productos, y que de esta manera fueran competitivos dentro del mercado nacional e internacional.

Una revista mensual muy importante de diseño en México fue la revista **Matiz** a cargo de **Álvaro Rego** y **Domingo N. Martínez** que contenía temas y artículos de ilustración, tipografía, web, cine, animación, cartel, tecnología, artistas y autores destacables en el diseño gráfico, por lo que en sus publicaciones puede verse la experimentación dinámica en la composición de elementos.

Mientras tanto, Estados Unidos también enfrentaba una de las mayores crisis económicas en los años de 1990, sin embargo, el ámbito editorial experimentaba un nuevo cambio, el cual sería favorecedor en gran medida para esta industria, tomando en cuenta la mejora de softwares en el desarrollo tecnológico de las computadoras, lo que produjo que muchos diseñadores editoriales exploraran aplicaciones tales como **QuarkXpress** y **Photoshop**, el primero de ellos comienza

como un programa de autoedición, el cual logra convertirse en una de las herramientas predilectas por quienes probaban utilizarlo; la segunda herramienta llamada Photoshop, surge como una aplicación para el retoque fotográfico, en el cual se logra la manipulación sobre fotografías e imágenes, cosa que no se había visto anteriormente; de la misma forma las herramientas de impresión presentaron un avance significativo, puesto que se vieron beneficiados por estos programas de edición gráfica. (Imagen 153 y 154)

Asimismo muchos de los elementos que emplea una revista, pasaban por una transición de cambio y revolución, como lo fue el caso de la tipografía y fotografía, ya que gracias a la computadora, se lograron manipular y experimentar diversos arreglos y ajustes digitales.

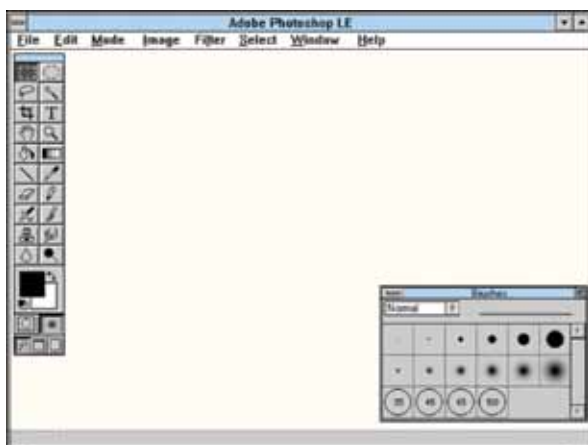


IMAGEN 154.
Primeras graficas de la interface del programa de autoedición Quark-Xpress. (Arah, 2006, [En línea])

IMAGEN 153.
Primeras graficas de la interface de programa Adobe Photosop en 1991 (Arah, 2006, [En línea])



❖ Capítulo II

La transición y evolución de las revistas a través de la historia

Un ejemplo claro de lo que acontecía en esta época fue la revista **Blow**, creada en 1993 en Londres por unos estudiantes llamados: **James Pretloveo** y **Michael Oliveira-Salac**, esta revista reflejaba la vida nocturna de su país, pero con un enfoque diferente, ya que se deseaba ridiculizar a aquellos quienes se tomaban muy en serio la moda de aquel entonces, **Blow** era una revista de fotografías en blanco y negro, en donde se recurría al fotomontaje y manipulación fotográfica. Sin embargo solo duro hasta la 12° publicación, ya que al llegar a la 13°, no se contaba con el capital suficiente para reproducirla, y es que este número en especial iba a ser impresa a color, lo que incrementaba su costo. (*Jeremy Leslie, 2000, p. 41*) (Imagen 155 y 156)



IMAGEN 156.

Doble página de Blow en donde se muestra el uso de fotografías manipuladas en blanco y negro, característico de la revista. (Leslie, 2000, p. 40)

IMAGEN 155.

Edición de la revista Blow "Era anti-moda, antidiseño, antitodo lo que se llevaba por entonces. Antibrillante. (Leslie, 2000, p. 39)



Otra revista de gran importancia fue Vanidad, rediseñada en 1998 por Fernando Gutiérrez en España:

El cambio más polémico fue la introducción de un logotipo gráfico, una A mayúscula invertida que sustituía a la cabecera tradicional, “Quería crear un ícono. La A es una letra simbólica, el principio”. Explica Gutiérrez. “Ver el principio al revés te hace sentir incómodo. Es la forma de una V, de vanidad y también la cabeza de un toro”. (Jeremy Leslie, 2000, p. 73)

Sin embargo no solo se cambió el logotipo, también se cambiaron el diseño de cada una de sus páginas, e inclusive la manera de trabajar los artículos que se presentaban, por ejemplo, si en la revista se incluía un artículo sobre Madonna, no se obligaba a presentarla en la portada, sin embargo, si se publicaba una imagen de acuerdo al tema a manejar, como la televisión, música, pornografía o drogas, es decir, no se anclaba al receptor a partir de las personalidades, si no de los géneros o conceptos temáticos. (Imagen 157 y 158)



IMAGEN 158.

Se observa en los interiores de la revista el empleo de colores básicos: blanco, negro y rojo. Un sello característico es el uso de tipografías con un puntaje menor a los 18 puntos. (Leslie, 2000, p. 74)

IMAGEN 157.

Portada de la revista Vanidad en su edición número 53 en Marzo de 1998, en donde el tema principal fue sobre Dios. (Leslie, 2000, p. 73)



2.5.- DEL AÑO 2000 HASTA NUESTROS DÍAS

En la actualidad no todas las publicaciones que han surgido lo han hecho con la finalidad de vender o promover un estilo de vida, puesto que algunas revistas tenían la intención de entretener y divertir. En la revista **Ene o** [ensayo del diseño] se menciona un artículo acerca de la verdadera importancia de una revista: te mantiene distraído mientras tu cuerpo está ocupada en otra cosa (*Quique, 2006: 55*) tomando en cuenta que algunas veces éstas son utilizadas para hojear en consultorios, estéticas, oficinas, salas de espera, etc., con la finalidad de que la gente se mantenga entretenida mientras espera.

Por otra parte, la publicidad dentro de las revistas y periódicos se ha incrementado significativamente, pues los nuevos productos se han visto en la necesidad de promoverse ante la sociedad; trayendo consigo un enorme beneficio para la industria editorial, ya que gracias a su bajo costo en comparación con la publicidad de la televisión y la radio, es el medio más recurrido para ésta.

Esta industria ha crecido y revolucionado de tal manera en la sociedad que hoy en día ya se puede hablar de algunas editoriales como marcas.

Las editoriales se han constituido como marcas. Consumir libros de determinada editorial es como calzarse unas Nike: unos lo harán por distinción, otros porque han depositado su confianza en su calidad. (Parra, 2011, [en línea])

Y es que no es lo mismo adquirir un libro o revista de una editorial prestigiada, como **Alfaguara** y **Diana**, las cuales son editoriales reconocidas y en las que se tiene la seguridad de que el producto que se va a adquirir es de calidad ya que su contenido es confiable, y no un producto de dudosa procedencia. Pero también es cierto que esta industria está enfocada para todo tipo de público, es por esta razón que en algunos casos existen publicaciones para personas que prefieren leer información poco confiable, simplemente para satisfacer cierto morbo o únicamente por tener algo que leer.

En la actualidad, debido a la globalización, la percepción que tenemos de belleza física podrá ser la misma para la mayoría de la población y generalmente se tiende a relacionar con un cuerpo delgado, la figura esbelta, la piel bronceada, depilada y sin celulitis, siendo éste el estereotipo de mujer que ofrecen estas revistas (*Figueras, 2006: Párr. 4 [en línea]*). Los medios de comunicación, enfocándonos en las revistas, juegan un papel muy importante en la propagación de esta percepción, ya que en estos medios se muestran imágenes de hombres y mujeres con el “cuerpo perfecto” lo que para muchas personas despierta el deseo de querer ser como ellos. También es importante recalcar que en el contenido de las revistas se podrá tener acceso a la información que se necesita para poder alcanzar esta meta.

La industria editorial está en constante cambio y ahora se hablará sobre ¿cómo se ha enfrentado, sobrellevado y superado las constantes crisis económicas?. En un artículo del periódico **Milenio** escrito por Jesús Alejo, el director general de la revista Nexos Rafael Pérez Gay comenta:

Una de las características de la crisis actual es que ha mutado mes a mes: primero escuchamos de hipotecas basura, luego de bancos quebrados, más tarde descubrimos que hay individuos casi geniales capaces de defraudar 50 mil millones de dólares a lo largo de los años. Quiero decir que no sabemos bien a bien qué tipo de crisis vamos a enfrentar, ni cómo. (Alejo, 2009, [en línea])

Actualmente se puede hablar de una etapa de recuperación, según estadísticas del 2009 por la **CANIEM** (Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana), la industria editorial se encuentra a la alza porque al igual que las demás industrias, la editorial también se vio afectada por dos factores de la crisis económica de 2009; el primero de ellos fue debido a las alzas de costos del papel, tintas y medios de reproducción; el segundo factor fue la disminución de ventas, ya que el poder adquisitivo de la sociedad también se vio afectado y aún no logra recuperarse, esto puede atribuirse a que las publicaciones impresas no son un producto de necesidad básica, por lo que la sociedad da prioridad a otros productos.

Otro aspecto que debemos considerar son los avances en la tecnología de punta, tanto en software (programas de edición) como en hardwares (sistemas de impresión), hay que reconocer que la industria editorial siempre se verá beneficiada o afectada por estos avances, es decir, un arma de doble filo, por un lado la tecnología en sistemas computacionales permite que se pueda llegar a los lectores de una forma más fácil y con un costo más bajo, pero por otro lado, las publicaciones impresas se ven afectadas porque la mayoría de los lectores de esta generación tienen más acceso a los medios electrónicos, por esta razón, para ellos es más cómodo y accesible hacer sus consultas en línea, pero aunque la producción de medios impresos ha disminuido, la consulta de información ha aumentado (Camargo, 2008 [En línea]).

En México los índices de educación son bajos lo que conlleva a niveles de analfabetismo altos y si a esto se suma que las pocas personas que saben leer no tienen el hábito de la lectura, nos encontramos con un gran problema. México cuenta con más de 100 millones de habitantes y alrededor de mil 800 librerías. Al menos 18 millones de personas son lectores potenciales, pero el resto de la población no lee, no compra libros, no asiste con frecuencia a una biblioteca, son ciudadanos indiferentes a la literatura de calidad, un mexicano que se inclina por la revista del momento, la del escándalo, la de chisme, o la novela policíaca, la vaquera, la pasional, literatura barata y popular que vende y divierte. (Aguilar; Cruz, 2009, p. 1)

Estas cifras son alarmantes y vergonzosas, pues aunque existieron regímenes como el de Porfirio Díaz, quienes intentaron combatir el analfabetismo al crear escuelas en zonas rurales y el de Carranza al crear un departamento editorial o como Álvaro Obregón al colocar a José Vasconcelos en 1921 frente a la nueva Secretaría de Educación Pública para que ambos retomaran iniciativas como la de Porfirio Díaz, o iniciativas como la publicación de libros y revistas a través de un Departamento Editorial y la realización de campañas alfabetizadoras, entre otras, lamentablemente las cifras de este problema no han tenido una variación importante.

Al igual que el gobierno, las empresas editoriales privadas intentaron combatir el analfabetismo, es así como el grupo **editorial Televisa** lanzó una campaña llamada “leer para soñar”, en la que se invita a actores y actrices de esta empresa a leer con niños de 4 a 18 años.

Pero el hecho de que el gobierno intentara combatir el analfabetismo, también trajo sus consecuencias para la industria privada, porque el estado empezó a tener sus propias publicaciones, siendo éste el mayor competidor de las casas editoras.

2.5.1 Industria Editorial Pública

En el apartado anterior se mencionó cómo el gobierno ha atendido de diferentes formas el problema que hay de analfabetismo en nuestro país y de la relación que hay entre los niveles de lectura y la industria editorial, y es que gracias a este problema ha surgido la necesidad de crear editoriales públicas con la finalidad de producir publicaciones tanto en libros como revistas, que fomenten la lectura en niños, jóvenes y adultos, ya que las revistas son un medio factible para llegar a los niños y jóvenes, pues en ellas se manejan temas variados de interés general, como tecnología, ciencia, literatura, arte, entre otros, haciéndolas un tanto más atractivas, pero sin dejar de lado el contenido educativo, un ejemplo claro es la revista **AZ**. (Imagen 158 y 159)

La revista **AZ** surge en el 2007 y es una publicación que trata temas de educación y cultura, dirigida a los niños y jóvenes, abordando investigaciones de nivel científico, cultural, de educación e innovación tecnológica, avalada por la UNESCO y la



IMAGEN 159.

Se puede observar dentro de la revista *Az*, el uso de ilustración digital en una de las páginas de la revista, sello característico de la revista. (Figuroa, 2008, [En línea])

IMAGEN 158.

Ejemplar impreso de la revista *Az*, en su número “Fomento a la lectura”, dirigida principalmente a los jóvenes estudiantes. (*Az*, educación y cultura, 2001, [En línea])



La Reforma Integral para la Educación Básica (RIEB), iniciada por la Subsecretaría de Educación Básica en marzo de 2009, descansa en un diagnóstico del cual derivan objetivos y estrategias en consonancia con el Plan Nacional de Desarrollo y el Programa Sectorial de Educación 2007-2012.

EL DIAGNÓSTICO DE LA EDUCACIÓN BÁSICA

El comienzo de una buena planeación se asienta en un diagnóstico sólido, objetivo y consecuente. Destacan los siguientes como puntos sobresalientes del presentado en la mesa:

- A pesar de que la cobertura en primaria y secundaria es alta (94% y 91.8% respectivamente), todavía no se logra llegar al 100%, y en el nivel preescolar apenas alcanza el 74%.
- La eficiencia terminal es de 49.3% y 79.7% en primaria y secundaria respectivamente (p.25).
- Los contrastes en la capacidad administrativa y operativa en las entidades siguen siendo profundos. (p. 22) dicho fenómeno incide significativamente en los resultados educativos.
- La currícula prevalente no corresponde con las necesidades del país.

SEP, el grupo **AZ** no sólo cuenta con la revista impresa, sino que también cuenta con una página de apoyo en donde los niños y jóvenes de educación básica, media superior y superior pueden apoyarse buscando temas de interés sobre su educación. Es necesario mencionar que la publicación de revistas independientes o de empresas privadas, son las que logran un equilibrio entre la industria editorial pública y la privada. **La Asociación de Editores, Distribuidores e Impresores de Publicaciones Periódicas** proporcionan la siguiente cita:

El superávit de estas revistas hace posible el equilibrio del balance editorial en México que en libros es deficitario. (Malvido, s.f., p. 57 [En línea])

Refiriéndose al hecho de que a partir de que el gobierno en su lucha en contra del analfabetismo, decidió hacer sus propias publicaciones, en libros y la industria editorial empezó a enfocarse en las publicaciones periódicas como revistas, logrando posicionarlas en el gusto del público, y así crear un balance entre la industria privada y la pública. En el área de revistas y publicaciones periódicas de corte académicas, se pueden identificar como principales casas editoras a las **Universidades públicas** y en menor número a las **privadas**, y algunos organismos gubernamentales que están a cargo de la difusión de la cultura o de la educación, en este caso se puede hablar de las siguientes instituciones; **Instituto Nacional de Antropología e Historia, El consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, el Consejo Nacional para las Cultura y las Artes, el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática y la Secretaría de Educación Pública.**

2.5.2 Industria Editorial Independiente

Hoy en día existen diversas casas editoras privadas, la mayoría de ellas dedicadas a la producción de sus propias publicaciones, como grupo **Milenio**, quien aparte de producir su periódico, tiene publicaciones independientes, y todas ellas producidas en su mismo taller, puesto que le es más conveniente tener la supervisión del proceso de impresión, y por otra parte le resulta mucho más económico. (Imagen 160 - 162)



IMAGEN 160.
Presentación impresa del periódico diario Milenio, el cual es publicado en cada una de las ciudades de la republica mexicana. (Kiosko.net, 2010, [En línea])

❖ Capítulo II

La transición y evolución de las revistas a través de la historia



IMAGEN 161 y 162.

Presentación de la revista M Semanal, en donde se presentan temas de problemáticas sociales que ocurren en la actualidad. (Guil, 2009, [En línea])



Pero también existen casas editoriales que se dedican a la producción de publicaciones independientes, tales como **Mc. Graw Hill**, en la mayoría, publicaciones que abarca en las ramas de ingeniería, medicina, biología, ciencia, arquitectura, marketing e informática.

Es importante mencionar que estas publicaciones se generan gracias a la diversificación de temáticas especializadas que existen en la actualidad, como se mencionó al inicio del capítulo, hoy las revistas femeninas ya no son tan generales, más bien se han especializado en sectores de interés, conteniendo temas de mayor impacto social.

Por lo general, la mayoría de las revistas independientes no están ligadas a un grupo editorial, lo cual les dificulta sobrevivir en un mercado tan competitivo, muchas de ellas, sólo se publican durante alguna temporada, otras basan su economía en la publicidad que anuncian dentro de su revista, y pocas son las afortunadas que cuentan con el apoyo o patrocinio de empresas públicas y privadas, un ejemplo claro son las revistas culturales, algunas se ven patrocinadas por instancias del gobierno para promover el turismo; mientras que las empresas privadas financian o apoyan a este tipo de publicaciones para dar a conocer sus productos, servicios, como el caso de empresas hoteleras, gastronómicas, o que tengan que ver con el índole cultural.

2.5.3 Industria Editorial Privada

En México conviven la industria editorial privada y la del estado. Dentro los grupos editoriales privados respecto a revistas se encuentran entre los más importantes, **Conde Nast, Grupo Expansión, Impresiones Aéreas, Grupo Medios, Armonía y Editorial Televisa**. Juntos estos grupos editoriales conforman el 72 % del mercado de revistas y el 85 % de la publicidad. (Villamil, 2011, [en línea]).

De las décadas de los treinta a los sesenta, se puede considerar una expansión de las revistas dirigidas a las mujeres. En los años siguientes que abarcan las décadas de los setentas a los noventas hubieron cambios drásticos en cuanto a los temas que se manejaban en las publicaciones. En esta época también se dio la consolidación de **Editorial Televisa**.

Al final de los años 30's llega a México la publicación **La Familia**, la cual se destaca por ser la primera revista dirigida exclusivamente a las mujeres ya que su contenido era sobre labores del hogar, salud, moda, belleza, costura y recetas de cocina. No se incluían temas de política, economía o sucesos que estaban aconteciendo en esa época, como la Guerra Civil Española, los inicios de la segunda guerra mundial, el asesinato de Hitler etc.

Actualmente una de las editoriales privadas más prestigiada y conocida es la **Editorial América**, en donde se manejan publicaciones de temas como salud, belleza, moda, farándula, avances tecnológicos, viajes, deportes y televisión.

Los convenios que tiene son con marcas con un prestigio a nivel mundial como **National Geographic Hearst, Marie Claire, Disney, Rodale, G+J, Motorpress y Northern & Shell**. Entre sus marcas están **TVy Novelas, Caras, Tú, Conozca Más, Casaviva, In fashion, Vanidades** que como se mencionó antes desde la década de los ochenta es una revista con un alto índice de ventas.

Hoy en día este grupo editorial también se ha expandido a la web para seguir manteniéndose como empresa líder, y su último lanzamiento hasta entonces ha sido la revista **TVyNovelas**. (Televisa, 2011, [En línea])

Otro grupo editorial importante es **Expansión**, el cual se fundó en 1966 y actualmente cuenta con marcas con las siguientes clasificaciones: Negocios, Femeninas, Masculinas Entretenimiento, Viajes, Interactive. Entre las revistas más importantes que edita el grupo **Expansión**, se encuentra **Dinero Inteligente**, que es una revista de negocios en la que se publican artículos que dan consejos y estrategias a sus lectores, para invertir su dinero en forma inteligente, creando así una cultura financiera. Cada mes se publican 65 mil en todo el país y tiene una audiencia de 214 mil personas, que en su mayoría son parejas jóvenes, con una independencia económica e interés de planear y optimizar su dinero para encontrar estabilidad financiera. Esta revista tiene una audiencia equilibrada de hombres y mujeres. (Grupo Expansión, 2006, [En línea]) (Imagen 163 y 164)



IMAGEN 164.

Página de contenido de la revista Dinero Inteligente, en donde se manejan consejos estratégicos financieros. (Biblioteca Anahuac Maya, 2010, [En línea])

IMAGEN 163.

Cubierta de la revista dinero inteligente, publicada en marzo del 2010, perteneciente al grupo editorial televisa. (Biblioteca Anahuac Maya, 2010, [En línea])



Quien es una revista femenina que es definida por grupo editorial expansión como "...es el código de conducta de la sociedad mexicana." (*Expansión*, 2006, [En línea]) en esta revista se muestran investigaciones sobre el comportamiento social y cultural de México, pero también se pueden ver historias y estilos de vida de "personajes interesantes" a nivel nacional e internacional. Sale a la venta cada 14 días, con un tiraje de 120 mil ejemplares y es leída por 456 mil personas pues se distribuye a nivel nacional. (Imagen 165)

Las personas que la consumen son en su mayoría mujeres de 19 a 24 años, pero también hombres en una menor cantidad, son personas con una vida social activa, modernos, que consumen y viven el estilo de vida de la alta sociedad mexicana, teniendo como guía a las personalidades de quienes se habla en ésta y otras publicaciones de este género.



IMAGEN 165.

Portada de la revista *Quién* en su edición especial sobre los 50 personajes que mueven a México. (De la Rosa, 2010 [En línea])

En la imagen se puede observar la portada de dicha revista, la cual tiene como artículo principal “50 personajes que mueven a México” y se pueden ver los rostros del Chicharito, de Ana de la Reguera, de Guillermo Arriaga y de Carmen Aristegui, estos personajes se encuentran en una lista de personas que esta revista considera importantes actualmente en el país y sobre todo que tienen credibilidad ante la sociedad mexicana.

Es importante mencionar que esta lista se ha realizado en dos ocasiones dándose a conocer los resultados en los años 2009 y 2010. Un dato importante a mencionar es que en la lista no solo se encuentran personajes del medio artístico, también pueden notarse personalidades de diferentes áreas tales como: empresarial, líderes de opinión, cultura, deporte, espectáculos, moda y ciencia, entre otras.

Estas personas fueron elegidas por un jurado conformado por 16 expertos en distintas disciplinas tomando criterios de evaluación como: relevancia en la sociedad, trayectoria y la resonancia pública del personaje.

Quo, es una revista de corte científica dirigida a la “*Divulgación práctica y didáctica del conocimiento enfocado a ciencia, salud, tecnología, historia, medio ambiente, astronomía*” (Grupo Expansión, 2006, [En línea]), por lo que puede verse que trata temáticas muy diversas, atractivas y sugerentes, de manera que al lector se le haga interesante la lectura, por esta razón el público al que está dirigido, está interesado en saber cómo funciona el espacio en donde

vive, detalles y datos curiosos para ampliar su cultura en general, esta publicación sale a la venta cada mes, con un tiraje de 130 mil ejemplares y es leída por alrededor de 650, 000 personas. Es importante mencionar que **Quo** ha sido considerada como una de las 10 revistas más leídas en México hasta hoy día. (*Grupo Expansión, 2012, [En línea]*) (Imagen 166)

Elle es una revista de moda, y está dirigida a mujeres con un estilo de vida sofisticado aunque también la adquieren un 15% de hombres. “*La mujer Elle es sofisticada, moderna, vanguardista, libre y segura de sí misma, una mujer con alto poder adquisitivo y excelente gusto*” (*Grupo Expansión, 2006, [En línea]*), es por ello que el público femenino que adquiere esta revista, cuenta con una economía equilibrada, permanece con el interés de informarse sobre las tendencias y modas actuales. Esta publicación tiene una periodicidad mensual y su tiraje es de 57 mil publicaciones por lo que es consultada por aproximadamente 205, 200 lectores. (Imagen 167 y 168)

Otra revista importante de este grupo editorial es **Chilango**, la cual tiene 6 años de estar en el mercado y está dirigida a los habitantes de la Ciudad de México, en su contenido se pueden encontrar temas de interés general con respecto a esta ciudad, temas que muestran diferentes tipos de vista para poder vivir en la ciudad de México dando datos de los mejores lugares como teatros, restaurantes, antros, entre otros.

Chilango ha obtenido dos veces el Premio Nacional de Periodismo dándole credibilidad entre sus lectores. Salen al mercado alrededor de 55, 000 ejemplares cada mes en el D.F. y en la zona metropolitana, es leída por 132 mil personas. Los lectores son hombres y mujeres que tienen una vida consumista y activa socialmente, con el interés de entretenerse en la ciudad (*Expansión 2011[en línea]*). (Imagen 169 y 170)

Impresiones Aéreas es otro grupo editorial de suma importancia en nuestro estudio, fue fundada en 1989 y sus publicaciones abarcan temas de negocios, estilos de vida, femeninas y turismo por lo que su público es muy específico. Actualmente recibe el nombre de **Iasa comunicaciones**, fue el primer grupo editorial en aliarse con una aerolínea para sacar una publicación. Escala, Clase Premiere y Gran Plan estas revistas son para los pasajeros de Aeroméxico.



IMAGEN 166.

Portada de la revista Quo perteneciente al grupo editorial televisa en donde se manejan temas científicos de manera atractiva e interesante. (Quo.es, 2008, [En línea])



IMAGEN 167.

Artículo de la revista Elle de Francia sobre una diva de la moda, un ejemplo a seguir para muchas mujeres hoy en día. (Madonnatribe, s.f, [En línea])

IMAGEN 168.

Cubierta de la revista Elle para enero del 2010, en donde puede notarse a simple vista que es una revista femenina de moda. (Elle, 2011, [En línea])



IMAGEN 170.

La revista Chilango en su edición de Septiembre del 2011 es una guía sobre las cosas que suceden y acontecen en la cd. de México. (Chilango, 2011)



IMAGEN 169.

Doble página de la revista Chilango en donde se muestra el estilo sencillo y versátil que maneja la publicación. (Chilango, 2011)



Somos la editorial que mejor le habla a los nichos, creemos firmemente que la integración de tácticas y estrategias de comunicación en conjunto con la implementación de medios impresos y online genera mejores beneficios a nuestros clientes por lo que ofrecemos Soluciones Integrales de comunicación. (Ilsa comunicación, 2011, [En línea])

Respecto a esta cita, se puede decir que esta empresa tiene muy definido el tipo de público al que se dirige, haciendo que sus publicaciones tengan datos muy claros para poder establecerse en el gusto de sus lectores.

Entre sus publicaciones más destacadas esta la revista **Entrepreneur**, la cual es una revista de negocios que se consolida como la más vendida en México. El tipo de lector a quien va dirigido es a personas emprendedoras que toman retos financieros para hacer crecer sus negocios. Tiene una periodicidad mensual y salen a la venta 121 mil ejemplares para ser leída por 605 mil personas a nivel Nacional e internacional. (Imagen 171 y 172)



IMAGEN 172.

Página de revista Entrepreneur en donde se puede ver el uso de un diseño sencillo y armónico. (Brody, 2011, [En línea])

IMAGEN 171.

La revista Entrepreneur tiene como sello característico el empleo de portadas contextuales, no hace uso de imágenes, tal como se observa en esta edición. (Brody, 2011, [En línea])



En la página web oficial de la revista **Entrepreneur**, se mencionan las siguientes cifras:

- 52% de los lectores de la revista se considera innovador al probar nuevos artículos.
- 62% busca productos que tengan un balance entre calidad y precio a la hora de comprar.
- 44% compran esta revista para informarse sobre algún artículo de su interés.
- 79% de los lectores se fija atentamente en los anuncios publicitarios. Al igual que grupo Editorial Televisa esta empresa ya cuenta con publicaciones en internet.

Por otra parte esta el grupo editorial **Conde Nast**, cuenta actualmente con publicaciones impresas y via web entre las cuales encontramos a: **Vogue Latinoamérica, Vogue México, Glamour Latinoamérica, Glamour México**, dirigidas especialmente al sector femenino, **GQ-Latinoamérica, GQMéxico**, para hombres, y la revista **AD** que habla sobre arquitectura y diseño. Es importante mencionar que estas revistas son dirigidas a un público con una economía un tanto más estable:

IMAGEN 173.

Victoria Beckham luciendo joyería fina en portada de la revista Vogue en su versión estadounidense para la edición del mes de Abril. (Sherry, 2008, [En línea])



Nuestras páginas de revistas y Web llegan a un público pudiente, exigente e importante que tiene tanto grandes aspiraciones como gran alcance. (Condé Nast, s.f., párr. 4 [En línea])

Por lo que las publicaciones del grupo editorial **Conde Nast** son muy exclusivas, por mencionar una: la revista **Vogue**, quien a lo largo de la historia ha tenido buenas referencias, y un gran reconocimiento por su manejo a nivel dirección de arte. La revista **Vogue** fue lanzada por primera vez en 1892, y ha pasado por una evolución muy importante, en ella puede verse claramente toda una transición sobre ¿cómo se manejó la revista dirigida a mujeres?, el ¿cómo era vista?, y ¿cuáles eran los temas de su interés?, hasta nuestros días. (Imagen 173 y 174)



IMAGEN 174.

Doble página de la revista Vogue en donde puede ver el uso de fotografía, y texto añadido, lo cual es un distintivo en la apertura de artículos de la publicación. (Photographer, Marzo, [En línea])

❖ Capítulo II

La transición y evolución de las revistas a través de la historia

Otra de las publicaciones con las que **Conde Nast** cuenta, es **GQ**, una revista dirigida a hombres con alto poder adquisitivo en la que se manejan temas múltiples, como negocios, viajes, arte, moda, deportes, sexo, tecnología, cultura y temas de interés general, esta revista lleva 50 años de trayectoria en el mercado, pero fue de las primeras revistas diseñadas para el sector masculino en México. (*Conde Nast, 2011, [En línea]*).

Cabe mencionar un dato interesante sobre la elección de quien aparece en portada de esta revista “*Tiene que ser una chica, excepto en el número que dedicamos anualmente al hombre del año*” (*Leslie Jeremy, 2003, p.73*), es así como **GQ** tiene una variante en sus publicaciones, que rompe con un esquema monótono a comparación de otras revistas para hombres, en donde solo aparecen mujeres en sus portadas. (Imagen 175 y 176)



IMAGEN 175.

Interior de la publicación **GQ**, en donde se denota el empleo de fotografía junto con un diseño limpio y elegante. (Tachman, 2008, [En línea]).

IMAGEN 176.

GQ México. Aparte de las evidentes diferencias en el uso del logo, un mercado distinto significa también una aproximación diferente a la forma de presentar los contenidos en la portada. (Nik, 2010, [En línea]).



Grupo Medios es una editorial dedicada a publicaciones de revistas en áreas especializadas de diversos temas, desde cocina, hasta videojuegos, pero también se dedica a publicaciones electrónicas, y publicaciones a la medida, es decir, revistas especiales que se requieren en determinado momento e inclusive para revistas que deseen ser lanzadas bajo su grupo editorial. Cuenta con publicaciones tales como: **Cocina Vital, Deep, Yo con diabetes, Dónde ir, Fernanda, Ejecutivos de finanzas, Futbol total, Blue & Blanc y Gamemaster**. En este grupo editorial podemos ver diferentes segmentos en un mercado un tanto más especializadas como resultado de diversas estrategias de marketing, por lo que las publicaciones con las que cuenta no tienen mucho tiempo en el mercado (*Grupo Medios, 2011, [en línea]*).

Por otro lado tenemos a grupo **editorial Armonía**, que cuenta con revistas dirigidas a niños, mujeres o para la familia en general, cuenta con 14 publicaciones de revistas, pero también se dedica a la publicación de libros, canales y sitios de Internet, y publicaciones especializadas, como por ejemplo, la revista **Walmart**, en donde muestran a sus clientes las ofertas que hay en sus productos, promociones y cosas referentes a la tienda, aunque por lo general, estas publicaciones no tienen costo al público, son revistas que algunas empresas dan a sus clientes, grupo editorial trabaja con publicaciones especializadas para **Walmart, Sam's club, Superama, American Express, y Galerías**, publicación de Liverpool (*Editorial Armonía, 2011, [En línea]*).

Es importante mencionar que cada una de las casas editoras ha tenido altas y bajas en cuestión de ventas, puesto que hoy en día la competencia se torna difícil, con la llegada de nuevas publicaciones con temáticas más actuales, por otra parte, gracias a la globalización hoy en día, las casas editoras tienen una gran ventaja sobre lo que está ocurriendo a su alrededor, por lo que es muy fácil acceder a información para ponerse al tanto sobre los temas de interés que el público desea leer.

2.5.4 Globalización

La globalización, es otro aspecto importante que se debe considerar en este caso de estudio, al igual que la tecnología podría verse como un factor que favorece a las casas editoras, pero en países como el nuestro podría también afectarle.

En una entrevista a Marti Soler mencionó que después de la Segunda Guerra Mundial, la industria editorial tuvo un despunte en México y Argentina a nivel internacional, debido a que los países en donde se habla español se encontraban bajo regímenes totalitarios, México y Argentina eran países que surtían lo que no se podía publicar en España y otros países con la lengua española.

Pero esta situación no podía durar mucho y ahora tenemos en nuestro mercado publicaciones que vienen de todo el mundo y en ocasiones tiene una mayor aceptación respecto a las publicaciones nacionales. Párrafos anteriores se habló sobre una diversificación de la sociedad, y esto se debió al ver los estilos de vida que había en otros países, en México se empezaron a aceptar ciertas ideologías que permitieron esta diversificación, pero esto también puede verse como un aspecto favorable por que al existir nuevos targets se pueden sacar a la venta nuevas publicaciones con las que los lectores se identifiquen. (*Aranda, 2009. Párr 4, [En línea]*)

❖ Capítulo II

La transición y evolución de las revistas a través de la historia

En una entrevista que nos concedió la argentina Clarisa Moura, quien participó en la revista **Complot** (1996) (que después cambio su nombre a **Complot Internacional**), socia de **Vértigo**, nos comentaba que a partir de la década de los 90's surgió una gran diversidad editorial con respecto a las revistas, ya que se originaron mayor cantidad de publicaciones independientes, que nos ofrecían gran variedad de diseño editorial, empleando propuestas innovadoras en cuanto a composición, materiales y formatos, rompiendo con los esquemas ya establecidos, con lo que se pretendía aumentar el número de lectores y que estas se mantuvieran en el mercado, como es el caso

de: **Poliester, Posmoderna, Moho, Picnic, Morbito, A! Diseño, Ene o, Matiz y Nitro**, ya que este tipo de revistas se caracterizaban por tener un diseño editorial atrevido y dinámico, sin embargo éstas no duraron mucho tiempo en el mercado debido a todos los problemas que esta industria tuvo que enfrentar como ya antes se había mencionado, por lo que son pocas las publicaciones que han perdurado, entre ellas: **Moho, Ene o, Picnic, y a! Diseño**, quienes se han sostenido gracias a la publicidad que es el principal ingreso económico con el que cuentan las casas editoras. (Imagen 177 y 180)



IMAGEN 178.

Portada de la revista Ene o, diseñada por Antonio Pérez Ñiko, y seleccionada para la exposición Prohibido no rayar en México. (Ñiko, 2010, [En línea]).

IMAGEN 177.

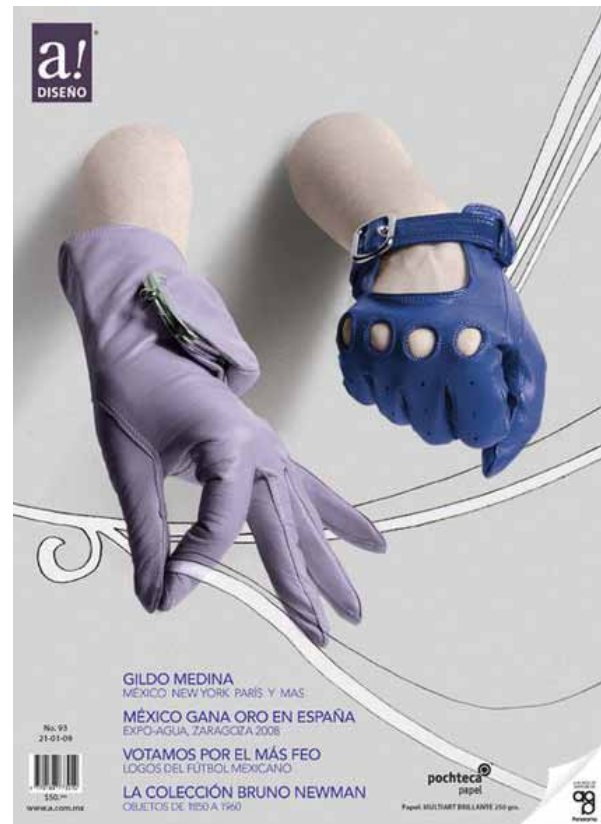
La revista Moho surge como una nueva manera de leer a la cultura y literatura mexicana, un diseño completamente dinámico. (Felixe, 2006, [En línea]).





IMAGEN 176.
 a! Diseño en su edición 93, es una publicación mexicana dirigida al diseño en general, como gráfico, industrial, arquitectónico, de interiores, marketing y arte, en donde se difunde y promueve principalmente el diseño del país. (a!diseño, 2011, [En línea]).

IMAGEN 179.
 Portada de la revista Picnic en su edición “urbanos/as”, en donde se destaca el uso de imagen vectorial, sello característico de la revista. (BlogGraphic, 2008, [En línea]).



Tal vez sigamos viendo en los puestos de periódicos y en lugares establecidos para la venta de revistas, la misma cantidad de publicaciones y quizás un mayor número, pero gran cantidad de éstas ya cuentan con un diseño establecido y que no permite a los diseñadores, innovar y proponer. Ésto se debe a que generalmente gran parte de las revistas diseñan una retícula base que no puede ser modificada, y todo el contenido se tiene que vaciar sobre ésta, una ventaja es que así se mantiene uniformidad constante, pero al cabo de un tiempo se torna monótona y aburrida, aunque el público la identifique.

Como se mencionó anteriormente, las casas editoras son el medio encargado de las publicaciones impresas y digitalizadas, dirigidas a un público en específico, pero es importante mencionar que el contenido e información que estas publicaciones

tendrán, debe ser pensada en base al mercado meta, es decir, que si la finalidad de reproducir medios impresos es vender dichas publicaciones, el contenido debe ser lo suficientemente atractivo e interesante para que el lector tenga el interés en adquirirlas, aunque hoy en día hablamos de que el público se vuelve más exigente, y que con las nuevas tecnologías como la internet, la industria editorial se ve forzada a ser más competitiva y buscar otras alternativas, pero la tecnología no es del todo perjudicial, puesto que también es un medio que beneficia a las casas editoras, en cuanto a medios de reproducción, ya que las publicaciones impresos pueden adquirir diferentes acabados y lucir mas atractivas y llamativas hacia el público, pero también estos acabados pueden ser palpables y lograr así un vínculo más estrecho entre sus lectores.

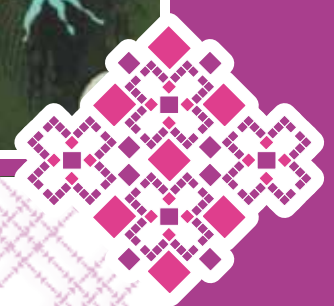
Por último, la industria editorial utiliza la internet como un medio a su favor, a través de las redes sociales, entre las mas destacadas facebook y twitter, las cuales buscan tener un acercamiento de manera interactiva con los lectores, un claro ejemplo es la revista Picnic, pues a cada momento lanza temas de discusión y debates en sus páginas, e inclusive pide recomendaciones sobre los artículos que se lanzarán en el próximo número, incitando a una colaboración entre el público y editores, tomando en cuenta el sentir e interés del día a día (*Moura, 2011*).

MÉXICO DESIGN

EL DISEÑO COMO ESTILO DE VIDA



CAPÍTULO



ANÁLISIS DE REVISTAS
CULTURALES Y DE
INFLUENCIA EN EL DISEÑO

❖ **Capítulo III**

Análisis de revistas culturales y de influencia en el diseño

3.1.- ANÁLISIS EN REVISTAS IMPRESAS CULTURALES A NIVEL NACIONAL

3.1.1 Análisis sintáctico

El siguiente análisis se basa en el estudio realizado a 10 revistas impresas de corte cultural a nivel local y nacional; formando parte de este estudio la revista **Picnic, Crítica, Lenguaraz, Culturista, Leer en Bicicleta, Puebla sus Raíces y Costumbres, Gaceta Universidad, La Tempestad Universitaria, Máscara y Andar es Puebla** contando con todas las revistas en físico, por consiguiente, esto nos permite apreciar los acabados, formatos, tipos de impresión y principios estéticos con los que cuenta cada uno de los ejemplares, teniendo la oportunidad de percibir las estructura en su totalidad, denotando la relación que existe entre el signo y el elemento que representa.

Este primer grupo fue conformado de manera homóloga tomando en cuenta los aspectos de semejanza en el contenido de su información; teniendo como prototipos a las siguientes revistas: (Imagen 181 - 190)

IMAGEN 181. Picnic
 Dirección: Rina Sala Gavito
 Editorial: picnic
 Publicación: Junio - Julio 2011



IMAGEN 182. Crítica
 Dirección: Armando Pinto
 Editorial: Universidad Autónoma de Puebla
 Publicación: Mayo - Junio 2011



❖ Capítulo III

Análisis de revistas culturales y de influencia en el diseño



IMAGEN 183. Lenguaraz
Dirección: Ximena Atristain
Editorial: Lenguaraz
Publicación: Primavera 2011

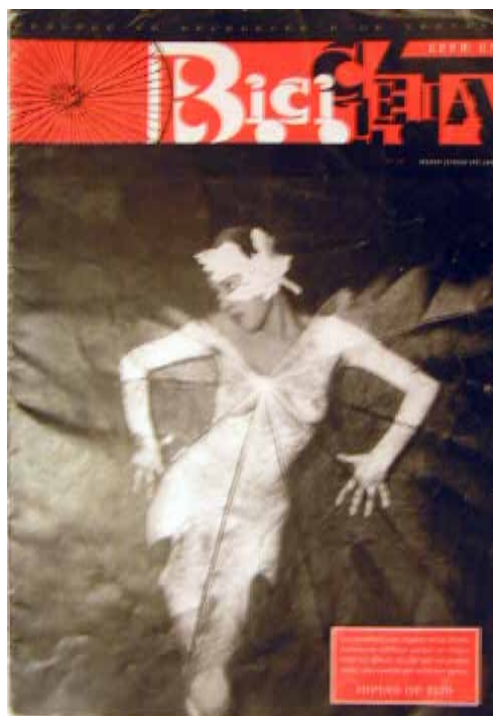
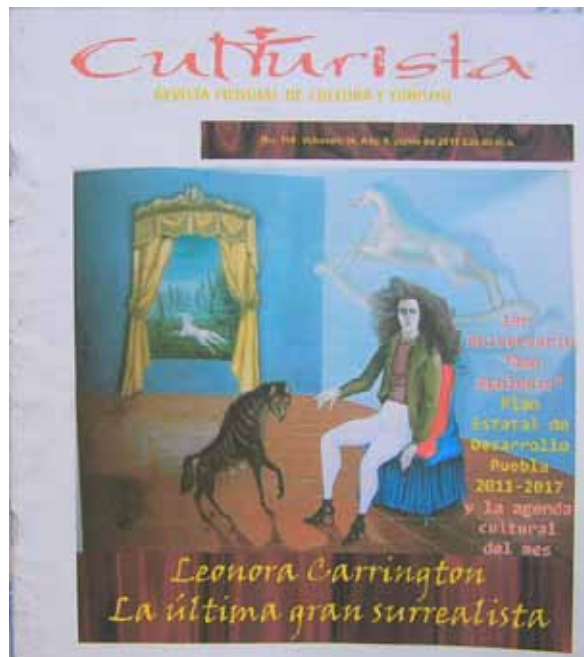


IMAGEN 184. Leer en Bicicleta
Dirección: Luis Manuel Cabrera
Editorial: Editorial ACD S. A. de C. V.
Publicación: Junio 2011

IMAGEN 185. Pueblas sus Raíces y Costumbres
Dirección: Rosario Robles Galindo
Editorial: CEP SOP
Publicación: Abril 2011



IMAGEN 186. Culturista
Dirección: Hugo Diego Blanco
Editorial: Universidad Autónoma de Puebla
Publicación: Mayo - Junio 2002



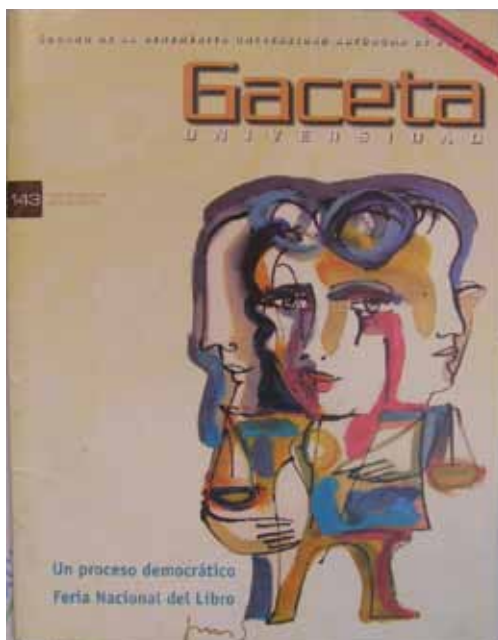


IMAGEN 187. Gaceta Universidad
 Dirección: Jorge David Cortés Moreno
 Editorial: Universidad Autónoma de Puebla
 Publicación: Abril 2011

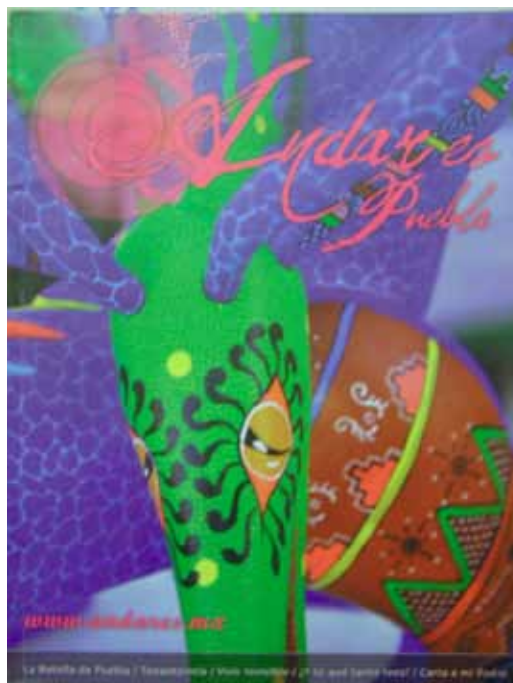


IMAGEN 188. La Tempestad Universitaria
 Dirección: José Antonio Chaurand
 Editorial: La Tempestad
 Publicación: Marzo 2010

IMAGEN 189. Máscara
 Dirección: Edgar Ceballos
 Editorial: Escenología, A.C.
 Publicación: Abril - Junio 1994



IMAGEN 190. Andar es Puebla
 Dirección: Zulma I. Campos Campuzano
 Editorial: Andar es Puebla
 Publicación: S/F



❖ Capítulo III

Análisis de revistas culturales y de influencia en el diseño

De acuerdo a la serie de ejemplares examinados, se pueden percibir los distintos formatos con los que cuenta cada una de las revistas, teniendo a la revista **Crítica** con 22 cm de altura x 17 cm de ancho como el ejemplar de menor dimensión, en comparación con la revista **Leer en Bicicleta** que cuenta con 41.8 cm de altura x 27.5 cm de ancho haciendo de ésta, la publicación con mayor superficie dentro del grupo de análisis; el resto de los ejemplares se mantienen en formato promedio de 27 cm de altura x 22 cm de ancho. (Imagen 191)

Por otra parte, la orientación en la que se presentan todos los ejemplares es de forma vertical; sin embargo, la diferencia entre cada una de las revistas está marcada principalmente en la cantidad de páginas que forma parte del impreso, por ejemplo, **Crítica** cuenta con 192 páginas, siendo ésta la que contiene mayor número de hojas, al contrario de la revista **Leer en Bicicleta** que maneja únicamente 12 páginas en su interior; el promedio de los demás ejemplares oscila entre 80 y 28 páginas.

Las revistas analizadas presentan poca variedad de sustratos en cuanto a sus portadas, puesto que el 70% de éstas emplean papel couche de 175 gramos, 30% restante varía en cuanto a tipos de papel, ya que dentro de este grupo puede mencionarse que



IMAGEN 191.

Se hace una comparación entre la publicación con mayores dimensiones y la de menores dimensiones, evidenciando las diferencias en proporción que existen entre ellas.

el **10%** emplea papel bond de 90 gramos, otro **10%** está conformado por cartulina opalina de 125 gramos y el último **10%** está conformado por cartulina texturizada felt de 125 gramos. Por lo tanto, es importante destacar que el **50%** de las publicaciones emplean sustratos de bajo gramaje, lo cual nos da como resultado una serie de portadas blandas y el otro **50%** maneja materiales semirrígidos para sus exteriores.

Interiores

Los ejemplares que en este análisis se toman como referencia; hacen uso de materiales comunes para la aplicación en sus interiores; en el **60%** de los casos, éstos varían la aplicación del mismo material en interior y exterior, sin embargo, los ejemplares restantes si recurren al mismo sustrato para toda la publicación. Entre los materiales empleados, se puede mencionar el uso de papel bond blanco de 90 a 110 gramos, papel couche de 110 a 125 gramos y en el caso de la revista **Crítica**, papel bond capuchino de 90 gramos. Destacando la revista **Picnic** que hace uso de distintos sustratos en el interior, aplicados en cierto número de sus páginas.

Cabe mencionar que dentro de este análisis, las proporciones de los elementos de diseño, tanto en las portadas como en los interiores, son distintas.

Exteriores

En cuanto a la ubicación de los **cabezales**, se observa que la totalidad de las revistas están de manera horizontal y lo posicionan en la parte superior de la portada, generalmente de forma centrada, en cuanto a la ubicación menos utilizada, es la alineación hacia la derecha y los restantes lo posicionan hacia la izquierda; añadiendo que el **100%** de los cabezales son legibles, aunque, el **30%** no es leíble. (Imagen 192 - 201)

Por otro lado, refiriéndonos a las contraportadas tenemos que, comúnmente se aprovecha para la publicidad, mientras que en otros casos se emplea para describir el contenido de la revista o simplemente se exponen o se citan obras famosas. (Imagen 202 - 211)



IMAGEN 192.

El cabezal de la revista Picnic, es utilizado en bajas. Ubicado en la parte superior izquierda de la portada.



IMAGEN 193.

La revista Crítica hace uso de un cabezal en altas y bajas, con justificación al centro.

❖ Capítulo III

Análisis de revistas culturales y de influencia en el diseño



IMAGEN 194.

Lenguaraz emplea el cabezal justificado en la parte superior, utilizando una tipografía perteneciente a las Romanas Antiguas.



IMAGEN 195.

Leer en Bicicleta hace uso de una superposición de tipografías, provocando dificultad en la lectura del cabezal.

IMAGEN 196.

Se emplea una tipografía expresiva, haciendo la sustitución de uno de los caracteres por un símbolo.



IMAGEN 198.

En el caso de Gaceta Universidad, se hace uso de tipografías en altas y bajas ubicadas en la parte superior derecha.



IMAGEN 197.

Se recurre a la utilización de 2 familias tipográficas, destacando el tipo expresivo que no favorece a la lectura de dicho cabezal.



IMAGEN 199.

En esta publicación se emplean fuentes pertenecientes al estilo sans serif, facilitando su lectura pero siendo afectada por el puntaje.





IMAGEN 200.

En esta publicación, se hace uso de letras únicamente en altas y colocando un envolvente que destaca el texto del cabezal.



IMAGEN 201.

En el caso de Andar es Puebla, el título es totalmente confuso, ya que el uso de una fuente expresiva no es favorable a pesar de su puntaje.

IMAGEN 203.

Contraportada de la revista Crítica, donde se ve plasmado el índice de dicho número, el código de barras y el precio de la misma.



IMAGEN 202.

Contraportada de la revista Picnic, donde se menciona el sumario de la publicación.



❖ Capítulo III

Análisis de revistas culturales y de influencia en el diseño



IMAGEN 204.

Contraportada de la revista Lenguaraz, que es utilizada para publicidad.



IMAGEN 205.

Contraportada de la revista Leer en Bicicleta, donde se hace muestra de la unificación con la portada y el resto de la publicación.

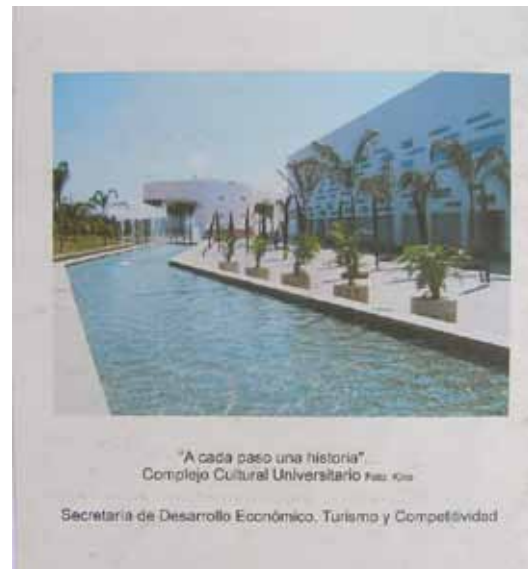
IMAGEN 206.

Contraportada de la revista Puebla sus Raíces y Costumbres, en la cual se expone publicidad y la información tiene un efecto que no permite la lectura.



IMAGEN 207.

Contraportada de la revista Culturista, que es utilizada para publicidad; impresa en chorro de tinta.



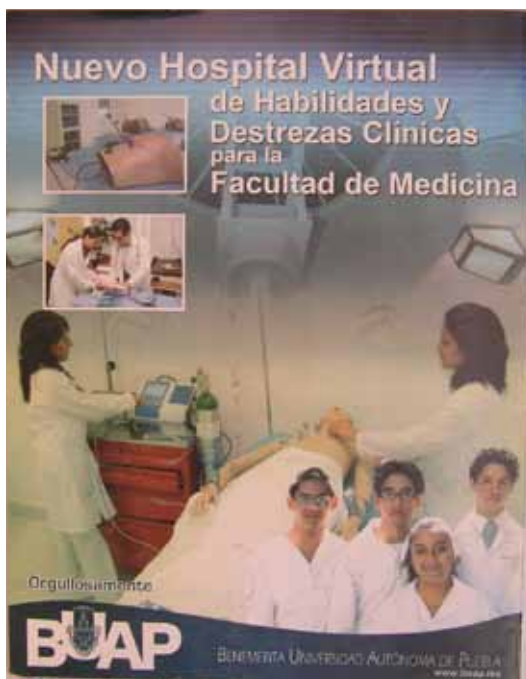


IMAGEN 208.
 Contraportada de la revista Gaceta Universidad, que hace referencia a la casa de estudios que la edita.



IMAGEN 209.
 Contraportada de la revista La Tempestad Universitaria, en la que se muestra fotografía realista.

IMAGEN 210.
 Contraportada de la revista Máscara, la cual expone una escena bíblica y a la vez promueve sus ejemplares.



IMAGEN 211.
 Contraportada de la revista Andar es Puebla, vendiendo su exterior por publicidad.



En relación de la portada con la contraportada es importante destacar el lomo, que varía entre 6 mm y 3 mm; y en éste se encuentra el nombre de la revista, el número de ejemplar y la periodicidad que abarca.

En cuanto a la proporción que existe en las portadas, menos de la mitad de las publicaciones la conserva, dado que la imagen se presenta en su totalidad dentro del formato y es legible, por lo que no se hace algún corte brusco en esta, mientras que en las contraportadas la mitad de las revistas presentan proporción.

Valor expresivo:

Código icónico:

El signo icónico se refiere a la utilización de imágenes donde éstas aluden a la representación de un algo, adquiriendo la función de símbolos, que serán interpretados por el usuario, acorde a la relación que éste haga de la imagen de acuerdo a vivencias, experiencias o conocimientos previos de la misma.

En cuanto al desarrollo del signo visual no verbal, hay que tener en cuenta la relación de las imágenes empleadas tanto en los forros como en los interiores de las revistas que son parte de este análisis, en las cuales se destaca el uso de fotografías e ilustraciones.

Exteriores

Íntegramente las imágenes constituyen el ícono principal de las portadas y contraportadas, siendo las revistas **La Tempestad y Leer en Bicicleta** (Imagen 212 y 213) las que utilizan fotografías realistas exponiendo pasajes de personas y lugares, las revistas restantes manejan ilustraciones lineales y espontáneas con influencias de corrientes artísticas evidenciando el cubismo, algunas otras vectoriales y otras más refiriendo a símbolos heráldicos que se identifican con la publicación.

Interiores

Todas las publicaciones se valen de ilustraciones y fotografías. La mayor parte de las publicaciones hacen uso de fotografías e ilustraciones lineales, en algunos casos son realistas y en otros se usan esquemas donde se relaciona el texto y la imagen, implementando armonía dentro de sus composiciones, donde se integra la misma carga visual entre los elementos empleados. El uso de la fotografía se hace evidente en el resto de los ejemplares, en donde destacan imágenes que abarcan toda la página (sangrados), en algunos casos expuestas como fondo y en otros casos totalmente separadas del texto; por último sólo un ejemplar que es el caso de la revista **Lenguaraz**, emplea ilustraciones vectoriales y lineales. (Imagen 214)



IMAGEN 212.
Exteriores de la revista La Tempestad, haciendo uso de fotografías realistas.

IMAGEN 213.
Exteriores de la revista Leer en Bicicleta, evidenciando imágenes fotográficas realistas en su representación pero conceptuales o abstractas en su interpretación.



❖ Capítulo III

Análisis de revistas culturales y de influencia en el diseño



IMAGEN 214.

Interiores de la revista Lenguaraz, en la que se puede observar la utilización de las ilustraciones vectoriales.

IMAGEN 215.

El eslogan se hace presente en la mayor parte de las publicaciones mencionadas en este análisis.



Código lingüístico:

Podemos referirnos en el siguiente punto si tomamos en cuenta los elementos que son empleados y se tornan perceptibles en una publicación a través de la lectura o relación de ciertos símbolos e imágenes que permanecen a través del tiempo, estructurados de tal manera que el lector pueda identificar un mensaje, teniendo como referencia una serie de conocimientos previos de dichos elementos para que el mensaje pueda ser claro.

Exteriores

Tomando en cuenta otro de los elementos básicos del diseño tenemos al elemento signico verbal, es decir, la tipografía que en este caso se emplea en el cabezal; destaca que el **80%** de las portadas la emplean variaciones de altas y bajas; mientras que otro **10%** utiliza el título únicamente en altas; el último **10%** destaca sólo el título, utilizando letras en bajas. Con lo mencionado anterior-

mente, cabe añadir que en la mayoría de los casos se hace uso de un slogan como texto de apoyo al cabezal, sin embargo existen casos en los que no se emplea este elemento. (Imagen 215)

En lo que respecta a los textos complementarios en las portadas de las revistas se puede observar que un poco más de la mitad se utilizan altas y bajas, mientras que las sobrantes como **Crítica, La Tempestad Universitaria, Gaceta Universidad y Máscara** sólo utilizan altas; por otra parte en la contraportada la única revista que utiliza altas es la revista **Picnic**.

Para clasificar la tipografía que aparece en cada uno de los cabezales, podemos englobarlo en 3 grupos, el primero de ellos obedece al grupo de las **romanas antiguas**, el cual, es empleado por la mayoría de las publicaciones; el segundo grupo está conformado por tipografías de estilo **caligráfico y de fantasía**, las que pertenecen al grupo de **tipo expresivo** en comparación con **estilo caligráfico**; finalmente son escasas las publicaciones que hacen uso de tipografías **sans serif** de **estilo geométrico** en comparación con **serif**. Añadiendo que el **50%** de los exteriores utilizan titulares de portada, donde se emplean mayormente tipografías de tipo serif con estilo grotesco.

Finalmente el **40%** de los cabezales se dan en su versión en negativo del cual únicamente el **10%** emplea un envolvente en color negro en la tipografía; otro **30%** lo maneja en colores cálidos; **20%** está planteado en positivo; y el último **10%** emplea una propuesta de combinación entre positivo y negativo. Por último el **90%** de éstas no utiliza ningún tipo de envolvente para destacar el título y el otro **10%** como en la revista **Máscara** utiliza un envolvente en franjas gruesas y una ilustración figurativa para enmarcar el cabezal.

En cuanto a los elementos de diseño empleados en el exterior de la publicación, podemos hacer evidente que el uso de código de barras se encuentra únicamente en el **30%** de los ejemplares, sin embargo, el precio es expuesto en el **70%** de las mismas puesto que el resto de éstas se expiden de manera gratuita o no cuentan con ninguno de estos elementos en la portada. Asimismo, la mayor parte de ejemplares hace referencia a la fecha de publicación, expuesto en menor puntaje.

En cuanto a las publicaciones que utilizan banderas para hacer referencia de los artículos que se incluyen en la revista se mencionan a la revista **Puebla sus Raíces y Costumbres, Máscara, Culturista y Gaceta**.

Es importante mencionar que dentro de estos elementos de análisis está la retícula, ya que es utilizada como sistema de ordenación entre las piezas que se emplean en todo el diseño, interior y exterior; pretendiendo tener como resultado una estructura con armonía entre los componentes antes mencionados.

Dentro de las retículas mayormente utilizadas se encuentra, la **retícula de columnas** que oscilan de 2 a 4 columnas, por lo tanto permite tener mayor dinamismo en la publicación, sin perder la formalidad; en menor proporción nos encontramos con una **retícula jerárquica** donde se propone la fusión entre una retícula de co-

❖ Capítulo III

Análisis de revistas culturales y de influencia en el diseño

lumnas y una modular haciendo que cada elemento tenga su propio valor dentro de la estructura, haciendo del diseño una composición espontánea. También nos encontramos con la utilización de una **retícula de bloque**, la cual es evidentemente utilizada en la revista **Crítica**, y por último la retícula modular que se encuentra plasmada en la publicación **Leer en Bicicleta**.

Interiores

Con relación a los componentes que forman parte del interior de una publicación, podemos señalar que todas las publicaciones cuentan con páginas de sumario en el interior, expuestas al principio de la publicación; en cuanto a las páginas de índice o contenido ocurre algo similar, sin embargo, son utilizadas solamente en el **70%** de los casos; algunos de ellos se encuentran impresos en la misma página que el sumario. (Imagen 216)

También, se puede observar que todas las publicaciones analizadas de este grupo están divididas por secciones. (Imagen 217)

La utilización de entradillas en los ejemplares resulta escasa, pues es únicamente contemplada en **30%** de las publicaciones. (Imagen 218)

IMAGEN 216.

Índices de las diferentes revistas culturales de este análisis.



IMAGEN 217.

Es evidente la división de los artículos que presentan las revistas.



Interiores

Resulta importante destacar que la mayoría de las revistas culturales que son objeto de este análisis se exponen en una sola tinta, haciendo empleo de imágenes monocromáticas; en menor proporción se presentan los ejemplares impresos en selección de color y por último se encuentran un segmento de revistas impresas en **duotono** (negro y rojo), en donde se mencionan **Lenguaraz y Culturista** quienes a pesar de manejar su impresión en duotono, en algunas de sus páginas dedicadas a publicidad son presentadas en **selección de color**.

COMPOSICIÓN

Exteriores

En lo que respecta a la estructura compositiva se puede mencionar que permanece como una constante el uso de la **asimetría**, sin embargo hay algunas revistas que mantienen el equilibrio entre los elementos que emplean para su composición, sobresaliendo que el **30%** de los ejemplares hacen uso de la **espontaneidad y fragmentación** de los componentes plasmados en el exterior, haciendo que éstas caigan en una distorsión.

El **90%** de los objetos de estudio hacen uso de la **yuxtaposición** puesto que únicamente la **Gaceta Universidad** utiliza la **singularidad**.

Interiores

De acuerdo a los interiores de los impresos, casi en su totalidad la composición de las publicaciones se basa entre 2 a 4 columnas dentro de la retícula manejada. En cuanto a la cantidad de imágenes utilizadas en cada página de las revistas va desde 1 a 7; cuando se hace uso de una imagen la dimensión que ocupa en el formato abarca la página o bien, la mayoría de ésta.

REALIZACIÓN

En su mayoría, la reproducción de revistas están hechas en **offset**, descartando exclusivamente a la revista **Culturista**, la cual fue impresa en **chorro de tinta**. Por otra parte, las revistas **Picnic y Andar es Puebla** presentan recubrimiento en laminado mate, acabado en barniz de registro UV en el cabezal y primer plano de la imagen.

De manera similar, existe equilibrio en el tipo de encuadernación, debido que el **50%** cuenta con un grapo, mientras que el otro **50%** se percibe empastado de estilo americano.

En la mayor parte de los casos es necesario recurrir al hendido como un pre-acabado, puesto que, es un proceso indispensable para poder dar pie al empastado.

APARIENCIA

Tenemos que, la mitad de las publicaciones tienen impacto visual, los cuales presentan cualidades como: óptima calidad de la impresión, aplicación de acabados, son nítidas, y son leíbles; del mismo modo es importante destacar que el **20%** de éstas no poseen una estética agradablemente visual, mientras que las revistas **Picnic**,

Leer en Bicicleta y Andar es Puebla, mantienen una presentación más despejada de basura visual, por último, las publicaciones restantes, no poseen cualidades que les ayuden a tener una buena apariencia y como tal, carecen de fuerza para ser memorables.

CUALIDAD FORMAL

Tiempo

El tiempo de vida que corresponde a los impresos analizados depende en su mayoría de la periodicidad con la que se reproducen, y el caso particular de este grupo es que la mayor parte de los ejemplares son revistas mensuales; también está considerado dentro del grupo de estudio una fracción de publicaciones las cuales son impresas bimestralmente; y por último se presenta en menor medida una serie de publicaciones que son reproducidas trimestralmente. La resistencia con la que cuenta cada una de las publicaciones dependerá del tiempo que tarde expuesta para ser adquirida por el público, además del tipo de segmento al que está dirigido; por ejemplo las publicaciones **Picnic y Andar es Puebla** emplean un acabado en portadas que ayudan a brindar un mayor tiempo de vida a estos ejemplares, gracias al recubrimiento UV y plastificado con los que cuentan, el resto del grupo no lo presenta, lo que reduce su durabilidad en el espacio de distribución, sobre todo si se trata de estar bajo la intemperie. En cuanto al acabado pegado, favorece el manipuleo, sin que se desprenda en su interior o en el caso la cubierta, aunque no debe exceder la fuerza de apertura.

Medio

Ahora bien, de acuerdo a las especificaciones de **legibilidad** que mantiene cada una de las publicaciones analizadas, podemos decir que, la mayor parte de los ejemplares cumplen con dicha cualidad, mientras que, refiriéndose a la **leibilidad** que es la parte complementaria de la primera, se puede decir que no todas las revistas la presentan, ya sea por las tipografías utilizadas o por los tipos de imágenes que manejan (anteriormente descritos). Además el formato que presentan la mayoría de las revistas es estándar (carta), lo que hace una regularidad de tamaño en las publicaciones quedando como singularidad, por ello es importante presentar un ejemplar con un diseño en el que vaya acorde al tipo de información cultural, dirigida y adaptada específicamente a usuarios interesados y segmentados.

3.1.2 Análisis semántico

El siguiente análisis semántico está basado en la interpretación o significados que se le atribuyen a cada uno de los elementos que conforman las publicaciones impresas que forman parte de este estudio.

Dentro de este primer grupo conformado por las revistas **Picnic, Crítica, Lenguaraz, Culturista, Leer en Bicicleta, Puebla Sus Raíces y Costumbres, Gaceta Universidad, La Tempestad Universitaria, Máscara y Andar es Puebla** se tomarán en cuenta los aspectos conceptuales más relevantes del grupo de análisis.

CONSTANTES SEMÁNTICAS

Significante

Se exponen 10 revistas de corte cultural.

Significado

Revistas culturales y artísticas de México.

Cabe mencionar que en las revistas **Andar es Puebla, Culturista y Puebla sus Raíces y Costumbres**, existe una relación directa entre la imagen de la portada y el contenido de la publicación, por lo tanto logra **informar** al espectador acerca de algunos artículos del ejemplar.

En cuanto a las revistas **Crítica, Leer en Bicicleta, Lenguaraz y Picnic**, no maneja ningún titular de portada, por lo que se **invita** al espectador a **descubrir** el contenido a través de lo que envuelven sus páginas, y mientras se va avanzando, esta publicación **cautivará** al lector hasta verlo atrapado por completo en la lectura.

Es interesante resaltar que el único ejemplar innovador dentro de este grupo de análisis, corresponde a la revista **Picnic**, quien debe esto a las propuestas de acabados que maneja en los exteriores.

FUNCIÓN

Por lo que se refiere a este punto, este grupo de revistas tiene como objetivo fundamental el de **comunicar y transmitir** la cultura a la sociedad, presentando en algunas publicaciones temas como: corrientes artísticas, eventos, literatura e información de interés en general.

VARIANTES SEMÁNTICAS

En este caso se pueden reconocer que los objetos de estudio se engloban en 2 grupos:

Analógicas. En este grupo se contemplan las publicaciones que representan la imagen de un objeto o persona de la cual ya se tiene un conocimiento previo, contando con imágenes de tipo icónicas, en el cual se encuentran el **60%** de las revistas analizadas; tomando en cuenta las características fundamentales que denotan al ser humano, a un animal o al medio ambiente.

Homológicas. A diferencia de las publicaciones analógicas, se encuentra el grupo homológico, donde se hace evidente la representación gráfica de una figura convencional, teniendo como resultado una serie de imágenes irreales y abstractas ya que el signo mostrado no es nítido y se torna confuso; por lo que puede tener diferentes interpretaciones que a continuación se describen.

Podemos contemplar que el **100%** de las imágenes expuestas en la portada, recurren a la utilización de distintas **figuras retóricas**, predominando la **aliteración** que se ve representada en las revistas: **Picnic, Lenguaraz, Crítica y Andar es Puebla**. Esto es con la intención de crear una serie de sensaciones al lector a través de la imagen.

Asimismo, la imagen que utiliza la revista **Máscara** es muy espontánea, y nos da como resultado una idea de rapidez, descuido, y de algo no planeado; se puede observar la figura retórica de **eufemismo y asinetón**, por lo tanto, el mensaje no puede ser claro para el usuario.

TIPOS DE SIGNIFICANTE

Icónico: En la menor parte de los ejemplares son empleados íconos, pues se utiliza un significado directo con los componentes que se exponen en la publicación.

Simbólico: Dentro de éste se abarcan 3 grupos:

Característico: Se hace evidente en el **30%** de las revistas, donde los elementos que se emplean, denotan una figura que es recordada por el usuario, por lo que la publicación es beneficiada y en consecuencia el lector va en busca de ésta y así describirla.

Abstracto: En este punto se encuentra que el **40%** de publicaciones hacen el empleo de significados completamente arbitrarios, donde son reconocidas formas abstractas, geométricas y figuras lineales, teniendo como consecuencia que el mensaje dependa de la interpretación de cada usuario.

Universal: Por último, cabe mencionar que en el **20%** de los casos nos encontramos con elementos relacionados a este tipo de significante, pues se hace uso de símbolos comunes o mundialmente conocidos.

DISEÑO DE SIGNIFICANTES

Se logra percibir que en la mayoría de los casos nos encontramos con una integración armónica de los elementos que componen las revistas analizadas, pues éstas reflejan una constante en su composición, sin embargo, no se hace uso adecuado de los principios de diseño ya que únicamente en el **40%** de las revistas se hace evidente la relación que hace el equipo de producción entre el diseño y el contenido, no obstante, el resto de los ejemplares no se llega a la propuesta de publicaciones propositivas, originales y que unifiquen interiores y exteriores que brinde al lector la información necesaria para adquirir dicho ejemplar. Abriendo las posibilidades de proponer opciones de composición, materiales y acabados que unifiquen la publicación, provocando que el cliente se vea cautivado por el uso de otras alternativas de diseño.

❖ Capítulo III

Análisis de revistas culturales y de influencia en el diseño

3.2.- ANÁLISIS EN REVISTAS IMPRESAS DE DISEÑO E INFLUENCIAS PARA EL DISEÑO EDITORIAL

3.2.1 Análisis sintáctico

Para el siguiente análisis se tienen como referencia 12 revistas en físico, con temáticas referentes al diseño, o que sirvan como influencia para éste; **Infashion, México Design, Pull and Bear, Moho, Vice, Dibujarte, Contacto estratégico, Matiz: Gráfico del Diseño Internacional, Tomo: Arte, Arquitectura y Diseño, Ene o [ensayo del diseño], Tiypo: Diseño y Tipografía y El Huacal** forman parte de este grupo homólogo, que surge para observar los detalles y aspectos en cuanto a las novedades recientes de diseño, las cuales se analizarán denotativamente en su relación entre el signo y el elemento que éste representa. (Imagen 220 - 231)

IMAGEN 220. Infashion
Dirección: Lucy Lara
Editorial: Televisa
Publicación: Diciembre 2006



IMAGEN 221. México Design
Dirección: Carlos Santoscoy Arriaga
Editorial: Independiente
Publicación: Verano 2011



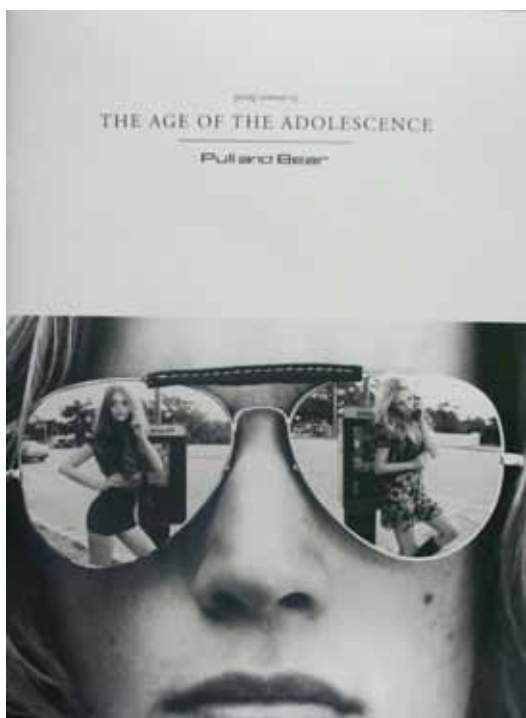


IMAGEN 222. Pull and Bear
 Dirección: Pull and Bear
 Editorial: Independiente
 Publicación: Verano 2007

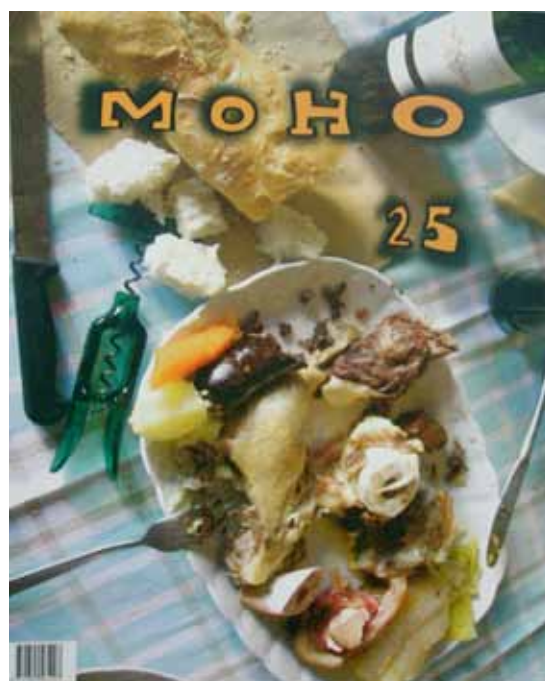


IMAGEN 223. Moho
 Dirección: Guillermo Fadamelli y
 Yolanda Martínez
 Editorial: Moho
 Publicación: S/F

IMAGEN 224. Vice
 Dirección: Jesse Pearson
 Editorial: El Universal
 Publicación: Octubre 2008



IMAGEN 225. Dibujarte
 Dirección: Juan Antonio Flores
 Editorial: Vanguardia
 Publicación: Enero 2011



❖ Capítulo III

Análisis de revistas culturales y de influencia en el diseño



IMAGEN 226. Contacto Estratégico
 Dirección: Karina del Rosal
 Editorial: Independiente
 Publicación: Julio 2008



IMAGEN 227. Tomo: Arte, Arquitectura, y Diseño
 Dirección: Guillermo Ruiz
 Editorial: Excelsior
 Publicación: Septiembre 2010

IMAGEN 228. Matiz: Gráfico del Diseño Internacional
 Dirección: Álvaro Rego García de Alba
 Editorial: Independiente
 Publicación: 1998

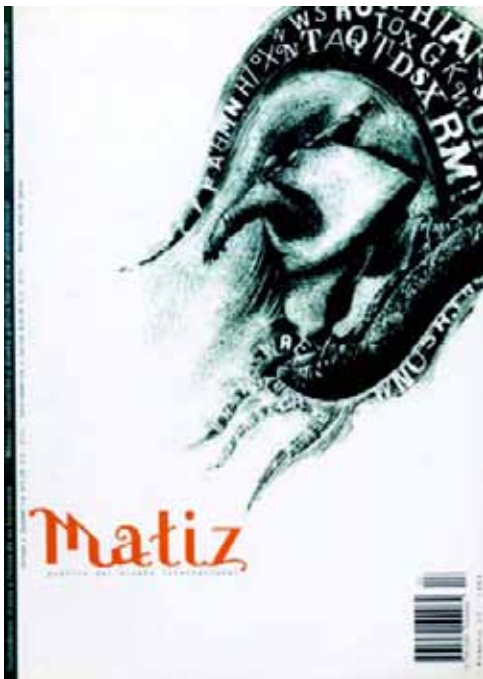


IMAGEN 229. Ene o [ensayo del diseño]
 Dirección: Iván W. Jiménez, Xavier
 García, Jorgue de la Garza
 Editorial: Idea Visual
 Publicación: Junio 2006





IMAGEN 230. Tipo: Diseño y Tipografía
 Dirección: Héctor Montes de Oca
 Editorial: Independiente
 Publicación: 2010



IMAGEN 231. El Huacal
 Dirección: Felipe Coca De Jesús
 Editorial: Independiente
 Publicación: Verano 2008

IMAGEN 232.
 Formatos de las revistas Ene o y México Design, en donde se hace una comparación de los diferentes tamaños que se manejan en este análisis.



Comenzaremos este análisis por el formato, en el que se puede percibir que en promedio la revista de mayor longitud es **México Design** con 30 cm de largo, mientras que la revista de mayor anchura es **Tomos: Arte, Arquitectura y Diseño** con 27.2 cm de ancho. Por otra parte la revista de menor longitud es **Ene o [ensayo del diseño]** con un ancho de 13.8 cm.

Aproximadamente la mayor parte de las revistas conservan de 30 cm a 26 cm de largo sus publicaciones, mientras que la minoría va de 23 cm a 19 cm, por lo tanto un pequeño porcentaje de las revistas deciden optar por otros formatos para sus publicaciones, tal como es el caso de la revista **México Design**, con su formato de 22.5 cm de ancho por 30 cm de largo. (Imagen 232)

Por otro lado un **58.3%** conservan de 23 cm a 20 cm de ancho sus publicaciones, sin embargo el **16.6%** cuentan con formatos de 17 cm a 14 cm de largo, el resto se deciden por formatos diferentes a estos, un ejemplo es la revista **Ene o**, con un formato de ancho de 13.8 cm, por su parte la revista **El Huacal** cuenta con un formato cuadrangular, mientras que el resto tienen una orientación vertical.

En promedio, las revistas cuentan con 64 páginas de contenido, mientras que la revista **Tomo** cuenta con tan sólo 32 páginas, siendo ésta la de menor número de páginas, por otra parte la que mayor páginas tiene es **Infashion** con 190.

Exteriores

Respecto al sustrato es importante destacar que un **23.5%** de las revistas manejan para sus cubiertas papeles de menor gramaje a los 200 gramos, mientras que el **76.5%** utilizan papeles a partir de los 200 gramos en sus portadas.

Mientras tanto sólo **17.6%** de revistas utilizan papeles de algodón para sus portadas, entre las cuales el **11.7%** es papel algodón texturizado. Por otra parte el **82.4%** utilizan papel couché de 200 gramos para el exterior de sus revistas.

En cuanto a las contraportadas notamos que comúnmente es un espacio empleado por anuncios publicitarios, mientras tanto sólo una de las publicaciones no utilizan publicidad para su contraportada, como es el caso de la revista **Pull and Bear** quien utiliza ese espacio como parte de la presentación de la revista, sin embargo el resto de las publicaciones emplean publicidad, generalmente para anunciar otras revistas del mismo género. (Imagen 233)

Interiores

La mayor parte de los ejemplares a analizar ocupan papel couché de 90 gramos mientras que un menor porcentaje utilizan papeles de algodón, entre los cuales se emplean papeles reciclados, el resto de las revistas mezclan el papeles couché y de algodón en los interiores de sus publicaciones, tales como **México Design**, que incluso maneja tres tipos de papeles: couché, papel reciclado y albanene.

IMAGEN 233.

Portada y contraportada de la publicación **Pull and Bear** en donde puede observarse que ambos lados son empleados para la presentación de la revista y es la única revista de este grupo de análisis que no utiliza publicidad para su contraportada.



Gran parte de las revistas utilizan publicidad a lo largo de sus páginas, sin embargo, las revistas **Dibujarte**, **El Huacal** y **Tiypo**, sólo la utilizan en la retirada de su portada. Mientras tanto **Pull and Bear** es la única publicación que no hace uso de espacios para publicidad.

Por otra parte es importante destacar al lomo como elemento exterior, particularmente en las revistas de este análisis sólo un **75%** hace uso de este elemento, la cual varía de 3 mm a 1.4 mm siendo **Dibujarte** con el lomo mas delgado de 3 mm y **México Design** contando con 1.4 mm en el que se encuentra el nombre de la revista, en algunos casos el número de edición, año de publicación y el tema a tratar de la revista, o simplemente su página web como **México Design**.

Es importante hacer mención de la **retícula**, ya que es uno de los elementos más importantes de nuestro caso de estudio, puesto que en base a ésta, es como se manipula el orden de los componentes de una revista. Se puede observar que la retícula más recurrida es la **retícula jerárquica**, ya que gracias a su simplicidad puede hacer uso del dinamismo mucho más versátil entre sus elementos. También encontramos el empleo de la **retícula de columnas**, la cual ocupa la minoría de los casos.

Valor expresivo

Código icónico:

En cuanto al empleo del signo visual no verbal hay que tener en cuenta el uso de imágenes tanto en el exterior como el interior de nuestro análisis y la relación que éstas tienen con su contenido verbovisual.

Exteriores

Tenemos que un **100%** de nuestro caso de estudio emplea imágenes en sus portadas, en donde la mayoría recurre a la ilustración, y todas ellas vectoriales, pero **Dibujarte** y **Matiz: Gráfico del Diseño Internacional**, mezclan con una técnica de ilustración tradicional en blanco y negro. También observamos que la minoría de los casos hace uso de fotografía manipulada.

Imagen 234.

A pesar de que en la portada de la revista **Dibujarte** se manejan elementos en color, el ícono es una ilustración vectorial que a la vez es tradicional por el uso único del negro.



❖ Capítulo III

Análisis de revistas culturales y de influencia en el diseño



IMAGEN 235.

En la portada de Infashion se utiliza como ícono la fotografía realista recurriendo a la mujer.

El resto utiliza únicamente fotografía realista, en donde se observan rostros de personas, a excepción de **Moho**, en donde se puede percibir una fotografía un tanto más espontánea, cabe mencionar que éstas son a color a diferencia de **Pull and Bear** que expone una fotografía en blanco y negro. (Imagen 234 - 238)

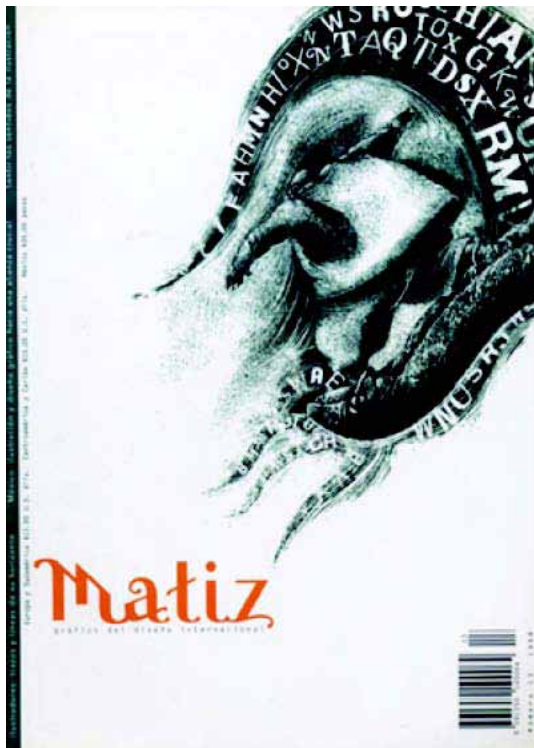


IMAGEN 236.

Portada de la revista Matiz: Gráfico del Diseño Internacional; se recurrió tanto a la ilustración vectorial como tradicional.

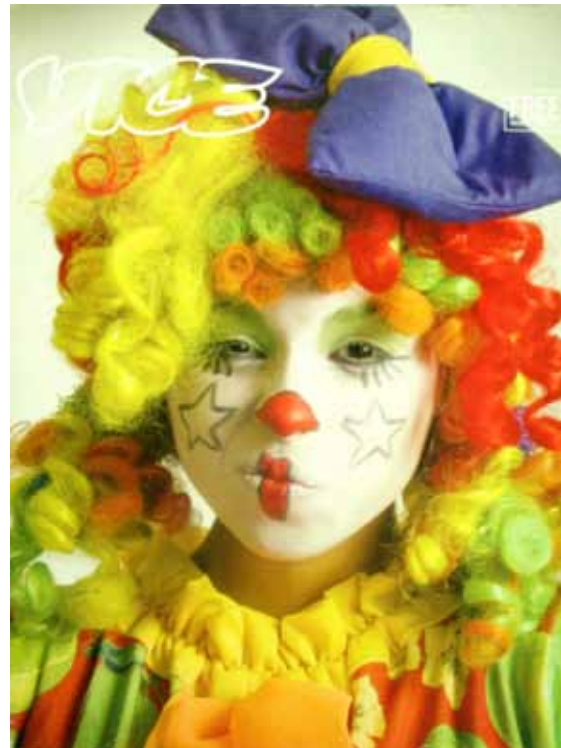
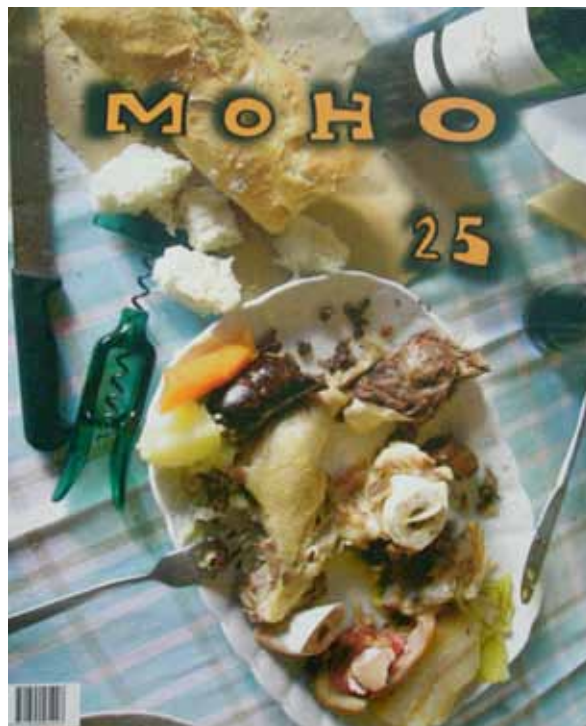


IMAGEN 237.

En este ejemplar de la revista Vice se denota claramente la utilización de fotografía que es realista.

IMAGEN 238.

La fotografía realista es utilizada en esta portada, la cual refleja la espontaneidad.



Interiores

Por otra parte en los interiores de las revistas **Matiz: Gráfico del Diseño Internacional, Dibujarte y El Huacal**, emplean exclusivamente imágenes ilustradas en sus interiores, entre las cuales destacan la ilustración tradicional y manipuladas vectorialmente; en **Matiz y Dibujarte** puede reconocerse un estilo caricaturesco dentro de sus ilustraciones, mientras que **El Huacal** recurre mayormente a ilustraciones tipográficas, por otra parte, **Pull and Bear** solo emplea fotografías, tanto en blanco y negro como a color. (Imagen 239 - 242)

El resto utilizan ilustraciones de todo tipo y fotografías tanto figurativas como abstractas, e incluso, combinan ambas en sus páginas.

El **50%** de las revistas cuentan con código de barras perfectamente claro y visible con un tamaño estándar, mientras que el otro **50%** no cuentan con código de barras, puesto que son publicaciones gratuitas.



IMAGEN 239.

Interior de la revista **Matiz: Gráfico del Diseño Internacional**, en la que se muestran ilustraciones tradicionales que son manipuladas.

❖ Capítulo III

Análisis de revistas culturales y de influencia en el diseño



IMAGEN 240.

Interior de la revista Dibujarte en la que se emplean ilustraciones tradicionales a dos tintas, ya sea azul y/o negro, el estilo utilizado es caricaturesco.

IMAGEN 241.

Interior de la revista El Huacal, en donde es interesante la integración de la tipografía puesto que el tamaño, contraste, orientación y ubicación, constituyen la imagen.



IMAGEN 242.

Interior de la revista Pull and Bear, donde sólo se hace uso de fotografías realistas, ya sean en blanco y negro o a color.



Código lingüístico

Exteriores

En cuanto al elemento sígnico verbal, tenemos el uso de la tipografía como uno de los componentes más importantes; en cuanto al título en portada tenemos que la mayoría de estas publicaciones emplean su **cabezal en bajas**, mientras que la menor parte sólo utiliza un cabezal en **altas**, el resto hace uso sólo en altas y bajas. La mitad de los objetos de estudio utilizan una tipografía **sans serif** para el nombre de sus publicaciones, aplicando casi en su totalidad un **estilo gótico y geométrico**, dentro de esta familia; mientras que el resto optan por una tipografía **serif** de tipo **transición y cuña**, el resto de las publicaciones tienen tipografías **caligráficas o de exhibición**, en las que se destacan las formas **decorativas y de fantasía** que caracterizan a cada una de sus letras. Cabe mencionar que generalmente la mayoría hacen uso de ambas tipografías, serif y san serif. (Imagen 243 - 254)

Se observa que un ejemplar hace uso de envolvente en negativo para su cabezal, tal es el caso de **El Huacal** en donde el título se encuentra en positivo.

Por otra parte la mayoría se apoya en texto de contenido sobre la portada, de igual manera, el resto de las revistas utilizan textos de contenido en el exterior de la revista, lo único que difiere, es que el texto es más pequeño que del encabezado y la imagen. La revista **Matiz Gráfico del Diseño Internacional y Tomo: Arte, Arquitectura y Diseño** utilizan tipografías para el diseño de su portada, sin fines informativos, como elemento visual integrándose a la imagen no verbal.

Dentro de los elementos compositivos puede mencionarse que parte de las revistas aquí expuestas, utilizan solamente imagen y cabezal para sus portadas, en este grupo persiste la ubicación del cabezal en la parte superior, ya sea alineada a la derecha, izquierda o centro, sin embargo entre estas publicaciones se puede observar que sobresalen dos ejemplares, ya que optan por utilizar el cabezal en orientación vertical (**Contacto Estratégico**) y en diagonal (**El Huacal**).

IMAGEN 243.

La ubicación de este cabezal es la parte superior, la cual abarca el ancho del formato de la revista, se presenta en altas, de manera vertical y horizontal, siendo éste último la posición principal.



❖ Capítulo III

Análisis de revistas culturales y de influencia en el diseño



IMAGEN 244.

El cabezal de la presente revista se localiza en la parte superior utilizando el ancho del formato, México Design se presenta en altas con orientación vertical y horizontal; complementando se hace uso del eslogan en altas, se encuentra inmediatamente en la parte inferior con alineación a la derecha.

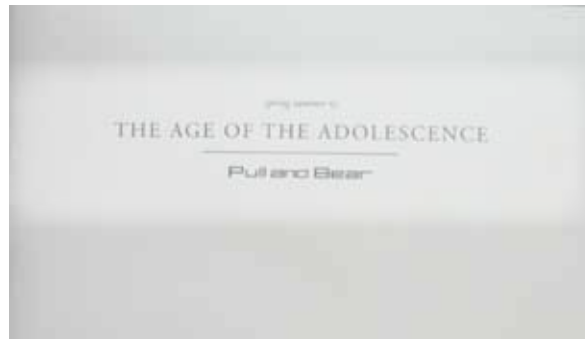


IMAGEN 245.

El cabezal de la revista Pull and Bear está en altas y bajas con estilo sans serif; se encuentra en la parte superior, con una alineación centrada; además se puede apreciar el eslogan: THE AGE OF THE ADOLESCENCE, que se ubica arriba del nombre de la revista.

IMAGEN 246.

El presente cabezal está en únicamente en altas, con justificación centrada en la parte superior de la revista; a pesar de que es demasiado su interletra, no afecta la legibilidad del cabezal.



IMAGEN 247.

El cabezal de la revista Vice está en altas y se localiza en la parte superior izquierda; la legibilidad de éste no es óptimo, ya que sólo se llega a apreciar su contorno en blanco, por lo tanto, llega a perderse puesto que se confunde con el fondo y la imagen de la publicación.





IMAGEN 248.

Éste cabezal está ubicado en la parte superior, con justificación centrada, emplea bajas, siendo únicamente la primera letra en alta; complementando se encuentra el eslogan: UNA VEZ QUE APRENDES A DIBUJAR, NADA TE DETIENE, ubicado en la parte inferior del cabezal.



IMAGEN 249.

Cabezal de la revista Contacto Estratégico, se observa que a diferencia de los demás, está en orientación vertical, encontrándose en la parte superior izquierda. Además se puede observar que sólo en bajas y utiliza 2 tintas (azul y rojo).

IMAGEN 250.

Cabezal de la revista Tomo, el cual está a 1 tinta (negro), utilizando bajas, tipo sans serif, se localiza en la parte superior con justificación centrada; éste cabezal es poco perceptible debido que la mayor visibilidad la presenta BICENTENARIO, ya que está en la parte central de la revista, añadiendo el peso, tamaño y variante de la tipografía.



IMAGEN 251.

El cabezal de la revista Matiz: Gráfico del Diseño Internacional es el único que está ubicado en la parte inferior izquierda, utilizando bajas a excepción de la primera letra, se presenta en 2 tintas (anaranjado y negro).



❖ Capítulo III

Análisis de revistas culturales y de influencia en el diseño



IMAGEN 252.

Cabezal de la revista Ene o, el cual se presenta en bajas, su orientación es vertical en la parte superior izquierda.



IMAGEN 253.

Cabezal de la revista Tipo ubicado en la parte superior izquierda, presentado a 1 tinta (negro). Éste cabezal se diferencia de los demás presentado en este análisis, puesto que, se puede observar la presencia de una ligadura (t, i, y, p).

IMAGEN 254.

El cabezal de la revista El Huacal se presenta en bajas, utilizando 2 tipografías, se destaca por su orientación ya que es el único con inclinación y un envolvente; se localiza en la parte superior izquierda.



Interiores

Respecto a los interiores tenemos que las revistas **Contacto Estratégico, Dibujarte y Tomo: Arte, Arquitectura y Diseño**, emplean tipografías sans serif, únicamente para sus interiores, mientras que el resto combina serif y sans serif. Es importante destacar que dentro de los estilos existentes en tipografía solo puede notarse un caligráfico a lo largo de las páginas. (Imagen 255)

IMAGEN 255.

Se muestra una página de las revistas **Contacto Estratégico, Dibujarte y Tomo: Arte, Arquitectura y Diseño**, en las cuales se observa la utilización de tipografía san serif.



Código cromático

Exteriores

Se observa que en la mayor parte de los ejemplares predomina el uso de colores cálidos, mientras que la minoría recurre a los colores fríos, tal es el caso de **Moho y Pull and Bear**, a diferencia de esta última, la cual se encuentra en escala de grises.

Interiores

Por otra parte, tenemos que, para las páginas de contenido se utiliza mayormente una selección de color, cabe mencionar que también existen publicaciones monocromáticas, en escala de grises, además se presenta una publicación en separación de color que maneja 2 tintas en duotono (**Dibujarte**).

COMPOSICIÓN

Exteriores

Puede notarse que este grupo de análisis cuenta en su totalidad con una **composición asimétrica**, de las cuales, más de la mitad de los ejemplares tienen un **equilibrio armónico** entre sus elementos, sin embargo el resto de estas publicaciones, cuentan con exceso de componentes en sus portadas.

Se observa que una parte las revistas utilizan en sus presentación de portada un estilo armónico, tal es el caso de las revistas: **Pull and Bear, Vice, Infashion, México design y Tiypo**, mientras que otra parte, basa su composición en el refuerzo, es decir en el peso que ocasiona la relación entre color, formas y saturación de elementos, por ejemplo las revistas **Moho, Dibujarte, Ene o, Tomo: Arte, Arquitectura y Diseño**.

Interiores

En cuanto a la composición de los interiores, se percibe el uso de 1 hasta 6 columnas dentro de la retícula empleada, sin embargo, las más utilizadas son las de 2 y 3 columnas, asimismo este grupo de revistas hace uso de imágenes que van desde 1 hasta 12; generalmente se emplea de 1 a 2 imágenes por página, aunque es importante señalar que en algunas publicaciones destaca más la imagen que la mancha tipográfica.

REALIZACIÓN

El **100%** de las revistas fueron reproducidas en **offset**, tanto portadas como interiores, más del **50%** presenta un acabado en barniz UV en las portadas, y menormente a registro para los cabezales y primeros planos de sus imágenes que presentan estas publicaciones, sin embargo un **31.25%** no presenta ningún barniz ni brillo.

Por otra parte se puede notar que en los tipos de encuadernado predomina el uso de empastado estilo americana, y sólo una minoría utiliza engrapado.

CUALIDAD FORMAL

Tiempo

El **43.75%** de las publicaciones son bimestrales, mientras que un **31.25%** son trimestrales y el restante, es decir, el **25%** varían desde mensuales, a publicaciones especiales.

3.2.2 Análisis semántico

En este análisis semántico se examinaron las interpretaciones, significados o sentidos de los signos lingüísticos de cada uno de los componentes que se identifican en este segundo caso de estudio.

CONSTANTES SEMÁNTICAS

Significante

Se presentan 12 revistas con temática de diseño en general o influencias para el diseño.

Significado

Se menciona que en la mayoría de las revistas tales como: **Pull and Bear, Moho, Vice, Contacto Estratégico, Tomo, Matiz**, no utiliza algún titular de portada por lo que **motiva** al lector a **descubrir** el contenido de la publicación, y poco a poco va **seduciéndolo** y a la vez **informándolo**, por lo tanto, se verá **atrapado** en la lectura. Por el contrario las revistas **Infashion, México Design, Dibujarte, Ene o, Tiyo y El Huacal** hacen uso de titulares y la imagen que utiliza para cada revista en su portada y tiene una estrecha relación con los artículos que se muestran en estas.

FUNCIÓN

En cuanto a la función que ejercen las revistas de nuestro caso de estudio, es importante mencionar que tienen como objetivo primordial **informar y difundir** temas de diseño gráfico o relacionadas con éste. La información que promueve este grupo de revistas es el de **difundir** las novedades en cuanto a los diferentes tipos de diseño, por ejemplo, el diseño textil, tipográfico, arquitectónico, editorial, entre otros.

VARIANTES SEMÁNTICAS

Las publicaciones analizadas, se dividen en 2 categorías, según sus variantes:

Analógica: En esta clasificación se pueden observar otros 3 grupos según el tipo de representación, la primera de ellas está conformada por las revistas **México Desing, Dibujarte, Contacto Estratégico y Pull and Bear**, las cuales en conjunto se apoyan en las imágenes, ayudando a no crear confusiones. En este grupo, las revistas muestran en sus portadas una realidad como el caso de **Pull and Bear** que expone una fotografía de un joven con gafas que reflejan lo que está observando, involucrando en su realidad e **invitando** al lector a explorar el interior de la revista. (Imagen 256 y 257)

En el caso de la revista **Contacto Estratégico**, la fotografía manipulada permite que la imaginación del lector se vea influenciada a pensar en un cambio, en una renovación, y en algo nuevo. (Imagen 258)



IMAGEN 256.

Se muestran las portadas de México Design y Dibujarte, en las cuales la utilización de la imagen hacen referencia al contenido de cada una.

❖ Capítulo III

Análisis de revistas culturales y de influencia en el diseño

En las portadas de las revistas **Dibujarte**, **Tiypo** y **México Desing** tienen ilustraciones que al igual que las fotografías de las otras publicaciones son nítidas, sin embargo, estas ilustraciones conceptualizan muchas realidades dentro de la imagen. Con este grupo de revistas podemos concluir que el tipo de representación que manejan estas publicaciones, ayudan a que el mensaje llegue de una manera clara y coherente a pesar de que se utilizan imágenes retóricas, éstos son conocidos e inidentificables por el usuario lo cual ayuda a involucrar y a interesar al lector en el contenido.

Homológicas: Estas publicaciones al igual que las anteriores muestran fotografías únicas y originales que cumplen con su función de capturar la atención del espectador, no obstante las imágenes de las revistas: **Vice**, **Moho** y **Ene o**, son ambiguas debido a que el significado se presta a tener variadas interpretaciones.

IMAGEN 257.

La fotografía realista en escala de grises que utiliza la portada de Pull and Bear de un joven que refleja lo que ve, incita al lector a averiguar su contenido.



IMAGEN 258.

Portada de la revista Contacto Estratégico, en la cual la imagen utilizada (fotografía manipulada) invita al lector a introducirse en la publicación, ayudando a esto que, no se hace uso de entradillas por lo que fortalece la idea de influencia.



TIPOS DE SIGNIFICANTE

Icónico: Podemos mencionar que una pequeña parte de las publicaciones hacen uso de íconos, puesto que se emplea un significado directo con los elementos que se muestran en estos ejemplares.

Simbólico: Dentro de este significante pueden clasificarse 3 grupos:

Característico: Se puede contemplar que un **50%** de nuestro caso de estudio manifiesta ser una imagen fácil de reconocer, y de este modo, el público podrá recordarla sin problema alguno.

Abstracto: Se visualiza que un **33%** utilizan significado arbitrario en donde se denotan formas lineales o geométricas, por lo tanto juega un papel interesante al ser más activo y dinámico con el lector.

Universal: Por último, un **17%** emplean significados referentes al uso de símbolos comunes o mundialmente conocidos.

DISEÑO DE SIGNIFICANTES

Finalmente se tiene que, una parte de los ejemplares expuestos hacen uso de armonía en sus elementos de portada, pero también se observa que mucho de estos al tener una figura retórica de **profusión**, causa un mayor impacto visual. Por otra parte se puede decir que **El Huacal** cuenta con un esquema diferente a los ya establecidos, al tener un formato diferente al de todas las revistas. También puede percibirse que la revista **Contacto Estratégico** se diferencia del resto, por contar con un título de portada de manera vertical, haciendo alusión, a **superioridad**. Mientras tanto la revista **Infashion** cuenta con un acabado muy interesante, que invita al lector a tocar esta publicación.

3.3 CONCLUSIONES DE ANÁLISIS

Los resultados que reflejan estos análisis, hacen referencia a que la mayor parte de lineamientos dentro de una publicación impresa son constantes; en mayor cantidad nos encontramos con formatos verticales aproximados a tamaño carta, sin embargo destacan dos propuestas; el primero en tamaño tabloide, que a pesar de ser atractivamente visible, no es funcional ya que afecta su tiempo de vida y hace que el manejo se vuelva complicado para el lector; el segundo emplea una medida apaisada, el cual no es comúnmente utilizado para revistas, puesto que el tradicional es el formato vertical, por lo que en cuanto a los cabezales cabe señalar que en su mayoría están situados en la parte superior, ya sea a la derecha, izquierda o centro de la página y yuxtapuestos a una imagen, pese a su funcionalidad resulta interesante encontrarnos con una revista que rompe totalmente este esquema y emplea una propuesta donde manejan los cabezales inclinados de abajo hacia arriba, otorgando de esta manera un dinamismo interesante que persuade al lector para explorar sus páginas.

De acuerdo con lo visto en las imágenes empleadas se hace evidente el uso de la ilustración y la fotografía, tomando como referencia que la aplicación de la ilustración espontánea que se maneja en este tipo de revistas, no es tan impactante a diferencia de la fotografía, que se puede dar la oportunidad de ser manipulada y por tanto se preste a hacer la unificación entre todos los elementos que intervienen en el diseño.

Asimismo, la mayor parte de los ejemplares analizados cumplen con la función de ser elementos legibles, gracias a que se implementan distintas familias tipográficas para los cuerpos de texto, que no dificultan la lectura; sin embargo existe un sólo caso en el que se emplea tipografía de tipo expresiva perteneciente al estilo caligráfico, lo cual hace que el lector manifieste desinterés por la publicación y simultáneamente esta vaya perdiendo prestigio y posicionamiento.

Respecto a las retículas utilizadas en las revistas se puede deducir que no es conveniente manejar la retícula de bloque, debido a que limita la distribución de los componentes, lo que da como consecuencia diseños monótonos y aburridos. Aunque en su mayoría es aplicada la retícula de columnas, es importante mencionar y hacer uso de la retícula jerárquica para que a cada elemento se le otorgue importancia, sin perder equilibrio en la composición.

En cuanto a la gama cromática podemos resaltar que el uso de paletas de colores variadas tiene mayor impacto visual, añadiendo que también es interesante la utilización de duotonos, siempre y cuando exista un contraste, por lo tanto estas dos opciones se consideran las más atractivas para la producción de una revista.

Lo materiales y acabados juegan un papel importante dentro del resultado final, ya que son los factores que determinan la calidad, durabilidad y estética que el lector perciba al momento de tener contacto directo con esta, son factores demasiado importantes para seducirlo; por lo tanto, se descarta el uso de papel couche para la obra del cometido, puesto que es el sustrato dominante en las revistas.

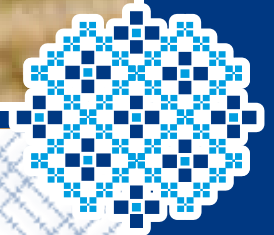
Con lo mencionado anteriormente, se espera tomar en cuenta todas las características que se consideran destacables e interesantes de los grupos de publicaciones analizadas, esto, para la propuesta gráfica que se generará, se tiene la expectativa de que el lector se sentirá atraído y convencido al adquirir la revista, siendo constante en la búsqueda de ésta.

❖ **Capítulo IV**

Desarrollo de la propuesta gráfica: Revista cultural en la ciudad de Puebla



CAPÍTULO IV



DESARROLLO DE LA PROPUESTA
GRÁFICA: REVISTA CULTURAL
EN LA CIUDAD DE PUEBLA

❖ **Capítulo IV**

Desarrollo de la propuesta gráfica: Revista cultural en la ciudad de Puebla

Se ha aplicado una **metodología híbrida** para el desarrollo de una revista de corte cultural en la ciudad de Puebla, basada en el **método de Hans Gugelot** complementado con el **método de Morris Asimow**, el **modelo Diana**, el **método sistemático para diseñadores**, **modelo general del proceso de diseño** y el **método científico** quedando de la siguiente forma:

NECESIDAD

(Metodología de Morris Asimow, Modelo Diana)

En esta etapa se realizará una evaluación que muestre las carencias compositivas de las revistas culturales.

- *Sitio específico donde surge la necesidad.
- *Problemática en relación objeto-contexto físico.

INVESTIGACIÓN

(Metodología de Hans Gugelot)

Este punto se refiere al estudio del segmento al que se desea dirigir la revista con la finalidad de satisfacer la demanda del usuario.

- *Contexto
- *Funcionalidad
- *Decisión de contenido (artículos e imágenes)

DISEÑO

(Metodología de Hans Gugelot)

En esta fase se llevará a cabo la evaluación de los recursos disponibles.

- *Materiales
- *Medios de impresión y acabados

Se comenzará a realizar el proceso de diseño, dividido en una serie de puntos.

- *Proceso de bocetaje
- *Diseño de cada uno de los elementos que integran la revista
- *Evaluación y decisión de las partes que formarán parte de la publicación

FORMACIÓN

(Metodología de Hans Gugelot, el método sistemático para diseñadores de Bruce Archer)

Preparación de documentos para la producción.

- *Pruebas y evaluación

CONSTRUCCIÓN DE PROTOTIPO

(Metodo General del Proceso de Diseño)

Realización de la solución gráfica como dummy.

4.1 NECESIDAD

Evidentemente la cultura es un conjunto de bienes inmateriales que cada individuo posee, y que a través del tiempo se han ido incrementando los hechos en cada parte del mundo, por lo que se ha formado y construido diversos tipos de información con gran relevancia para la humanidad, por lo tanto, cada individuo investiga y enriquece sus conocimientos de acuerdo a sus intereses, formando así su intelecto y criterio.

Desde el inicio se reconoce a la ciudad de Puebla como un lugar que carece de publicaciones de corte cultural, que cuenten con un estilo visual atractivo para los lectores y por lo tanto éstas no incentivan a la compra; por tanto se hace evidente la necesidad de fomentar la cultura, para promover y difundir la extensa cultura del Estado, debido a que se han perdido los valores de reconocimiento y apreciación de la cultura mexicana en específico la poblana. (Imagen 259)

A lo largo de esta investigación se contacta con una asociación civil de artesanos llamada **“Artesanía en movimiento”** la cual se preocupa por rescatar la riqueza que posee su trabajo, por lo que tiene la necesidad de contar con una publicación propia donde se expongan las actividades realizadas dentro de la misma, así como dar información al lector para promover las tradiciones y lenguas de los pueblos indígenas de México.

IMAGEN 259.

La Catedral de Puebla es uno de los más importantes inmuebles del centro histórico declarado patrimonio de la humanidad. [En línea].



4.2 INVESTIGACIÓN

De acuerdo al objetivo principal de esta tesis, se busca incentivar a la lectura por medio de una revista que cuente con un diseño editorial atractivo y novedoso, de esta manera, se busca complementar la necesidad de la asociación con la de esta tesis.

Este grupo de artesanos llamado **“Artesanía en movimiento”** cuenta con quienes trabajan desde lo más tradicional como: madera, plata ó chaquira, hasta punks que elaboran piezas artesanales urbanas como collares, pulseras y anillos, todos bajo su propio diseño. Los colaboradores se han comprometido a generar artículos atractivos y de interés para la propuesta de diseño, será resolver a partir del diseño editorial una publicación novedosa que genere mayor trascendencia en los lectores.

La asociación civil **“Artesanía en movimiento”** tiene como objetivo principal promover el trabajo artesanal que está íntimamente relacionado con el lenguaje tradicional, arte y demás expresiones que forman parte de la identidad nacional, por lo tanto se busca el rescate de éstos mediante la creación, adecuación y uso de espacios de expresión cultural, con el propósito de impulsar y mostrar el trabajo de artistas, intelectuales y artesanos tanto indígenas como urbanos, así como la dignificación del trabajo artesanal, promocionar la inclusión de personas con discapacidad en actividades culturales, artísticas y artesanales; el apoyo en la defensa y promoción de los derechos humanos y equidad de género; el aprovechamiento de los recursos naturales, la protección del ambiente, la flora y la fauna; la preservación y restauración del equilibrio ecológico, así como la promoción del desarrollo sustentable a nivel regional y comunitario de las zonas urbanas y rurales; la promoción y fomento educativo, cultural, artístico, científico y tecnológico.

4.2.1 Historia de la asociación civil

El gremio artesanal ha desarrollado sus capacidades creativas y evoluciona a la saga de la sociedad, como es el caso de este grupo; su actitud contestataria se opone a situaciones de control. Ello ha propiciado un vacío que fue ocupado por “controladores profesionales”.

Durante años cualquier forma de organización fracasó, a pesar de la capacidad intelectual de dos o tres generaciones de artesanos. La diversidad así como la movilidad del gremio, ha condicionado que no se consolide una organización. En los últimos años, con el crecimiento de la ciudad, se generó un nicho de

mercado económicamente viable para artesanos y comerciantes. Así, lo que en alguna época fue un espacio ocupado por artesanos contraculturales, nómadas, pasó a ser el barrio *“hippie”*.

Cuando en la ciudad de México cierran el tianguis de Coyoacán, muchos artesanos creativos nacionales y extranjeros emigran a Puebla, siendo ésta la época de auge creativo y diversidad en el manejo de técnicas, y materiales. Por este tiempo la venta-exposición se realizaba en el piso, en lienzos de aproximadamente 1 m x 2 m.

La autoridad municipal no reconocía ese espacio y no se intentaba un acercamiento directo. Un intento de gestión logro que fuera tolerada la ocupación de la plaza Lennon en la 3 oriente, para 7 artesanos, por la gestión de Genaro Mendoza Aguirre, quien al mismo tiempo era trabajador de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Otros artesanos y comerciantes de bisutería china también querían participar y, al desconocer una forma de gestión directa con la autoridad universitaria y municipal, optan por un medio conocido y cómodo; llamando a los profesionales en torcer lo recto. (Imagen 260)

Así llegan los "gestores priistas", expertos en lograr el usufructo de la vía pública en otros puntos de la ciudad, mediante la "mordida a los inspectores municipales de vía pública y regalos a los jefes. De esta manera logran tolerancia para 10 lugares, pero ocupando 30, en realidad; con su mordida los inspectores no veían ni reportaban los lugares extras que se ocupaban. En esa época cobraban \$5.00 por puesto reportando únicamente los puestos permitidos, el resto ya era ganancia para el "líder".

IMAGEN 260.

La asociación civil "Artesanía en movimiento" surge de la necesidad que tienen los artesanos de crear espacios culturales para poder difundir su trabajo, su creatividad y sus ideas.



En los años siguientes este mercado creció hasta llegar a 140 puestos, que para aumentar la ganancia fueron reducidos a 1 m x 1.50 m y cobrando \$10 el sábado y \$15 el domingo, para aumentarlo a \$20 el sábado y \$30 el domingo. Por ese tiempo logran una tolerancia oficial pagando \$3.50 por cada puesto declarando sólo 50. Pero el cacique manifestaba que todos los \$30 eran para la "mordida". (Imagen 261)

En los últimos cuatro años se pagan por día \$30 sábado y \$30 el domingo, habiendo quienes ocupan 2 y 3 espacios, siendo \$60 por fin de semana más días festivos, teniendo un promedio de \$60 x 52 semanas=\$3,250 por cada espacio que

por 140 puestos da \$455,000 menos el pago de \$7 por fin de semana por 140 puestos dan un pago real de \$50,960 al ayuntamiento restados al ingreso real dan un margen de \$404,040 de ganancia para el “líder” al año, sin impuestos ni inversión. Otro aspecto es el trato autoritario y grosero, además de imponer cuotas que se le ocurriera. No hay asambleas participativas, sino reuniones informativas para recibir órdenes que todos deben obedecer y a quien no le parezca, “que camine”.

Con el cambio de administración municipal y de partido político, se da una coyuntura, impensable en otro momento, ya que en las administraciones anteriores, especialmente las priistas, si alguien cuestionaba las imposiciones era presionado y expulsado de la plaza por órdenes del cacique a los inspectores, quienes se convertían en sus empleados. Ya en la última etapa se amenaza, con el uso de policías municipales y estatales, para amedrentar a los artesanos más creativos, por cuestionar órdenes y métodos. En último recurso esta la intimidación y calumnia, así como el uso de golpadores.

Es en esta administración se da un marco legal mediante el reconocimiento de los “mercados temporales”, así denominados en el decreto del 4 de marzo

del 2011, contemplando los mercados de Analco, Los sapos, Área del Carolino, y callejón de variedades. Con la normalización y ante la proximidad del evento “tianguis turístico” se da el reordenamiento de estos mercados, en apariencia.

Por ello se deja el piso para ocupar unas mesas oficiales de 1 m x 1.50 m que en realidad queda de 1 m x 1.40 m para la mayoría, excepto para los “incondicionales”. Como consecuencia de estos cambios se da un giro en la última etapa, ya que muchos artesanos pierden su espacio, siendo ocupados por comerciantes sin creatividad, pero con obediencia total al cacique. Así nos vemos invadidos por “chinaderas”, artículos industriales y de origen oriental que se venden a \$3.50 presentados como artesanías y vendidos a \$30 o \$40. Productos industrializados que los inspectores no “ven” por ignorancia o complicidad. A la fecha se calculan 150 puestos en cuatro filas, de los cuales habrá alrededor de 30 artesanos, siendo el resto simuladores o comerciantes de artículos chinos.

Debido a estos antecedentes y situaciones, un grupo de artesanos decidió organizarse y conformar una Asociación Civil, de artesanos, por artesanos y para

IMAGEN 261.

El corredor artesanal de Carolino ha sido, desde hace muchos años, escenario donde muchos artesanos y artistas mexicanos y extranjeros de tradición y urbanos, exhiben y venden su trabajo a turistas que visitan en Estado.



artesanos, ya que ésta es la figura jurídica que conviene y está contemplada en la legislación nacional. Acudieron a la instancia correspondiente y registraron el nombre **“Artesanía en movimiento, amar para crear”** también analizaron el contenido de las cláusulas que serían propuestas al ser protocolizadas ante un fedatario o notario.

En el grupo hay personas con distinta edad, escolaridad, origen étnico, geográfico, costumbres, tradiciones, inquietudes, ideas, preferencias religiosas y políticas. Todo ello se expresa en el resultado de su trabajo a través del uso de distintas técnicas y materiales.

Entre la artesanía tradicional, hay dos personas *Wirrarikas* que trabajan el tejido de chaquira con diseños de geometría sagrada, con fractales de su cosmogonía ancestral y que además conservan su lengua, tradiciones, atuendo y costumbres; otro de origen y lengua náhuatl que elabora diseños en madera, mismos que tradicionalmente han elaborado en su comunidad, como juguetes tradicionales y didácticos. (Imagen 262)



IMAGEN 262.

Xittiama originaria de la Sierra Madre Occidental en el Estado de Jalisco; realizando tejido en chaquira con el cual pretende transmitir y preservar sus tradiciones.



IMAGEN 263.

Uno de los principales objetivos del artesano es cuidar los recursos naturales en la creación de piezas e identificar las leyes que protegen cada uno de estos recursos, en beneficio y cuidado de los ecosistemas.

Otros compañeros se dedican a la artesanía callejera que es adquirida mediante los viajes y el constante intercambio cultural como los compañeros que trabajan la joyería en alambre, los engarces, la filigrana, en una mezcla de materiales como ámbar, turquesa, coral, piel y plumas, puntos de macramé, joyería en materiales orgánicos como cáscaras de coco o naranja y materiales reciclados. (Imagen 263)

❖ Capítulo IV

Desarrollo de la propuesta gráfica: Revista cultural en la ciudad de Puebla

Algunos más conservan el oficio de la talabartería en bolsos, carteras, billeteras, pulseras, collares en diferentes cortes, y tejidos complejos con diferentes aplicaciones y diseños étnicos. (Imagen 264 y 265)



IMAGEN 264 y 265.

En los últimos años, las piezas dentro de la moda popular han hecho una tajante demostración de la enorme riqueza.

También se encuentran en el grupo: una compañera que elabora tejidos para bebés, niños y adultos; un compañero de origen argentino que se dedica al teatro y vende títeres y mandalas que elabora con su esposa; dos excelentes músicos que elaboran llaveros con diseños de guitarras; así como un compañero que difunde la lectura mediante la venta de libros. (Imagen 266 y 267)



IMAGEN 266 y 267.

Las artesanías tradicionales de los distintos países y la influencia de las tradiciones han tenido como resultado, modelos creativos y variados.

A medida que este grupo va conviviendo y se ha ido conociendo, intenta crear un proyecto que reúna todas sus inquietudes y que les permita expresarse, tanto con la artesanía, como con actividades artísticas que también forman parte de la vida cotidiana de los integrantes, así como crear un vínculo entre ellos y la sociedad, para poder transmitir sus conocimientos y heredarlo a nuevas generaciones. Porque ese es el trabajo que como asociación civil les corresponde, es el lugar que ocupan en la sociedad y de ellos depende que su gremio tenga el lugar que le corresponde y no ser tratado más como un ambulante. (Imagen 268)

IMAGEN 268.

La artesanía proyecta la relación entre producción y configuración. Su valor signíco y estético trasciende como símbolo colectivo al interpretar una ideología; ha sido un fenómeno urbano que se ha desarrollado en condiciones sedentarias, esto ocurre cuando un grupo se establece en un territorio y se apropia del mismo.



De acuerdo a lo mencionado anteriormente, se tiene como objetivo realizar una publicación impresa que contenga toda la información proporcionada por la asociación y que cubra las necesidades de la misma, proporcionando al lector una nueva visión de lo que es la cultura, el significado y valor que tiene en la actualidad.

Con esta propuesta editorial se pretende hacer una difusión de los artistas, autores y cultura; convirtiéndose en un espacio abierto a la publicación de trabajos, de edición y de investigación en torno a las diversas manifestaciones del saber, del arte y de la tradición del pueblo refiriéndonos a todas aquellas expresiones del arte y la cultura oral y material que involucran a la población como creador, recreador, transmisor y receptor de un determinado repertorio de creencias, de palabras y de imágenes realizadas con sus propias manos para que de esta manera se dé a conocer información fidedigna acerca de experiencias, fotografías y escritos que reflejen e ilustren la mentalidad popular.

4.2.2 Funcionalidad

Por otra parte es de suma importancia desglosar que tipo de contenido y temáticas tendrá esta publicación, es así que en base a lo investigado y de acuerdo a los beneficios y necesidades de la asociación se dividirá en artículos de artesanía tradicional y artesanía urbana. Asimismo se determina adecuado el uso de fotografías para complementar la información de los artículos que llevará este tipo de publicación.

Cabe mencionar que para generar el nombre de la revista, se enlistaron los siguientes conceptos y palabras claves relacionadas con la ciudad de Puebla:

Puebla	Garapiñado	Poblar
Camote	China poblana	Cemita
Mole	Chile poblano	Tlalkalmojtli (náhuatl)
Talavera	Pulque	amantoli (náhuatl)
Amate	Turismo	Anxeli (náhuatl)
Alfeñique	Parían	Gú (zapoteco)
Poesía	Artesanía	Xquenda (zapoteco)
Mulli	Muégano	Beenda (zapoteco)
Popocatepetl	Analco	Pánuco
Catedral	Mármol	Atoyac
Boulevard	Fuertes	Cacomixtle
5 de mayo	Palafoxiano	Malintzi
Nogada	San Francisco	Iztaccíhuatl
Poblano	Ángeles	Cuexcomate
Pipope	Ángel custodio	Náhuatl
Ónix	Iglesias	Franja

Una vez contemplados los distintos conceptos que se relacionan con dicha ciudad y su cultura, finalmente se concreta como nombre: **gú**, que dentro de las raíces indígenas tiene como significado “**camote**” en Zapoteco; el cual es complementado con el eslogan “**Artesanía en movimiento**” que es el nombre de la asociación.

Por lo tanto, se define que **gú** es el nombre más apropiado para la publicación, dado que se comienza a cumplir con uno de los objetivos: la preservación y rescate de lenguas indígenas y su significado, ya que es un tubérculo que se ha convertido en un dulce típico del Estado de Puebla, además, de ser una palabra corta por lo que fonéticamente es fácil de pronunciar y recordar.

4.2.3 Decisión de contenido

gú! como revista está enfocada a lectores tanto locales como extranjeros que visitan la Ciudad de Puebla, dando a conocer las actividades realizadas en la asociación “**Artesanía en movimiento**” y las experiencias que han forjado en su trabajo (el contenido irá en 2 idiomas: inglés y español). Dentro de esta asociación existen personas que trabajan madera, chaquira y plata haciendo muestra de su artesanía tradicional, pero también está conformada por personas que elaboran piezas urbanas como collares, pulseras y anillos, todos trabajando bajo su propio diseño y estilo, por lo tanto en conjunto se llegó a la conclusión de que el contenido se clasificará de la siguiente manera:

DeGÚstate. Es el artículo principal que da a conocer las regiones de Puebla, tradiciones, costumbres y las diferentes manifestaciones artesanales de distintos lugares.

EnterARTE. Artículos de interés general dando a conocer las diferentes expresiones artísticas que se presentan en la Ciudad de Puebla.

TuristeARTE. Vivencias, relatos y anécdotas de los artesanos que integran la asociación.

ArteMANOS. Se describe el proceso que efectúa un artesano para realizar sus diseños. La revista se distribuirá a los turistas, ya sean mexicanos o extranjeros, así como al público interesado en adquirirla, esto con un costo de recuperación.

Los cambios de cada sección van en relación a los artículos y éstos se observarán en las tipografías secundarias (título, palabras clave o citas), en la orientación del texto y la manipulación de imágenes (de acuerdo al color y los efectos), en sí, la composición de los elementos; posteriormente se explicará el proceso de cada uno de los elementos de diseño de la revista.

4.3 DISEÑO

Como resultado de todo lo mencionado anteriormente se comenzó a diseñar cada elemento que contendrá **gú!**, para ello se debe tener en cuenta el presupuesto destinado para la publicación considerando aspectos como el medio por el cual serán impresas, el tiraje, el tipo de papel, número de tintas y páginas; con base a ello se dispusieron las dimensiones de la revista para así dar inicio al proceso de diseño.

4.3.1 Soporte

Con referencia al soporte de interiores, se hizo una selección de papeles de bajos costos que fueran de acorde al concepto artesanal e incluso que no son utilizados constantemente en publicaciones impresas, por este motivo se contemplaron los siguientes:

Papel Fabria Briznev

de 100g
Medidas 72 x 101 cm
\$14.50

Papel Fabria Crema

de 100g
Medidas 72 x 101 cm
\$14.50

Papel Cart Astroparche Gray

de 176g
Medidas 58 x 89 cm
\$9.00

Papel Stiple A Gray

de 118g
Medidas 63 x 96.5 cm
\$11.00

Papel Environment Quest White

de 118g
Medidas 58 x 89 cm
\$10.20

Papel Pap Evergre Cottonwood

de 104g
Medidas 58 x 89 cm
\$8.90

Papel Bond Color Natural Capuchino

de 75g
Medidas 70 x 95 cm
\$5.32

Posteriormente se analizaron algunas cualidades de los papeles nombrados, tales como: opacidad, lisura y blancura, por el hecho de ser factores importantes para la reproducción de la revista, pensando también que el prototipo será a impresión láser; del mismo modo que no afecte en la legibilidad y leibilidad en los interiores de la publicación.

Así pues, se eligió el papel **Environment Quest White** de 118g, puesto que tiene una buena opacidad considerando que la impresión es por ambos lados; es

un papel artesanal con un poco de textura visual, sin embargo, no perjudica a los elementos de diseño, principalmente a la mancha tipográfica; incluso le dará un toque interesante al impreso.

En lo que respecta al soporte para la portada y contraportada, se tiene contemplado usar materiales que vayan de acorde al artículo principal de cada ejemplar y así cada uno tendrá su sello particular; pero procurando que su costo no sea demasiado elevado.

4.3.2 Medio de impresión

Se llegó a la decisión de utilizar el offset cilíndrico de hoja, utilizando el papel seleccionado (Environment Quest White de 118g); se eligió este medio de reproducción por ser el más accesible y económico para el tiraje requerido y al que se puede encontrar abundantemente en la ciudad de Puebla.

Se comenzará reproduciendo un tiraje de 5000 ejemplares para dar a conocer la publicación; tomando en cuenta que el presupuesto con el que se cuenta es bajo, se buscó la forma para reducir costos de impresión sin afectar el concepto de la revista, por lo que se opta por el duotono en interiores. Para ello se utilizarán dos duotonos, debido a que la colocación de las placas y el pliego nos permite aprovechar de un lado el uso de dos tintas y del otro lado dos tintas diferentes, para ello se decide mantener la tinta negra como base, dando así la oportunidad de obtener una gama de colores y tonos sin necesidad de utilizar otra tinta. El frente de los pliegos irán en un duotono, mientras que la vuelta de estos irán en otro duotono.

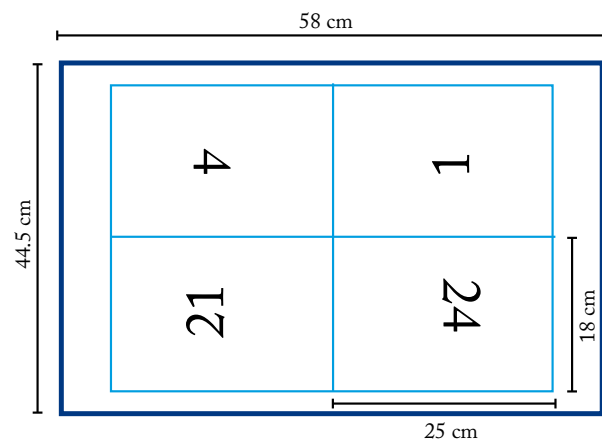
Para la presentación de los ejemplares se recurrirá únicamente a los acabados más básicos como corte, compaginación, doblado, engrapado y refinado.

4.3.3 Formato

Para determinar el formato de **gú!** se tomó en cuenta la conclusión de lo analizado en el capítulo III, así que se parte del pliego estándar de la serie A, ya que es el más comercial y asimismo el más utilizado en las imprentas, éste tiene la medida de 59.4 cm x 42 cm y al generar sus respectivos dobleces se llega a la medida proporcional de 18 cm x 25 cm, con orientación vertical; este tamaño pequeño mantiene los aspectos de durabilidad y el fácil manejo para su transportación, por ello se decide que las dimensiones de cada página de la revista serán de 18 cm x 25 cm. (Imagen 269 - 274)

IMAGEN 269.

Fuente: Elaboración propia. Se parte del formato A2 que tiene la medida de 59.4 cm x 42 cm, sin embargo el pliego del papel seleccionado mide 58 cm x 44.5 cm que es la medida más cercana, por lo que, se muestra la diagramación del 1er. pliego (frente) donde se ve la cantidad de dobleces, la numeración y la orientación en las que deben de estar las páginas del ejemplar.



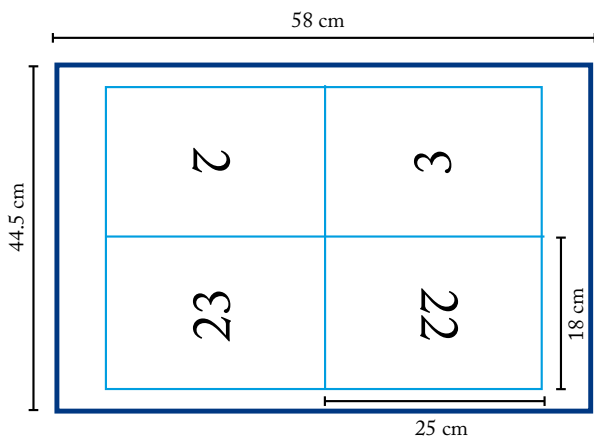


IMAGEN 270.

Fuente: Elaboración propia. Diagramación del 1er. pliego (vuelta) donde se observa respectivamente el número y orientación de las páginas.

IMAGEN 271.

Fuente: Elaboración propia. Diagramación del 2do. pliego (frente).

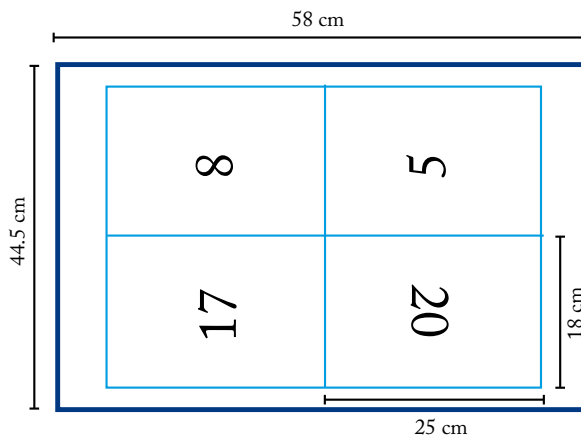


IMAGEN 272.

Fuente: Elaboración propia. Con la diagramación del 2do. pliego (vuelta).

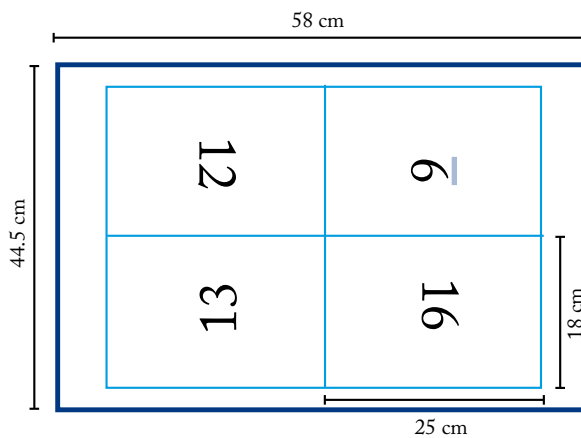
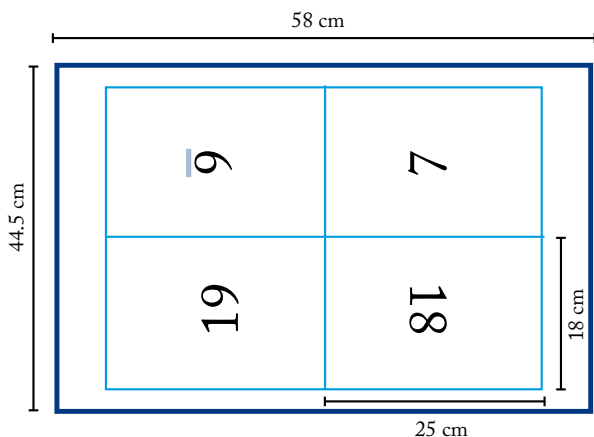


IMAGEN 273.

Fuente: Elaboración propia. Diagramación del 3er. pliego (frente).

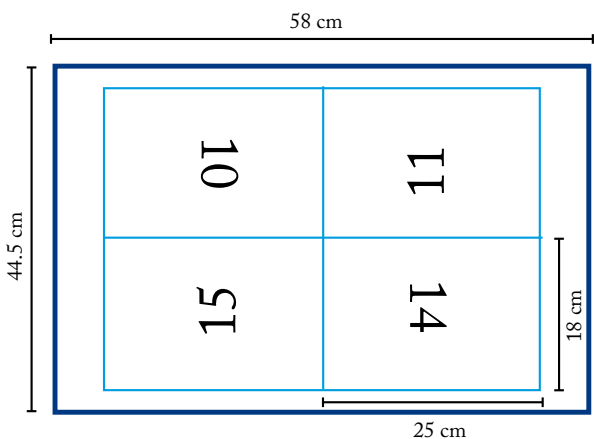


IMAGEN 274.

Fuente: Elaboración propia. Con la diagramación del 3er. pliego (vuelta).

4.3.4 Componentes de la revista

A continuación mencionamos los elementos que integraran el diseño en los interiores de la revista.

4.3.4.1 Cabezal

El cabezal se generó después de determinar el nombre, y éste pasó por diversas etapas durante el proceso mismas que pueden verse a continuación.

Primero que nada se consideró el concepto artesanal dado que debe reflejar una imagen dinámica, además de verse moderna, ornamental y orgánica.

Se buscó identificar la esencia de la asociación con la marca de la revista; relacionando también el contenido de la misma, por lo que presenta formas orgánicas que hacen alusión a la naturaleza, lo que está ampliamente ligado al objeto social de los integrantes “**Artesanía en movimiento**”. Además de ser una figura que expresa dinamismo en sus trazos, se asocia con el trazo de un pincel como ocurre en el decorado de la talavera que se puede encontrar en la ciudad de Puebla y el estilo barroco tan característico de la misma, el cual se puede ver reflejado en la arquitectura, metalurgia, platería, escultura, entre otros. (Imagen 275 - 277)



IMAGEN 275.

Desde el inicio de bocetaje se puede apreciar que se utilizó el concepto de monograma, en algunos bocetos se retomaban fuentes tipográficas.





IMAGEN 276.

En esta etapa se empiezan a integrar los ornamentos y formas orgánicas.

Después de empezar con el bocetaje, se consideró el uso de un eslogan para complementar la marca, por el hecho de ser una publicación nueva, se propuso el nombre de la asociación **“Artesanía en movimiento”** que sin duda alguna resaltarán aún más la actividad artesanal y la movilidad en los artículos que presentan en la publicación.

Para el eslogan se propusieron distintas tipografías tales como: Wendy LP Std, Fontdinerdotcom, Vivala, Thumping y Vargas, todas ellas evocan dinamismo y movimiento; la tipografía seleccionada fue *Fontdinerdotcom* puesto que es funcional por ser leíble y legible, algunos otros caracteres tienen patines que están asociados con los trazos



IMAGEN 277.

Este boceto fue el determinante para poder evolucionar en el diseño final del cabezal.



IMAGEN 278.

En la presente etapa ya se implementa el eslogan haciendo uso de varias tipografías, se propone en distintas ubicaciones y orientaciones para lograr equilibrio, asimismo se añade un signo de exclamación para dar fuerza tanto visualmente como fonéticamente a la marca.

artesanía en movimiento

Patines

Línea base

IMAGEN 279.

Tomando como referencia la línea base se puede observar el juego de los caracteres; e incluso el que los patines guardan relación con el diseño del cabezal.

orgánicos del cabezal, además hace un gran juego visual dado que algunos caracteres no respetan la línea base, igualmente, se puede percibir que la altura x es diferente, aún así, no crea un caos visual, al contrario, como ya se había dicho, connotan alegría, dinamismo y sobre todo movimiento, haciendo referencia al eslogan. (Imagen 278 y 279)

El eslogan se presentó en diferentes ubicaciones, direcciones y grosores, puesto que el objetivo fue que complementaran al cabezal, logrando una mayor integración sin restar la jerarquía y obteniendo mejor equilibrio, por lo que se llegó a la solución de que éste se situará por debajo del cabezal. (Imagen 280)

IMAGEN 280.

Diseño final del cabezal. La gama cromática de éste, dependerá del sustrato y diseño de forros, podrá ir en tonalidades de negro o en tonalidades que vayan de acorde a los duotonos de los interiores de la revista en cada ejemplar.



go!
artesanía en
movimiento

4.3.4.2 Retícula

Como ya se había mencionado, la retícula es un elemento muy importante para la composición, ésta se determinó de acuerdo al tamaño establecido de la página de guía y al mismo tiempo se consideró su objetivo, que es el de romper con la formalidad y la monotonía del diseño editorial que maneja la mayoría de las revistas culturales.

Para empezar, desde nuestro punto de vista, la medida de los márgenes se establecen pensando en que no se desperdicie el espacio del formato, pero también, cuidando en no afectar algún elemento de diseño ya que podría perjudicar en la legibilidad o leibilidad del ejemplar. Quedando así 1.5 cm para el margen superior y 2 cm para margen inferior, interior y exterior.

Hablando de la retícula se utilizará la de columnas y como su nombre lo indica, tiene como base la columna para definir las cajas de texto, inclusive al ir diseñando las páginas de la revista, también se generará la retícula jerárquica, ya que la organización de los elementos no serán regulares y ambas retículas nos dan la oportunidad de realizar composiciones libres sin ser precisamente desordenadas. En cuanto a la cantidad de columnas se llegó a la conclusión que al tener mayor número, más dinámico es el diseño y por ende se rompería la formalidad de cada artículo, a pesar de ello, no se debe tener un exceso de cantidad debido a que ocasionaría un caos en el diseño. (Imagen 281)

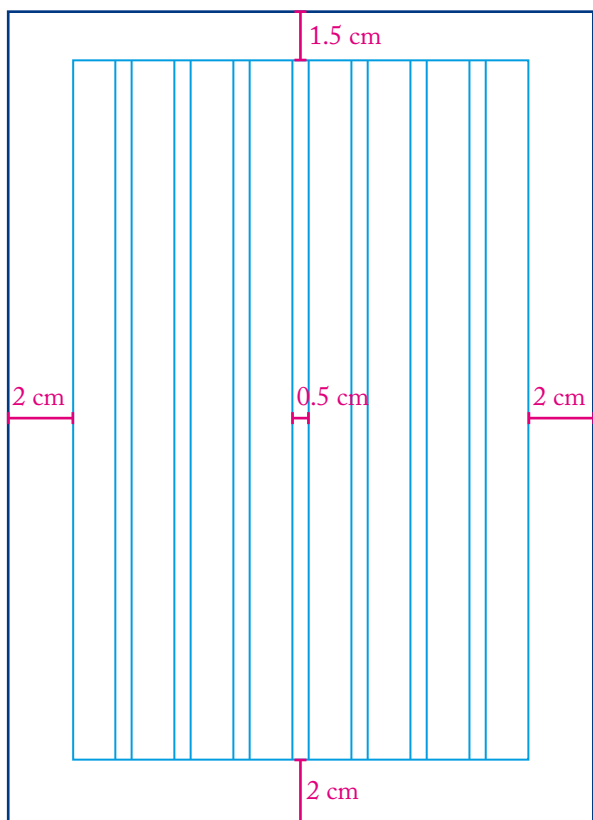


IMAGEN 281.

Fuente: Elaboración propia. Se aprecia la retícula de columnas que consta de 8 divisiones, asimismo se observan los medianiles y los márgenes del formato (18 cm x 25 cm).

4.3.4.3 Tipografía

Por otra parte, basándose en el resultado del análisis se buscaron familias tipográficas que expresaran las características artesanales de los contenidos de gú! por lo que se descartaron tipografías de estilo sans serif para el cuerpo de texto, puesto que evocan orden y rigidez, que es lo que se pretende evitar, por lo tanto, se buscaron familias tipográficas de tipo serif, que conservaran su legibilidad e incluso mantuvieran características relacionadas al concepto de la revista.

Así pues, se seleccionaron las siguientes tipografías, considerando la anatomía de la letra normal o redonda, la cantidad de variantes, el mapa de caracteres y también, el formato decidido para la publicación. (Esquema 4)

Caxton Std

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789
 , . : ; ‘ ’ “ ” ¿ ? ¡ ! () { } []

Cronos Pro

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789
 , . : ; ‘ ’ “ ” ¿ ? ¡ ! () { } []

Clearface Gothic LT Std

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789
 , . : ; ‘ ’ “ ” ¿ ? ¡ ! () { } []

Mercurius CT Std

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789
 , . : ; ‘ ’ “ ” ¿ ? ¡ ! () { } []

ESQUEMA 4.

Estos son algunos caracteres de las tipografías a elegir para el cuerpo de texto de los artículos; se encuentran en el mismo puntaje para que se pueda apreciar la diferencia entre ellas.

Caxton Std

Esta familia posee 6 variantes entre las cuales se encuentran: light, bold, itálica; su cuerpo de letra presenta un gran contraste, sus trazos terminales son lobulados, delgados y levemente oblicuos; a pesar de que presenta una altura x elevada, se contrarresta por los patines ya que hace al cuerpo ligeramente ancho. (Imagen 282)

Clearface Gothic LT Std

Su letra regular presenta una anchura condensada y un grosor semibold, añadiendo que presenta un gran contraste y la interletra es angosta, todo esto hace que la mancha tipográfica sea densa. También cabe mencionar que la altura x es algo elevada y la caja baja es un poco descendente; en lo que concierne a las terminaciones de sus patines son de estilo insinuado y a pesar de que no son demasiado visibles, la letra se percibe como agradable para el lector, sin embargo la lectura es abrumante en párrafos largos. (Imagen 283)



IMAGEN 282.

Fuente: Elaboración propia. Tipografía Caxton presentada en 35 puntos. En la x, A se puede observar el gran contraste que existe entre sus astas; en las letras que tienen ojos se percibe más la elevación de la altura x.



IMAGEN 283.

Fuente: Elaboración propia. Clearface en 35 puntos. La altura x es menor a comparación de la Caxton, pero su anchura condensada hace que el cuerpo se perciba elevado.

Cronos Pro

Cuenta con demasiadas variantes, el cuerpo de la letra no es muy extendido, el espacio entre cada carácter es considerable, sus patines que son de estilo abocinado no son muy perceptibles, pero a pesar de ello, mantienen una impresión de cierto movimiento y cumple con los aspectos más importantes: legibilidad y leibilidad, logrando así, funcionalidad en la lectura. (Imagen 284)

Mercurius CT Std

Dicha tipografía cuenta con 6 variantes, respecto a sus trazos son delgados y sus remates son poco perceptibles que va entre el estilo insinuado y abocinado, el cuerpo es light y condensado por lo que afecta un poco a la lectura. (Imagen 285)



IMAGEN 284.

Fuente: Elaboración propia. Cronos en 35 puntos. El cuerpo de letra es menor a las tipografías anteriores, tanto así que la altura de las mayúsculas de Cronos es un poco mayor a la altura x de la Caxton.



IMAGEN 285.

Fuente: Elaboración propia. Mercurius Ct Std en 35 puntos. Ésta no presenta rigidez en sus trazos (se puede observar en el brazo de la T y el punto de la i) por lo que transmite cierta comodidad.

También se tuvieron como opción Maiandra GD y Fla serif821 Lt BT debido a que sus cuerpos de letra cuentan con los rasgos mencionados al principio de éste punto, aun así fueron descartadas al ver que sólo contaban con la letra regular, sin ninguna variante.

Después se procedió a hacer pruebas en la retícula establecida para la mancha tipográfica, con el fin de elegir la familia que iba a ser funcional para el cuerpo de texto; al analizar los pros y contras de cada una de ellas se optó la familia tipográfica Cronos Pro por el hecho de que los caracteres no son muy extendidos, lo cual favorece a la lectura debido a que la mancha tipográfica no es muy densa, además, posee 32 variantes, lo que permite hacer un juego bastante amplio en sus textos; este tipo de letra se puede adecuar a los diferentes artículos. (Imagen 286 - 289)



IMAGEN 286.

Fuente: Elaboración propia. Escala 42% del tamaño real. Mancha tipográfica de Caxton Std; su anatomía es un poco extendida para la caja de texto, por lo que la lectura sería cortada entre cada línea del contenido.



IMAGEN 287.

Fuente: Elaboración propia. Escala 42% del tamaño real. Mancha tipográfica de Clearface Gothic LT Std.

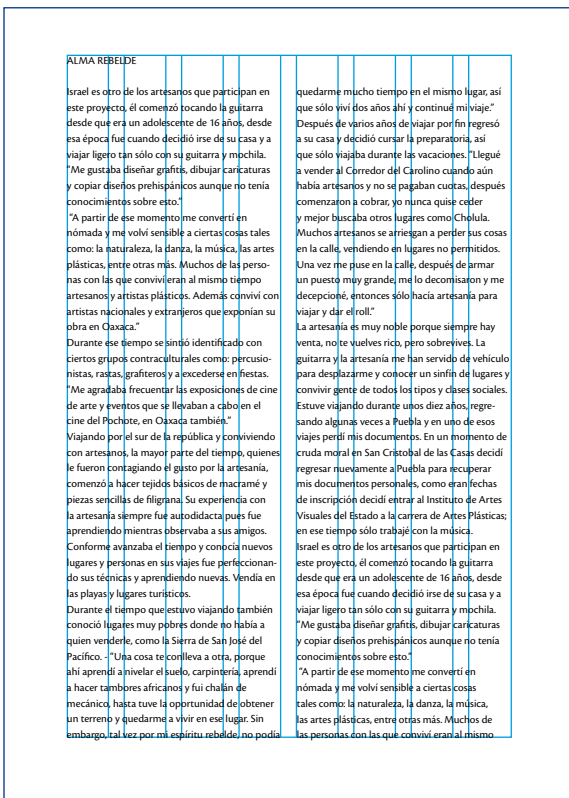


IMAGEN 288.

Fuente: Elaboración propia. Escala 42% del tamaño real. Mancha tipográfica de Cronos Pro.



IMAGEN 289.

Fuente: Elaboración propia. Escala 42% del tamaño real. Mancha tipográfica de Mercurius CT Std, la cual es densa debido a su grosor, por ello se descarta para el cuerpo de texto ya que en palabras clave o citas sería excesivamente pesada la variante.

Posteriormente se hizo el cálculo tipográfico de acorde al LCA (Longitud Caracteres Alfabeto), con el propósito de saber el mínimo y máximo de columnas para el puntaje del cuerpo de texto, así no se afectará la lectura y se logrará un juego en la composición del contenido de acuerdo a las cajas de texto. El cálculo se hizo en 9, 10 y 11 pt de Cronos Pro, los resultados obtenidos son los siguientes:

CRONOS PRO 9 pt
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz

8.1p

Óptimo (1.75 constante)
 (1 pica = 12 puntos)
 8.1 p x 12pt = 97.2
 97.2 x 1.75 = 170.1
 170.1 / 12 = **14p**

Máximo (1.5 constante)
 170.1 x 1.5 = 255.15
 255.15 / 12 = **21p**

Mínimo (.75 constante)
 170.1 x 0.75 = 127.575
 127.575 / 12 = **11p**

❖ Capítulo IV

Desarrollo de la propuesta gráfica: Revista cultural en la ciudad de Puebla

CRONOS PRO 10 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

9.1p

Óptimo (1.75 constante)
(1 pica = 12 puntos)
 $9.1 \times 12 = 109.2$
 $109.2 \times 1.75 = 191.1$
 $191.1 / 12 = 16p$

Máximo (1.5 constante)
 $191.1 \times 1.5 = 286.65$
 $286.65 / 12 = 24p$

Mínimo (.75 constante)
 $191.1 \times 0.75 = 143.32$
 $143.32 / 12 = 12p$

CRONOS PRO 11 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

11p

Óptimo (1.75 constante)
(1 pica = 12 puntos)
 $11 \times 12 = 132$
 $132 \times 1.75 = 231$
 $231 / 12 = 19p$

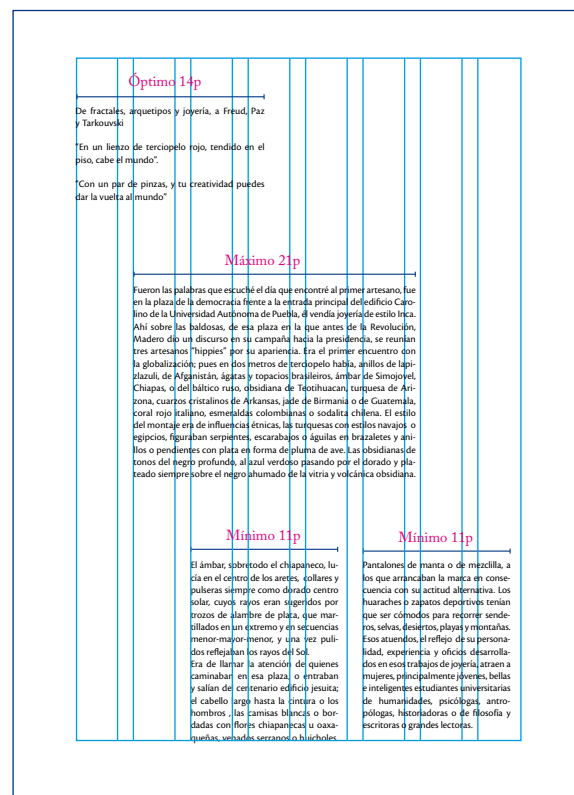
Máximo (1.5 constante)
 $231 / 1.5 = 346.5$
 $346.5 / 12 = 29p$

Mínimo (.75 constante)
 $231 \times .75 = 173.25$
 $173.25 / 12 = 14p$

Una vez que se obtuvieron los resultados, se procedió a las pruebas de impresión (láser) con los diferentes puntajes y anchos de columna permitidos, que reflejó el cálculo tipográfico. (Imagen 290 - 292)

IMAGEN 290.

Fuente: Elaboración propia. Escala 42% del tamaño real. Se puede observar los diferentes anchos de columnas que están permitidos en Cronos Pro de 9 pt.



Óptimo 16p									
De fractales, arquetipos y joyería, a Freud, Paz y Tarkovski									
"En un lienzo de terciopelo rojo, tendido en el piso, cabe el mundo".									
"Con un par de pinzas, y tu creatividad puedes dar la vuelta al mundo"									
Máximo 24p									
Fueron las palabras que escuché el día que encontré al primer artesano, fue en la plaza de la democracia frente a la entrada principal del edificio Carolino de la Universidad Autónoma de Puebla, él vendía joyería de estilo Inca. Ahí sobre las baldosas, de esa plaza en la que antes de la Revolución, Madero dio un discurso en su campaña hacia la presidencia, se reunían tres artesanos "hippies" por su apariencia. Era el primer encuentro con la globalización pues en dos metros de terciopelo había, anillos de lapizluzuli, de Afganistán, ágatas y topacios brasileños, ámbar de Simojovel, Chiapas, o del báltico ruso, obsidiana de Teotihuacan, turquesa de Arizona, cuarzos cristalinos de Arkansas, jade de Birmania o de Guatemala, coral rojo italiano, esmeraldas colombianas o sodalita chilena. El estilo del montaje era de influencias étnicas, las turquesas con estilos navajos o egipcios, figuraban serpientes, escarabajos o águilas en brazaletes y anillos o pendientes con plata en forma de pluma de ave. Las obsidianas de tonos del negro profundo, al azul verdoso pasando por el dorado y plateado siempre sobre el negro ahumado de la vitra y volcánica obsidiana.									
Mínimo 12p					Mínimo 12p				
El ámbar, sobretudo el chiapaneco, lucía en el centro de los aretes, collares y pulseras siempre como dorado centro solar, cuyos rayos eran sugeridos por trozos de alambre de plata, que majestados en un extremo y en secuencias menor-mayor-menor, y una vez pulidos reflejaban los rayos del Sol. Era de llamar la atención de quienes caminaban en esa plaza, o entraban y salían del centenario edificio jesuita, el cabello largo hasta la cintura o los hombros, las camisas blancas o borda-					...con flores chiapanecas u oaxaqueñas, venados serranos o huicholes. Pantalones de manta o de mezclilla, a los que arrancaban la marca en consecuencia con su actitud alternativa. Los huarachos o zapatos deportivos tenían que ser cómodos para recorrer senderos, selvas, desiertos, playas y montañas. Esos atuendos, el reflejo de su personalidad, experiencia y oficios desarrollados en esos trabajos de joyería, atraen a mujeres, principalmente jóvenes, bellas e inteligentes estudiantes				

IMAGEN 291.

Fuente: Elaboración propia. Escala 42% del tamaño real. Se indica el óptimo, máximo y mínimo del número de columnas en Cronos Pro de 10 pt.

Óptimo 19p									
De fractales, arquetipos y joyería, a Freud, Paz y Tarkovski									
"En un lienzo de terciopelo rojo, tendido en el piso, cabe el mundo".									
"Con un par de pinzas, y tu creatividad puedes dar la vuelta al mundo"									
Máximo 29p									
Fueron las palabras que escuché el día que encontré al primer artesano, fue en la plaza de la democracia frente a la entrada principal del edificio Carolino de la Universidad Autónoma de Puebla, él vendía joyería de estilo Inca. Ahí sobre las baldosas, de esa plaza en la que antes de la Revolución, Madero dio un discurso en su campaña hacia la presidencia, se reunían tres artesanos "hippies" por su apariencia. Era el primer encuentro con la globalización pues en dos metros de terciopelo había, anillos de lapizluzuli, de Afganistán, ágatas y topacios brasileños, ámbar de Simojovel, Chiapas, o del báltico ruso, obsidiana de Teotihuacan, turquesa de Arizona, cuarzos cristalinos de Arkansas, jade de Birmania o de Guatemala, coral rojo italiano, esmeraldas colombianas o sodalita chilena. El estilo del montaje era de influencias étnicas, las turquesas con estilos navajos o egipcios, figuraban serpientes, escarabajos o águilas en brazaletes y anillos o pendientes con plata en forma de pluma de ave. Las obsidianas de tonos del negro profundo, al azul verdoso pasando por el dorado y plateado siempre sobre el negro ahumado de la vitra y volcánica obsidiana.									
Mínimo 14p					Mínimo 14p				
El ámbar, sobretudo el chiapaneco, lucía en el centro de los aretes, collares y pulseras siempre como dorado centro solar, cuyos rayos eran sugeridos por trozos de alambre de plata, que majestados en un extremo y en secuencias menor-mayor-menor, y una vez pulidos reflejaban los rayos del Sol. Era de llamar la atención de quienes caminaban en esa plaza, o entraban y salían del centenario edificio jesuita; el					cabello largo hasta la cintura o los hombros, las camisas blancas o bordadas con flores chiapanecas u oaxaqueñas, venados serranos o huicholes. Pantalones de manta o de mezclilla, a los que arrancaban la marca en consecuencia con su actitud alternativa. Los huarachos o zapatos deportivos tenían que ser cómodos para recorrer senderos, selvas, desiertos, playas y montañas.				

IMAGEN 292.

Fuente: Elaboración propia. Escala 42% del tamaño real. Cuerpo de texto en Cronos Pro de 11 pt.

Así pues, se tomó la decisión de utilizar Cronos Pro 10 pt, debido a que se observaron las diferencias de la mancha tipográfica, a nuestro parecer al leer el contenido es considerable dicho puntaje porque en 9 pt el tamaño es muy pequeño el texto y en 11 pt los caracteres parecían ser muy grandes.

También cabe mencionar que la retícula influyó en la determinación del puntaje ya que los resultados en picas fueron casi exactos para la medida de las columnas del formato.

Por otra parte, se comenzó con la búsqueda de tipografías secundarias las cuales servirán de apoyo para resaltar títulos, subtítulos, balazos, ideas principales o citas textuales; estarán relacionadas de acuerdo al contexto de cada artículo, o bien, harán contraste en la composición, ya sea por la orientación, tonalidad de la gama cromática o por el puntaje de la tipografía. (Imagen 293 y 294)

❖ Capítulo IV

Desarrollo de la propuesta gráfica: Revista cultural en la ciudad de Puebla



IMAGEN 293.

Diferentes tipografías para el mismo título del artículo, en cada uno se utilizaron 2 tipografías, en éstos se hizo juego en cuanto a la tonalidad de la gama cromática, alineación y orientación.

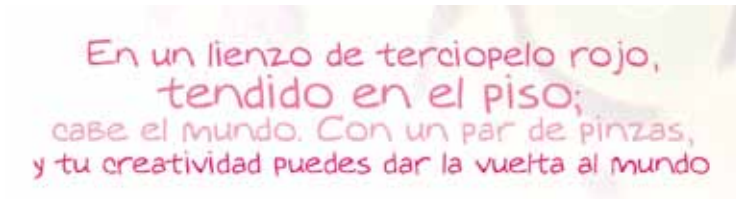
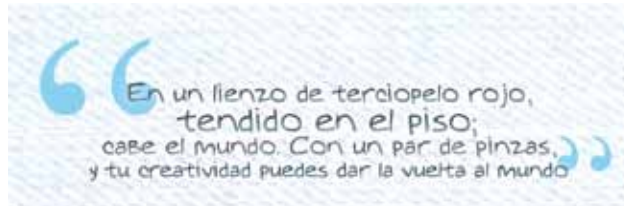


IMAGEN 294.

En cada ejemplo se usó sólo 1 tipografía, resaltando algunas palabras por el color o por el tamaño.



4.3.4.4 Tipo de imagen

Para tomar la decisión en cuanto al tipo de imagen utilizado en la publicación se llevó a cabo un proceso de selección que tomará en cuenta las necesidades de la asociación para plasmar su trabajo, en las que se descartaron por completo imágenes vectoriales que a pesar de poder ser adaptadas a cualquier tipo de forma con gran precisión no evidenciaron el trabajo artesanal que se muestra con la fotografía. (Imagen 295)

Otra de las propuestas fue, hacer uso de la fotografía a color en los interiores, sin embargo, el proyecto tenía que ajustarse a un presupuesto bajo, lo que ayudó a descartar la alternativa de todo color, además de que se pretende proponer un estilo peculiar en el impreso.

Después de múltiples pruebas presentadas en la asociación se llegó a la conclusión de hacer uso de la fotografía en duotono o escala de grises, en donde se presentarán imágenes manipuladas de acuerdo a la sección en la que se ubique o el número al que pertenezca. (Imagen 296 y 297)

IMAGEN 295.

Como primeras propuestas se pretendía utilizar imágenes vectoriales o compuestas a base de tipografía como se muestra en el ejemplo.



❖ Capítulo IV

Desarrollo de la propuesta gráfica: Revista cultural en la ciudad de Puebla



IMAGEN 296.

Fotografías a color que muestran el trabajo y actividades que realizan los artesanos de la asociación.



IMAGEN 297.

Se llegó a la decisión de utilizar imágenes en duotono, (fotografías manipuladas) de tal manera que se pueda ver el ellas un toque artesanal.



4.3.4.5 Sección

Para la elección de secciones se tomaron en cuenta factores como el público al cual se dirigirá, la información de contenido así como los artículos proporcionados por la asociación; distinguiéndose por una pleca que será colocada en la parte lateral superior de forma vertical en la página izquierda, conformada por un ornamento que variará por cada sección, por otro lado sirve para dar fuerza al nombre de ésta, con el que se identificará de que se habla además de que esta leyenda irá de acuerdo al color de la pleca.

Cada una de las secciones que conforman la publicación tendrá su propio estilo, ya que se pretende reflejar en ella la esencia de la asociación a la que pertenece, por lo que los ornamentos de las plecas harán alusión a los diseños que realizan los artesanos.

Para llegar a la decisión de los ornamentos y del tamaño de la pleca, se presentaron distintas propuestas de composición de acuerdo a la retícula presentada, quedando en la medida de 1.3 cm x 11.5 cm. (Imagen 298 - 302)

IMAGEN 298.

En la presente doble página se muestra una propuesta de pleca en la parte superior con una orientación horizontal.



IMAGEN 299.

En dicha propuesta, la pleca está ubicada en la página derecha, tiene una orientación vertical. La pleca contiene el nombre de la sección y el folio.

❖ Capítulo IV

Desarrollo de la propuesta gráfica: Revista cultural en la ciudad de Puebla

IMAGEN 300.

En la presente composición, la pleca abarca la parte inferior de la doble página.



IMAGEN 301.

En éstas plecas se empiezan a integrar ornamentos, los cuales representan de forma abstracta o figurativa algunas de las piezas artesanales que elaboran en la asociación.

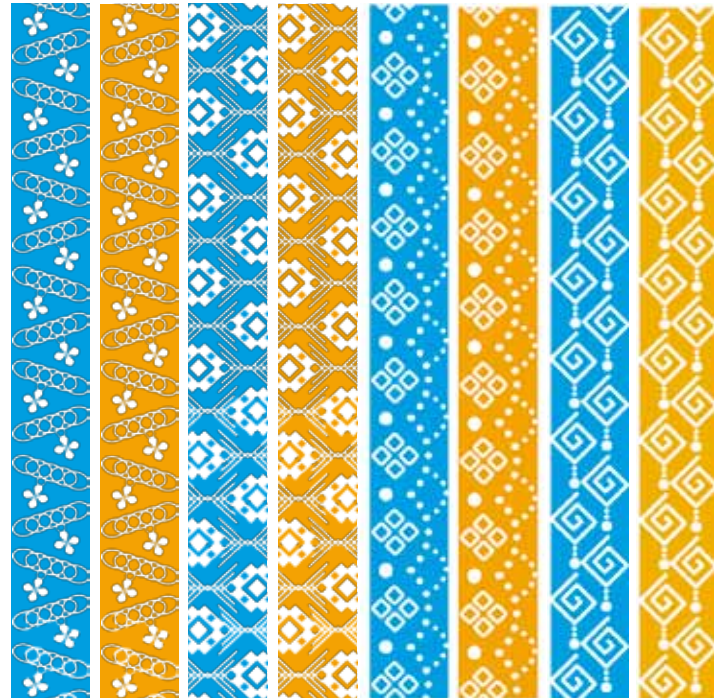


IMAGEN 302.

Escala 80% del tamaño real. Después de pasar por el proceso de bocetaje, éstas son las plecas definidas para cada sección de guía, las cuales mantienen relación con los artículos.

Los valores de la pleca azul es C: 100% mientras que la pleca anaranjada no tiene porcentaje de cian ni de negro, M: 43% Y: 96%.

DeGústarte

DeGústarte

TuristeARTE

TuristeARTE

EnterARTE

EnterARTE

ARTEmanos

ARTEmanos

4.3.4.6 Gama cromática

Como ya se había mencionado, la revista se reproducirá en duotonos, por lo que la gama cromática en cada ejemplar de **gü!** cambiará, esto va de acuerdo a la relación del contenido de los artículos, haciendo un contraste entre colores cálidos y fríos.

Para el primer número se empleará el color azul, ya que es un color representativo de la ciudad de Puebla por la talavera; las tonalidades de azul variarán de acuerdo al porcentaje de negro asignado, obteniendo de tal manera una gama variada.

Para hacer contraste con el azul, se eligió su color complementario, el cual es el anaranjado, un color cálido; al igual que el azul, las tonalidades del anaranjado cambiarán de acuerdo al porcentaje de negro. Los valores asignados para el azul es C: 100% y para el anaranjado M: 43% Y: 96%. (Imagen 303 y 304)

De esta manera, se logrará una gama diversa de tonalidades y por lo tanto, se hará un juego con los duotonos en los elementos de composición de la revista. (Imagen 305 y 306)

C: 100%



K: 0% K: 10% K: 20% K: 30% K: 40% K: 50%

IMAGEN 303.

Tonalidades de azul que van desde 0% hasta 50% de negro, manteniendo para todos el cian en 100% (M: 0% , Y: 0%).

M: 43% Y: 96%

IMAGEN 304.

Tonalidades de anaranjado que va desde 0% hasta 50% de negro, conservando el magenta en 43% y el amarillo en 96% (C: 0%)



K: 0% K: 10% K: 20% K: 30% K: 40% K: 50%

❖ Capítulo IV

Desarrollo de la propuesta gráfica: Revista cultural en la ciudad de Puebla



IMAGEN 305.

Dobles páginas donde se muestran la implementación de la pleca en la página en sus tonalidades anaranjadas.



IMAGEN 306.

Dobles páginas donde se observan las diferentes tonalidades de azules.



4.3.4.7 Folio

Para determinar el folio se tomó en cuenta la conclusión del análisis en revistas ya que algunas mostraban el número únicamente en una sola página o las hojas no contenían inscripción, por lo que para llegar al resultado final se pasó por un proceso de bocetaje tal y como se explica a continuación. (Imagen 307 y 308)

Fue indispensable que la enumeración se incluyera en ambas páginas, ya que sirve de apoyo para que el lector no pierda la secuencia de los artículos, puesto que la publicación cuenta con la peculiaridad de que cambia la orientación a la mitad de ésta, con lo que se pretende hacer más dinámica la lectura, obligando al lector a girar la revista y de este modo interactuar con la misma. (Imagen 309 y 310)

El folio estará compuesto por la integración de un ornamento que contenga el estilo de la publicación, para ello se utilizan formas orgánicas que van de la mano con el concepto artesanal y la identidad de la revista. Éste se ubicará en la parte inferior de las páginas dado que favorece al equilibrio del resto de los componentes de la página.

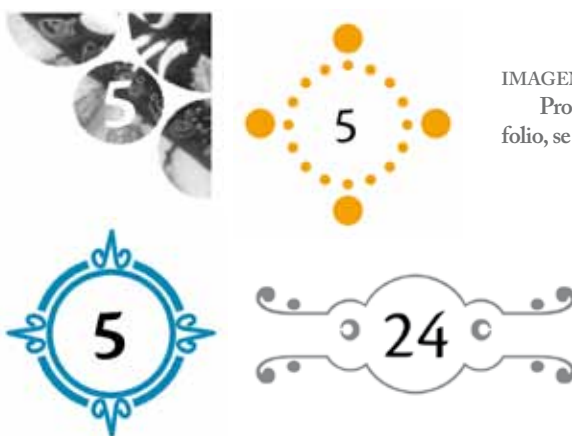
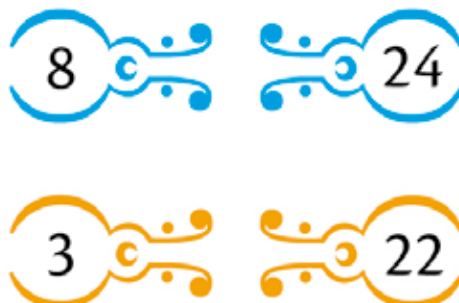


IMAGEN 307.
Propuestas de ornamentos que integran al folio, se presentan en escala de grises y a color.

IMAGEN 308.

Después del proceso de bocetaje, finalmente este diseño es el seleccionado para el folio, que como ya se había mencionado, está relacionado con el concepto artesanal y la identidad de la revista.



❖ Capítulo IV

Desarrollo de la propuesta gráfica: Revista cultural en la ciudad de Puebla



IMAGEN 309.

Principalmente se tenía contemplado el folio sólo en las páginas de la derecha, en este boceto se puede apreciar en la parte superior.

IMAGEN 310.

Fue indispensable la utilización del folio en ambas páginas, puesto que la mitad de la publicación está en orientación contrario y así el lector no perderá el seguimiento del contenido.



4.3.4.8 Viñeta

Se consideró el uso de la viñeta por el hecho de que no se podía diferenciar el contenido entre cada artículo, lo cual causaba una confusión debido a la yuxtaposición de la mitad del contenido de la publicación, por lo tanto, en el diseño editorial la viñeta es un elemento de gran importancia para saber el principio y fin del artículo.

Para ello se buscaron *dingbast* con diseños orgánicos que mantuvieran la relación con los componentes de la revista, descritos anteriormente.

Posteriormente se hicieron pruebas de impresión de las posibles viñetas, con el propósito de establecer el tamaño para apreciar su legibilidad, ya que algunas *dingbbast* tienen trazos muy delgados provocando ilegibilidad, o por el contrario, otras tienen trazos gruesos lo que las presenta como un elemento pesado y grotesco. (Imagen 311)

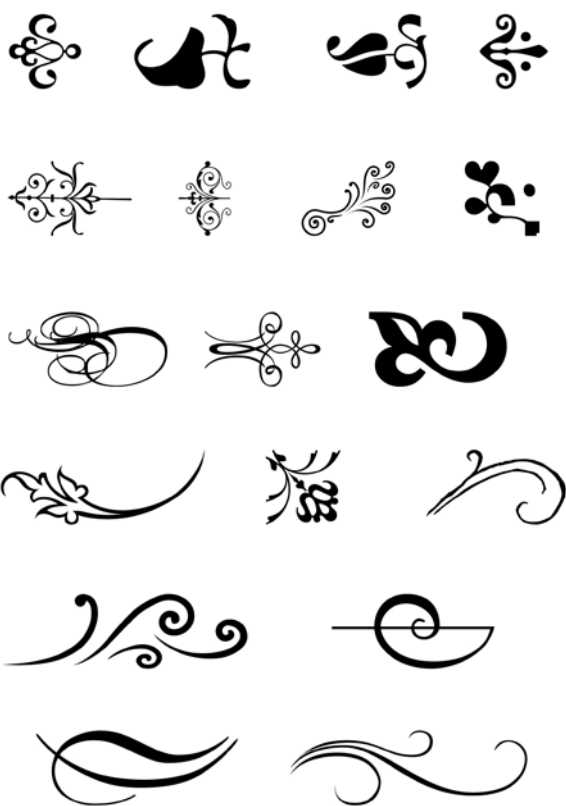


IMAGEN 311.
Dingbast de estilo orgánico y ornamental que se tuvieron como opciones.

Con base en el criterio de legibilidad y leibilidad, se eligió una viñeta (que se mostrará a continuación) que denota direccionalidad por su evocación hacia la flecha que forma el conjunto de sus trazos, haciendo fuerza en sus ejes claramente marcados, tanto horizontal como vertical. (Imagen 312)

Inicialmente se tenía contemplado el uso de dicho elemento para marcar el inicio y fin de cada anécdota, pero para no abusar de su utilización, se decidió usar una letra capitular para el comienzo de cada artículo y aplicar la viñeta sólo al finalizar la nota o el artículo. (Imagen 313)

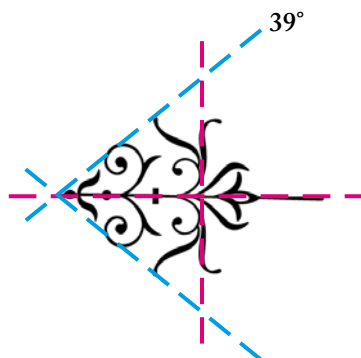


IMAGEN 312.
La presente *dingbast* fue elegida como viñeta en los interiores. Las líneas punteadas en color rosa marcan los ejes principales; claramente se puede notar del como sus trazos forman una flecha, la cual es perfecta para indicar el final de cada artículo.

Israel es otro de los artesanos que participan en este proyecto, él comenzó tocando la guitarra desde que era un adolescente de 16 años, desde esa época fue cuando decidió irse de su casa y a viajar ligero tan sólo con su guitarra y mochila.

Israel is another of the artisans involved in this project, he began playing guitar since he was a teenager of 16 years, from that time was when he decided to leave home and to travel light with only his guitar and backpack.

Hoy en día, Israel hace una mezcla constantemente entre cada una de los tipos de artesanía que ha aprendido a lo largo de sus viajes. Realiza una mezcla de técnicas e insumos como metales, piedras, plumas, piel, etc., para crear diseños únicos. Así podemos observar en su puesto aretes con piedras semipreciosas que combinan técnicas de la filigrana, macramé, arte plumario y talabartería en una misma pieza.


Now, Israel constantly makes a mixture between each of the types of handicraft you have learned throughout your travels. He does a mixture of techniques and materials such as metals, stones, feathers, fur, etc., to create unique designs. Thus, we can see in his place earrings with semi-precious stones that combine techniques of filigree, macrame, feather art and saddlery in one piece. 

IMAGEN 313.

Con lo descrito anteriormente, ya se puede observar la diferencia del comienzo y fin del contenido. En esta imagen sólo se muestran los párrafos en español e inglés—donde inician y terminan, de esta manera ya se pueden diferenciar.

4.3.4.9 Portada

La portada es el primer contacto del objeto de diseño con el receptor, por lo que desde este punto se debe reflejar lo que engloba el número de cada publicación, es lo más importante, debido a que atrapa al lector e incentiva a la lectura de ésta.

Se busca marcar una diferencia que destaque de las demás publicaciones culturales, por lo que más allá de utilizar una imagen, se pretende hacer uso de materiales y texturas tanto visuales como táctiles, obteniendo sensaciones, efectos ópticos e innovación al impreso; dando la oportunidad de que el lector pueda apreciar las texturas en los soportes de los números que serán publicados, dichos materiales pueden ser papel, cartulina, plástico, textiles, entre otros, de modo que el soporte de la portada de **gú!** variará en cada número, esto de acuerdo al artículo principal del ejemplar.

Se pensaron en los posibles elementos que integrarían los exteriores de la revista, entre los que se consideraron: en primer lugar el cabezal, imágenes, titulares de portada, precio, fecha y banderas; con el fin de proporcionar información al lector acerca del contenido.

En lo que concierne a las imágenes, se pretendía el uso de la fotografía, pero las propuestas transmitían seriedad y formalidad, por tal motivo, fue descartada esa opción, puesto que el objetivo es el de romper con esos conceptos, que destacan la mayoría de las revistas culturales en la ciudad de Puebla. (Imagen 314 y 315)

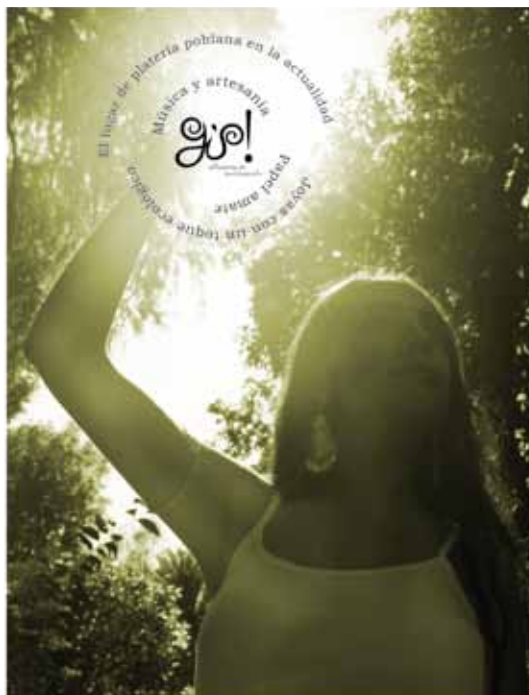


IMAGEN 314.

Propuesta de forros con fotografías en duotono. Los elementos que conforman esta propuesta son: marca, titulares de portada, número de publicación y banderas.

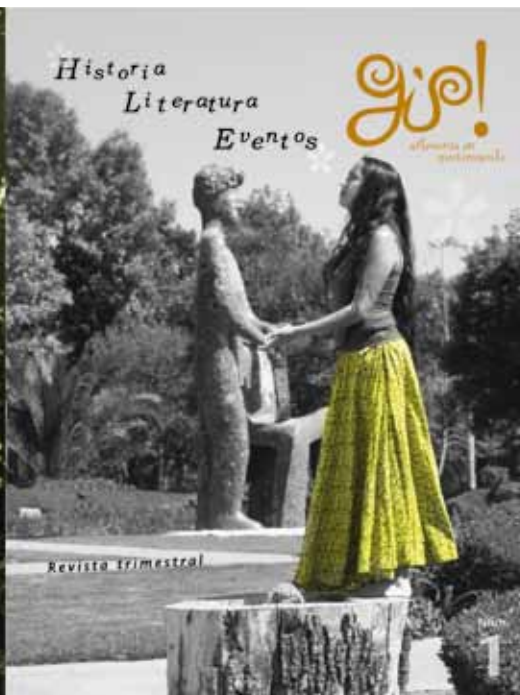


IMAGEN 315.

En esta propuesta se pretendió una forma en la cual tuvieran leves inclinaciones, sin embargo, no era funcional, ya que acortaba el tiempo de vida de la revista, afectando la calidad de esta.



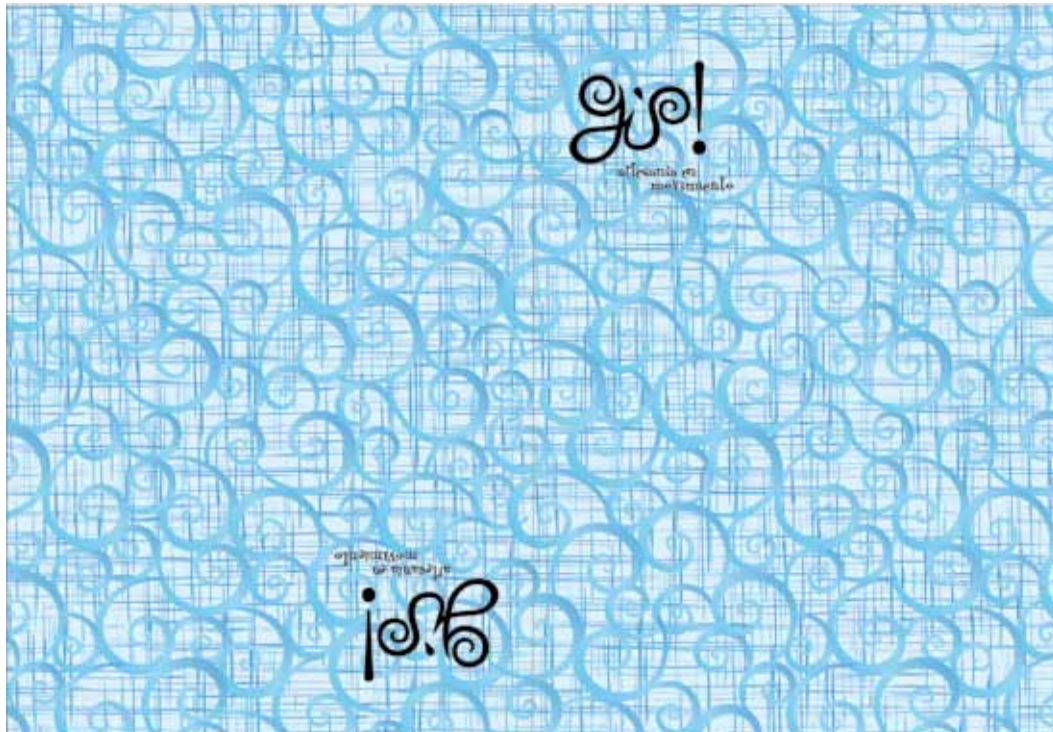
Por lo cual, se tomó en cuenta el artículo principal de éste número *“El lugar de la platería poblana en la actualidad”* para decidir el tipo de imagen y el sustrato que se utilizarán en los forros.

De esta manera se eligió el soporte: **cartulina Cholo Arcoíris de 12 p**, dado que semeja el color brillante que posee la platería, el sustrato presenta un efecto óptico tornasol, permitiendo una variedad de colores, lo cual favorecerá en la reproducción de los forros externos, ya que se utilizará únicamente una tinta.

Por lo tanto, el diseño de exteriores será la combinación de formas abstractas y figurativas, representando de manera sencilla la alusión a las piezas artesanales que se muestran en dicho artículo; estas formas se complementan con el sustrato permitiendo un equilibrio en el color dado que la tinta a utilizar es negra. (Imagen 316 - 318)

IMAGEN 316.

En este boceto se empezó a reducir el número de tintas para la reproducción. Se observa que la portada y contraportada están en orientación contraria.



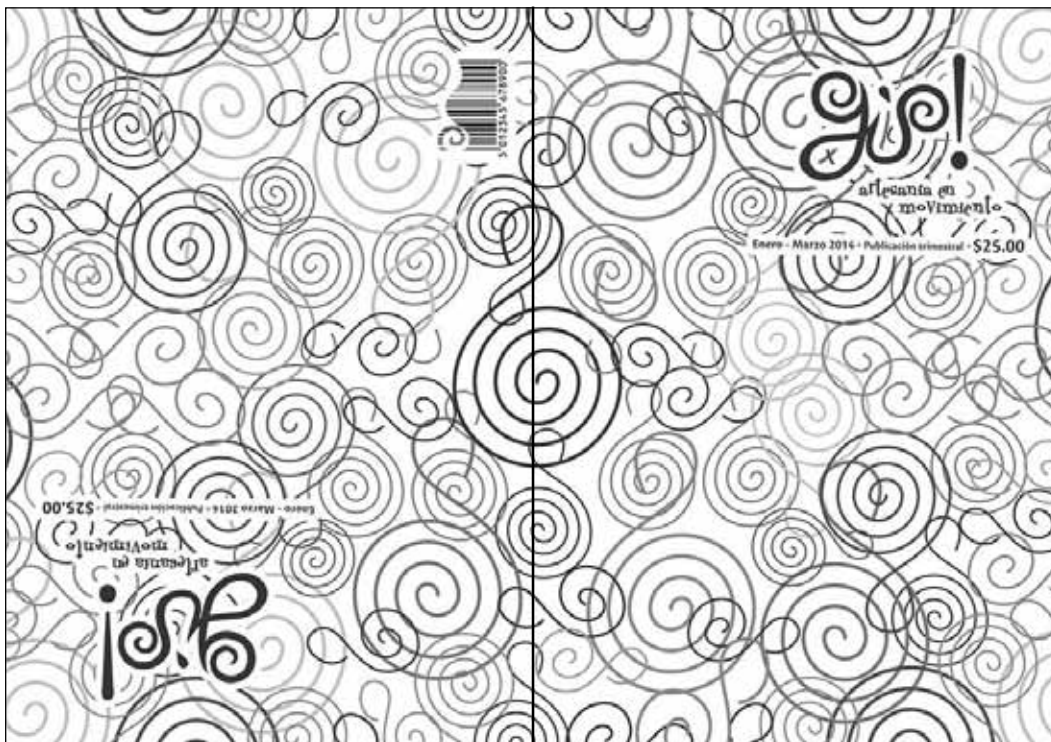
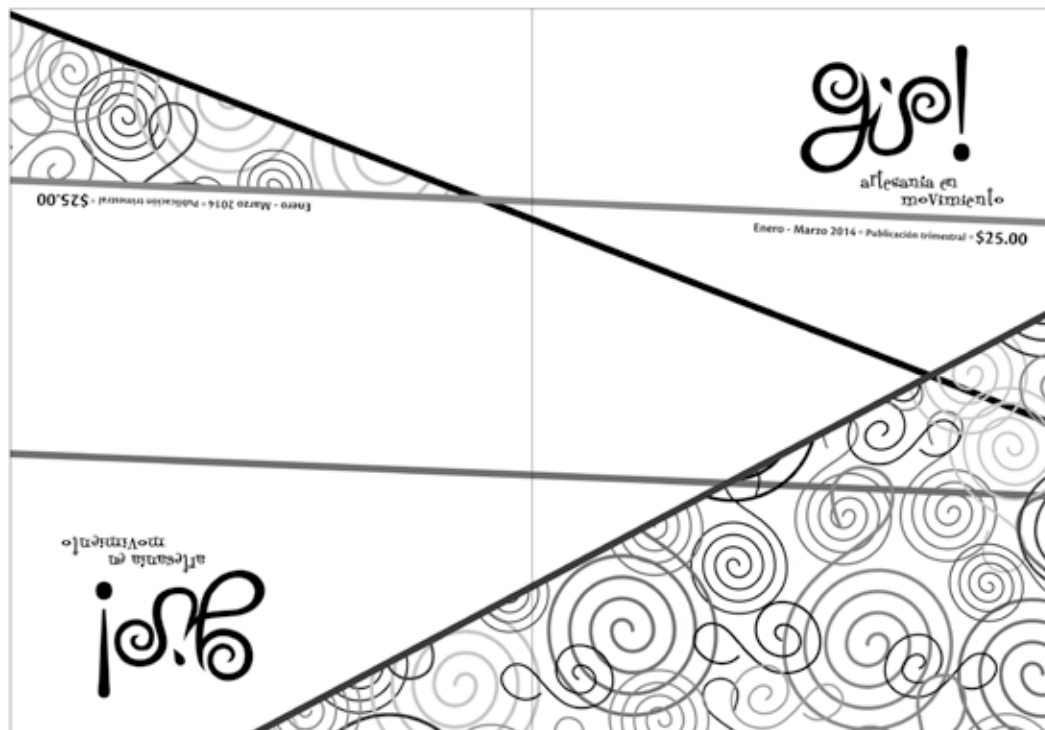


IMAGEN 317.

Propuesta para el primer ejemplar de guía donde se buscan lograr texturas visuales.

IMAGEN 318.

Propuesta final de forros externos donde se exhibe el cabezal, el periodo y el precio de la publicación. La reproducción es a 1 tinta en diferentes tonalidades.



❖ Capítulo IV

Desarrollo de la propuesta gráfica: Revista cultural en la ciudad de Puebla

Por lo que respecta a los forros internos se reproducirán en selección de color, puesto que serán otorgados para publicidad relacionada con la asociación de artesanos y/o patrocinadores de la revista. (Imagen 319)

Es importante mencionar que la publicación contará con dos orientaciones, se manejará una portada en contraposición de otra, teniendo como resultado dos portadas; aparte del cabezal, solamente se exhibirá la fecha, periodo de publicación y el costo de esta, teniendo como objetivo principal la atracción del lector, despertando su curiosidad y así invitándolo a descubrir el contenido de la revista.

Para terminar, se hará uso de una fajilla (37 cm x 4 cm) con el fin de dar un toque original y estético al impreso, dicha fajilla estará destinada para relucir la marca de los patrocinadores, el diseño del cabezal y el logotipo de la asociación. (Imagen 320 y 321)

IMAGEN 319.

Los forros internos se reproducirán en selección de color. Los carteles que se presentan a continuación son proporcionados por el grupo de artesanos.





IMAGEN 320.

Propuesta de fajilla, utilizando la gama cromática de los interiores de la revista.



IMAGEN 321.

Diseño final de la fajilla.

En esta se simula un código de barras para las publicaciones posteriores, ya que la revista se encuentra en proceso de registro. Las radiaciones se encuentran en escala de grises para que resalte la marca del patrocinador, el cabezal de gü! y el logotipo de la asociación.

4.1 CONCLUSIÓN GENERAL

En la conclusión de la presente tesis se abordarán puntos en los que se presentan las experiencias y conocimientos adquiridos a lo largo de la investigación, donde se menciona la importancia del diseño editorial dentro de una publicación impresa como medio de comunicación.

De acuerdo con el objetivo general:

El uso de nuevos materiales, formas y formatos hacen que el lector se sienta atraído por la publicación de corte cultural, influyendo en la adquisición de la misma. Lo cual fue percibido durante el proceso de análisis de revistas culturales nacionales, internacionales y locales, donde se dio la tarea de examinar las características negativas y positivas de una publicación, para contemplar algunas innovaciones del ámbito editorial con el fin de mejorar el diseño editorial de la revista cultural a realizar, ya que se tiene como problema principal que algunas revistas no establecen un diseño visual dentro del diseño editorial, por lo consiguiente no se favorece la decisión de compra del lector.

Después se desarrolló un proceso donde se comenzó a recopilar información sobre los orígenes y evolución del diseño editorial, las partes que conforman la revista y alternativas para la reproducción de la misma, posteriormente se pasó por el proceso de análisis donde se compararon estilos de representación de publicaciones contemporáneas, dado que las revistas juegan un papel muy importante para la propagación de información, por lo que se tuvo la inquietud de seguir incursionando nuevas alternativas para profundizar y evolucionar en el campo editorial.

Antes de llegar a la propuesta gráfica, en el proceso de experimentación e investigación de campo tuvimos la oportunidad de conocer y relacionarnos con una asociación de artesanos **“Artesanía en movimiento”**, quienes tenían en mente desarrollar una revista propia de corte cultural, en la que se pueda plasmar y dignificar la riqueza de su trabajo, fomentar la cultura, arte, tradiciones y lenguas de los pueblos indígenas en nuestro país, de la misma manera promover los derechos humanos, equidad de género, y protección del medio ambiente.

Esto favoreció al desarrollo del proyecto ya que la información proporcionada se vinculó entre la asociación y la publicación, plasmando en ésta sus objetivos, su trabajo artesanal formaría parte de su identidad.

Durante el bocetaje desconocíamos el proceso que había detrás de la producción de una revista, como los escritores, corrector de estilo, impresores, entre otros; sin embargo nos involucramos en estas áreas. Por lo que se tuvo que buscar información e involucrarse en todo este proceso en conjunto con apoyo de la asociación, la cual nos facilitó el contenido y tomas fotográficas.

En cuanto a la decisión del contenido pueden encontrarse las experiencias que han forjado a cada uno de los integrantes de **“Artesanía en movimiento”**, tradiciones o costumbres de la ciudad de Puebla, y compartir como se elaboran algunas de sus piezas artesanales; dentro de las experiencias más destacables fue la oportunidad de convivir con algunos artesanos y relacionarnos con sus necesidades para que posteriormente pudiéramos representarlas en la propuesta gráfica.

Durante el proceso de experimentación con sustratos y formatos nos percatamos de que no es necesario elevar demasiado el costo de producción para realizar una revista atractiva y que cubra las necesidades del cliente.

Es donde se puede comprobar y destacar la importancia editorial dentro de una revista y que el diseñador cuente con suficiente información para tener un juicio más amplio a la hora de elaborarla y generar nuevas propuestas.

Sumando todo lo anterior, se puede decir que todo diseño se basa en la metodología, esto con el fin de facilitar el proceso, agregando que el diseñador debe tener criterio para observar, analizar, elegir y sobre todo dar a conocer el resultado logrado en el cual esté satisfecho, demostrando así la funcional de éste, aprendiendo cada vez más en cada proyecto y teniendo diferentes propuestas que sobresalgan de las anteriores en las diversas áreas.

BOCETOS DE CABEZAL
DE LA REVISTA GÚ!



1ER. PLIEGO FRENTE DE LA REVISTA GÚ!

Índice

DeGülate
El lugar de la platería poblana en la actualidad

TursteARTE
Artes y Artesanía

EnteARTE
Artes

ARTmanos
Joyas con un toque ecológico

DeGülate
El lugar de la platería poblana en la actualidad

TursteARTE
Artes y Artesanía

EnteARTE
Artes

ARTmanos
Joyas con un toque ecológico

DeGülate
El lugar de la platería poblana en la actualidad

TursteARTE
Artes y Artesanía

EnteARTE
Artes

ARTmanos
Joyas con un toque ecológico

El lugar de la platería poblana en la actualidad

The place of Puebla's silver in the present

La platería es uno de los elementos que forman parte de nuestra identidad mexicana. Debido a que el arte que se ha desarrollado en Puebla durante la época colonial, misma donde se reunieron todas las artes para crear la bella ciudad que hoy tenemos.

Asimismo es uno de los elementos que forman parte de nuestra identidad mexicana. Debido a que el arte que se ha desarrollado en Puebla durante la época colonial, misma donde se reunieron todas las artes para crear la bella ciudad que hoy tenemos.



1ER. PLIEGO VUELTA DE LA REVISTA GÚ!



El primer volumen de la revista cultural que tiene como objetivo difundir las producciones artísticas de la zona de Puebla. En esta primera entrega se presentan los trabajos de los artistas locales, así como los de los artistas que residen en Puebla. El primer volumen de la revista cultural que tiene como objetivo difundir las producciones artísticas de la zona de Puebla. En esta primera entrega se presentan los trabajos de los artistas locales, así como los de los artistas que residen en Puebla.

El primer volumen de la revista cultural que tiene como objetivo difundir las producciones artísticas de la zona de Puebla. En esta primera entrega se presentan los trabajos de los artistas locales, así como los de los artistas que residen en Puebla. El primer volumen de la revista cultural que tiene como objetivo difundir las producciones artísticas de la zona de Puebla. En esta primera entrega se presentan los trabajos de los artistas locales, así como los de los artistas que residen en Puebla.



Carta Editorial
Editorial letter

El primer volumen de la revista cultural que tiene como objetivo difundir las producciones artísticas de la zona de Puebla. En esta primera entrega se presentan los trabajos de los artistas locales, así como los de los artistas que residen en Puebla. El primer volumen de la revista cultural que tiene como objetivo difundir las producciones artísticas de la zona de Puebla. En esta primera entrega se presentan los trabajos de los artistas locales, así como los de los artistas que residen en Puebla.

El primer volumen de la revista cultural que tiene como objetivo difundir las producciones artísticas de la zona de Puebla. En esta primera entrega se presentan los trabajos de los artistas locales, así como los de los artistas que residen en Puebla. El primer volumen de la revista cultural que tiene como objetivo difundir las producciones artísticas de la zona de Puebla. En esta primera entrega se presentan los trabajos de los artistas locales, así como los de los artistas que residen en Puebla.



El primer volumen de la revista cultural que tiene como objetivo difundir las producciones artísticas de la zona de Puebla. En esta primera entrega se presentan los trabajos de los artistas locales, así como los de los artistas que residen en Puebla. El primer volumen de la revista cultural que tiene como objetivo difundir las producciones artísticas de la zona de Puebla. En esta primera entrega se presentan los trabajos de los artistas locales, así como los de los artistas que residen en Puebla.



A lo largo del siglo XVII, el barroco se manifestó con toda su fuerza en Puebla. Es por ello que la plaza de esa época se distinguía por su monumentalidad, atributo de la arquitectura barroca que se extendió a la ciudad durante esa época.

Throughout the eighteenth century, Baroque was manifested in full force in Puebla. It is for this reason that the square of that time is distinguished by its monumental quality, a quality that was extended to the city during that time.



El primer volumen de la revista cultural que tiene como objetivo difundir las producciones artísticas de la zona de Puebla. En esta primera entrega se presentan los trabajos de los artistas locales, así como los de los artistas que residen en Puebla. El primer volumen de la revista cultural que tiene como objetivo difundir las producciones artísticas de la zona de Puebla. En esta primera entrega se presentan los trabajos de los artistas locales, así como los de los artistas que residen en Puebla.



El primer volumen de la revista cultural que tiene como objetivo difundir las producciones artísticas de la zona de Puebla. En esta primera entrega se presentan los trabajos de los artistas locales, así como los de los artistas que residen en Puebla. El primer volumen de la revista cultural que tiene como objetivo difundir las producciones artísticas de la zona de Puebla. En esta primera entrega se presentan los trabajos de los artistas locales, así como los de los artistas que residen en Puebla.

El primer volumen de la revista cultural que tiene como objetivo difundir las producciones artísticas de la zona de Puebla. En esta primera entrega se presentan los trabajos de los artistas locales, así como los de los artistas que residen en Puebla. El primer volumen de la revista cultural que tiene como objetivo difundir las producciones artísticas de la zona de Puebla. En esta primera entrega se presentan los trabajos de los artistas locales, así como los de los artistas que residen en Puebla.



ZDO. PLIEGO FRENTE DE LA REVISTA GÚ!



After several years of working in...
 The artist's work is a blend of...
 This work is a tribute to the...
 The artist's work is a blend of...
 This work is a tribute to the...



The Piedad Cathedral says in...
 However the alterations in Piedad...
 The alterations look like...
 The Piedad Cathedral says in...
 However the alterations in Piedad...
 The alterations look like...



The artist's work is a blend of...
 This work is a tribute to the...
 The artist's work is a blend of...
 This work is a tribute to the...



una buena manera de reciclar
 a good way to recycle



ARTFORMAS

ARTFORMAS

ZDO. PLIEGO VUELTA DE LA REVISTA GÚ!



18

De fracturas, arpeggios y joyería
a Freud, Paz y Tarkovskiy

19

18

joyas con un toque ecológico

Jewels with a ecology touch



18

19

18

19

18



18

19

18

19

18



18

3ER. PLIEGO FRENTE DE LA REVISTA GÚ!



12

ENTARTE

Si el papel amarró los sobrevivientes en San Pablo, se pensó en los otros países. Los sobrevivientes, los que se quedaron para crear figuras de papel ("paper figures"), representados en dibujos que se ven en "The Paper Figures" y en una parte del mundo de San Pablo, donde se crearon figuras de papel de los sobrevivientes de la Tierra. Las figuras de papel se crearon con "Paper Figures" y en una parte del mundo de San Pablo, donde se crearon figuras de papel de los sobrevivientes de la Tierra. Las figuras de papel se crearon con "Paper Figures" y en una parte del mundo de San Pablo, donde se crearon figuras de papel de los sobrevivientes de la Tierra.

6



13

TURSDAY

Si el papel amarró los sobrevivientes en San Pablo, se pensó en los otros países. Los sobrevivientes, los que se quedaron para crear figuras de papel ("paper figures"), representados en dibujos que se ven en "The Paper Figures" y en una parte del mundo de San Pablo, donde se crearon figuras de papel de los sobrevivientes de la Tierra. Las figuras de papel se crearon con "Paper Figures" y en una parte del mundo de San Pablo, donde se crearon figuras de papel de los sobrevivientes de la Tierra.



12

ENTARTE

Si el papel amarró los sobrevivientes en San Pablo, se pensó en los otros países. Los sobrevivientes, los que se quedaron para crear figuras de papel ("paper figures"), representados en dibujos que se ven en "The Paper Figures" y en una parte del mundo de San Pablo, donde se crearon figuras de papel de los sobrevivientes de la Tierra. Las figuras de papel se crearon con "Paper Figures" y en una parte del mundo de San Pablo, donde se crearon figuras de papel de los sobrevivientes de la Tierra.

6



13

TURSDAY

Si el papel amarró los sobrevivientes en San Pablo, se pensó en los otros países. Los sobrevivientes, los que se quedaron para crear figuras de papel ("paper figures"), representados en dibujos que se ven en "The Paper Figures" y en una parte del mundo de San Pablo, donde se crearon figuras de papel de los sobrevivientes de la Tierra. Las figuras de papel se crearon con "Paper Figures" y en una parte del mundo de San Pablo, donde se crearon figuras de papel de los sobrevivientes de la Tierra.



12

ENTARTE

Si el papel amarró los sobrevivientes en San Pablo, se pensó en los otros países. Los sobrevivientes, los que se quedaron para crear figuras de papel ("paper figures"), representados en dibujos que se ven en "The Paper Figures" y en una parte del mundo de San Pablo, donde se crearon figuras de papel de los sobrevivientes de la Tierra. Las figuras de papel se crearon con "Paper Figures" y en una parte del mundo de San Pablo, donde se crearon figuras de papel de los sobrevivientes de la Tierra.

6



13

TURSDAY

Si el papel amarró los sobrevivientes en San Pablo, se pensó en los otros países. Los sobrevivientes, los que se quedaron para crear figuras de papel ("paper figures"), representados en dibujos que se ven en "The Paper Figures" y en una parte del mundo de San Pablo, donde se crearon figuras de papel de los sobrevivientes de la Tierra. Las figuras de papel se crearon con "Paper Figures" y en una parte del mundo de San Pablo, donde se crearon figuras de papel de los sobrevivientes de la Tierra.

3ER. PLIEGO VUELTA DE LA REVISTA GÚ!

11

The process employed in the production of this journal is a complex one, involving the use of traditional paper-making techniques. The paper is made from a mixture of wood pulp and water, which is then processed through a series of steps to create a high-quality product. This process is not only time-consuming but also requires a high level of skill and expertise. The result is a paper that is both durable and aesthetically pleasing, making it an ideal choice for the production of this journal.



10

Amate
Amate paper

Amate is a traditional paper made from the inner bark of the Amate tree (Ficus religiosa). It is known for its unique texture and is often used for bookbinding and the production of traditional Mexican art. The paper is made by hand and is a testament to the skill and craftsmanship of the Amate people.

El proceso de fabricación de este tipo de papel es un arte que se ha transmitido de generación en generación. Se utiliza la corteza interna del árbol de Amate, que se trata y se moldea para crear un papel de alta calidad. Este proceso es un ejemplo de la sabiduría y el conocimiento que se ha acumulado a lo largo de los siglos.

The process for producing it is a labor of love, with a mixture of time and effort, finally resulting in a paper of the highest quality and value.



14

The importance of his craft lies in the originality, because it reflected their musical passion!

This is a statement that speaks to the heart of the matter. It is not just about the music itself, but about the passion and creativity that goes into it. The originality of the music is what makes it special and what sets it apart from the rest. It is a reflection of the artist's unique voice and their desire to express themselves through their music.

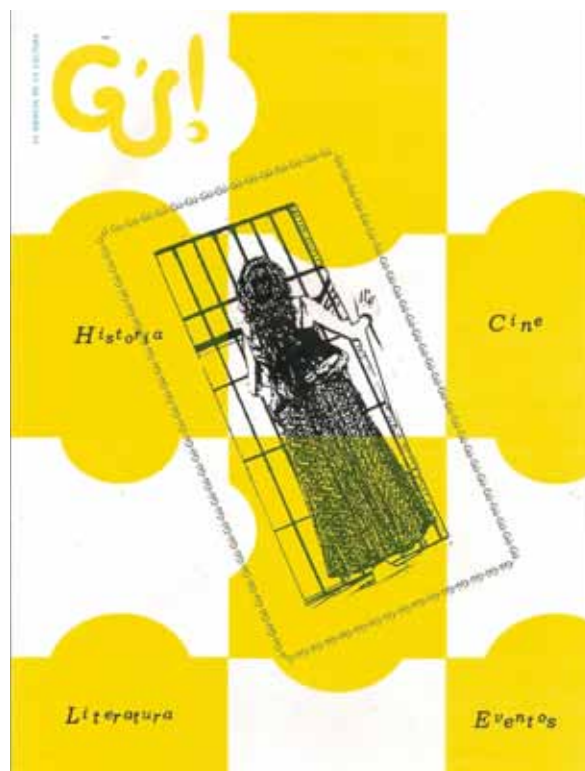
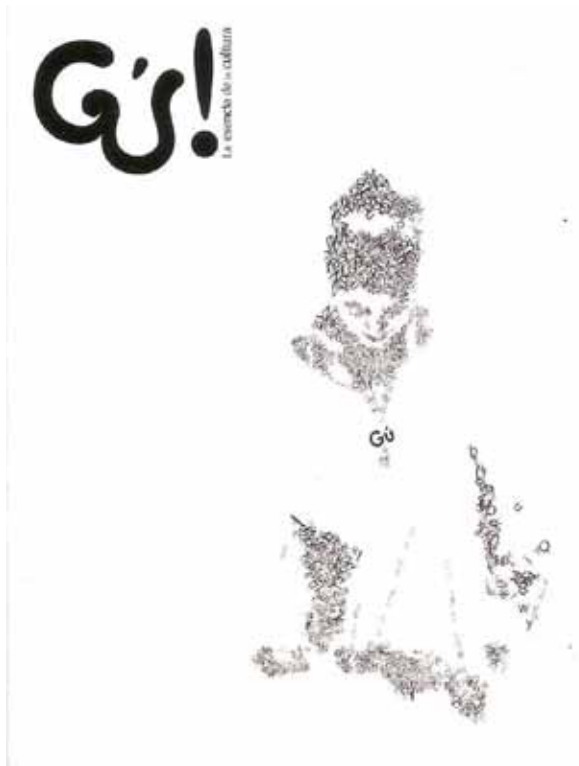
15

MUSICA Y Artesania
Music and Crafts

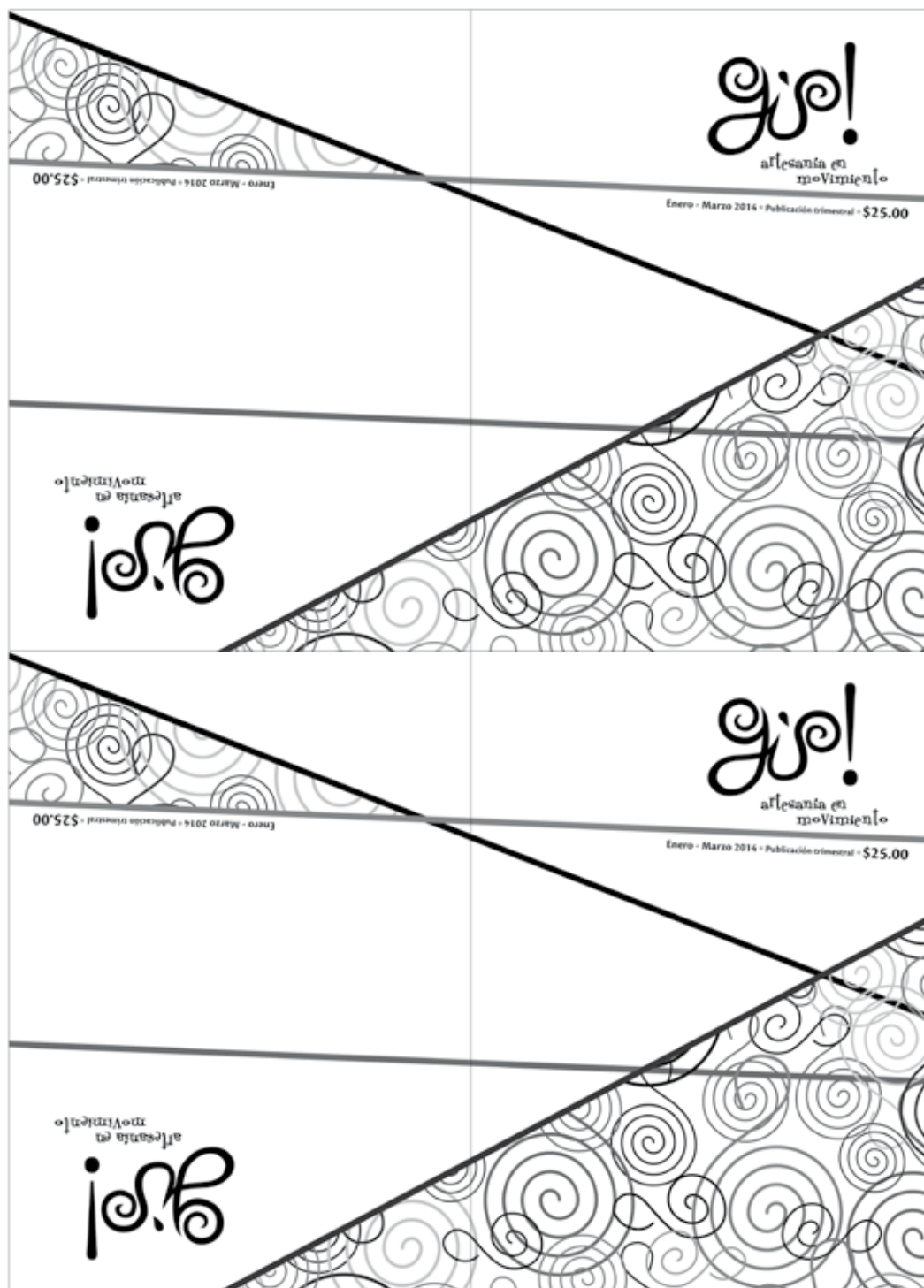
Amate paper is a traditional paper made from the inner bark of the Amate tree (Ficus religiosa). It is known for its unique texture and is often used for bookbinding and the production of traditional Mexican art. The paper is made by hand and is a testament to the skill and craftsmanship of the Amate people.

TURKISHART

BOCETOS DE PORTADA DE LA REVISTA GÚ!



PLIEGO FRENTE DE PORTADA DE LA REVISTA GÚ!



PLIEGO VUELTA DE PORTADA DE LA REVISTA GÚ!

3ª FERIA MANOS ABIERTAS

EL TIANGUIS
2, 3 y 4 de abril / venta de artesanías
jardines junto al lago

MIERCOLES DE CULTURA
Presentación del grupo **Wichedy Brodure**
Música electro peruanoamericana
3 de abril / 2-4:55 hrs.
jardines junto al lago

TALLER DE TELAR PREHISPÁNICO
Jueves 4 de abril
Salón 10022 / 13 x 17 hrs.
Costo de recuperación \$50

IBERO | 30 años | 30 años Cultura | Puebla | Gobierno Municipal | 30 años

3ª FERIA MANOS ABIERTAS

EL TIANGUIS
2, 3 y 4 de abril / venta de artesanías
jardines junto al lago

MIERCOLES DE CULTURA
Presentación del grupo **Wichedy Brodure**
Música electro peruanoamericana
3 de abril / 2-4:55 hrs.
jardines junto al lago

TALLER DE TELAR PREHISPÁNICO
Jueves 4 de abril
Salón 10022 / 13 x 17 hrs.
Costo de recuperación \$50

IBERO | 30 años | 30 años Cultura | Puebla | Gobierno Municipal | 30 años

16 al 24 de marzo
desde 10:00 am

Lugar: El portón de San Agustín
Restaurante 5 sur 506
Col. Centro

MEXICO HECHO EN

En este evento podrás admirar el gran talento de los artesanos, además de poder degustar platillos mexicanos.

- librería ecologuero • bisutería
- artesanía • tejidos / podaltes
- artesanía en cuero • joyería
- artesanía • bordado en listón
- botones en marcarne • arte hui-
- chol • figurina en papel • tejidos
- cervechita • grabados • librerías
- velas • café de olla y más.

1ra EXPO VENTA ARTESANAL

IBERO | 30 años | 30 años Cultura | Puebla | Gobierno Municipal | 30 años

16 al 24 de marzo
desde 10:00 am

Lugar: El portón de San Agustín
Restaurante 5 sur 506
Col. Centro

MEXICO HECHO EN

En este evento podrás admirar el gran talento de los artesanos, además de poder degustar platillos mexicanos.

- librería ecologuero • bisutería
- artesanía en cuero • joyería
- artesanía • bordado en listón
- botones en marcarne • arte hui-
- chol • figurina en papel • tejidos
- cervechita • grabados • librerías
- velas • café de olla y más.

1ra EXPO VENTA ARTESANAL

IBERO | 30 años | 30 años Cultura | Puebla | Gobierno Municipal | 30 años

Acabado: Tratamiento superficial, posterior a la impresión, que dota al impreso de mayor resistencia física y química, al tiempo que optimiza su presentación en términos de brillo y calidad. *(Puertas, César, (sf), [En línea])*

Altura x: La altura de las letras minúsculas que ocupan la línea central o línea base, excluyendo las ascendentes y descendentes. *(T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 401)*

Autoedición (Desktop publishing): La introducción de programas de software de maquetación y de los ordenadores personales en 1985 cambió para siempre la naturaleza del diseño editorial. *(Zappaterra, Yolanda, 2008, p. 198)*

Bandera / alineación a derecha o izquierda (Ragged / ranged right / left): La alineación de un texto en la página impresa. Si se alinea por la derecha, se dice que el texto es en bandera por la izquierda y viceversa. *(Zappaterra, Yolanda, 2008, p. 198)*

Barniz: Laca o cobertura plástica líquida, incolora o tintada, que se aplica sobre un material impreso para darle un efecto de brillo, satinado o mate. Se utiliza como una capa final de tinta, tras la impresión. *(Ambrose, Gavin y Harris, Paul, 2007, p. 161)*

Barniz UV (UV Varnish): Barniz de alto brillo. *(Zappaterra, Yolanda, 2008, p. 198)*

Bitono: Reproducción en dos colores de un original monocromo. *(Ambrose, Gavin y Harris, Paul, 2007, p. 161)*

Botamanga: f. Parte de la manga que está más cerca de la muñeca, y especialmente por lo interior o el forro. *(Wordreference.com, 2012, [En línea])*

Caja alta (Upper case): Letras mayúsculas. *(Zappaterra, Yolanda, 2008, p. 198)*

Caja baja (Lower case): Letras minúsculas. *(Zappaterra, Yolanda, 2008, p. 198)*

Cintillo o titulillo (Running – head, running – title): Rótulo de una publicación que se repite en todas las páginas, generalmente (no siempre) en la parte superior. *(Zappaterra, Yolanda, 2008, p. 198)*

Columnas: Son alineaciones verticales de tipografía que crean divisiones horizontales entre los márgenes. Puede haber un número cualquiera de columnas; a veces, todas tienen la misma anchura y, a veces, tienen anchuras diferentes en función de su forma específica. *(Samara, Timothy, 2002, p. 25)*

Composición: Resultado visual general obtenido con la disposición de figuras o formas en un marco de referencia, con el uso consiente de una estructura formal (o sin ella), semiformal o informal. (*FUNDAMENTOS DE DISEÑO, 2008, [En línea]*)

CMYK: Cian, magenta, amarillo y negro. Acrónimo de los términos anglosajones Cyan, Magenta, Yellow y Key, los componentes sustractivos del proceso de impresión a cuatro colores. Con el término Key (en inglés literalmente “clave” representado por la letra “k”) se designa al negro, el color básico a partir del cual se alinean los demás en el proceso de impresión. (*Zappaterra, Yolanda, 2008, p. 198*)

Cuadratín: En tipografía, el cuadratín es un símbolo impreso con forma de cuadrado con el mismo ancho y alto que el cuerpo al que se refiere: un cuadratín del 12 es un cuadrado de 12 puntos de lado. Por extensión, se llama también cuadratín al espacio blanco que mide lo mismo que un cuadratín.

Estas son las definiciones clásicas y permiten la existencia de espacios en blanco no flexibles conocidos como “medio cuadratín” y “cuarto de cuadratín”, que se usaban como medida para separar elementos tipográficos de forma irrompible. (*Fonostra, (sf), [En línea]*)

Cuerpo de texto (Body copy): Elemento o bloque principal de una pieza de texto editorial (en oposición al titular, la entradilla o los pies de ilustración). (*Zappaterra, Yolanda, 2008, p. 198*)

Desplegable: Hoja de papel que se dobla y se encuaderna en una publicación de modo que se pueda abrir y así adquirir una dimensión mucho mayor a la de la publicación que la contiene. (*Ambrose, Gavin y Harris, Paul, 2007, p. 161*)

Diagramación (Make – up): Término equivalente al de maquetación para designar el proceso de composición de una página de una publicación. (*Zappaterra, Yolanda, 2008, p. 198*)

Diseño experimental: es un diseño de investigación con grupos de intervención y de control creados a través de un proceso aleatorio. (*Glosario, (sf), [En línea]*)

Doble página (Spread): El conjunto que forman dos páginas contiguas, par e impar, de una publicación. (*Zappaterra, Yolanda, 2008, p. 198*)

Dumio (o maqueta en blanco) (Dummy): Las páginas de una revista en la fase de planificación empleadas para comprobar cuál será el aspecto final aproximado del producto. Antes del lanzamiento o durante un rediseño, una revista o un periódico pueden producir infinidad de borradores como un método para probar nuevas ideas o ajustes. (*Zappaterra, Yolanda, 2008, p. 198*)

Encuadernación: Cualquiera de los diversos procesos para unir las páginas o secciones de una publicación de modo que compongan un libro, revista, folleto o cualquier otro formato mediante grapas, alambre, cola u otros medios. *(Ambrose, Gavin y Harris, Paul, 2007, p. 161)*

Encuadernación a caballete (Saddle – stitching): Método de encuadernación mediante en el que se unen las hojas impresas de una publicación (normalmente no más de 64 páginas) formando cuadernillos que se grapán en el lomo formado por el pliegue central. *(Zappaterra, Yolanda, 2008, p. 198)*

Encuadernación, tornillos de: Piezas utilizadas en el método de encuadernación Purdue con tapas duras para fijar la portada y contraportada a las páginas. *(Ambrose, Gavin y Harris, Paul, 2007, p. 161)*

Encuadernación en acordeón: Una cubierta con forma de z que se utiliza para unir publicaciones separadas o dos partes de una misma publicación. *(Ambrose, Gavin y Harris, Paul, 2007, p. 161)*

Entradilla (Sell, stand – firrs, slug line, sub – deck): Bloque de texto que acompaña al titular y lo expande, proporciona más información sobre el artículo e introduce de esta manera a los lectores en el mismo. *(Zappaterra, Yolanda, 2008, p. 199)*

Escala de grises: Una imagen que contiene sombras de gris así como blanco y negro. *(Ambrose, Gavin y Harris, Paul, 2007, p. 161)*

Eslogan (o lema) (Tag – line, strap, strapline): Línea de texto corta y pegadiza que suele figurar en la portada y concentra el mensaje y el tono de la publicación. *(Zappaterra, Yolanda, 2008, p. 199)*

Faja: Banda impresa que envuelve una publicación, típicamente usada en revistas. *(Ambrose, Gavin y Harris, Paul, 2007, p. 161)*

Foil: Un patrón caliente y una lámina de color se aprietan sobre el papel para crear una impresión. *(Withham, Scott, 2008, p. 184)*

Folio: Un número de página. Se imprimen los folios en cada página como indica el diseñador en los archivos finales. *(NOBIC, 2012, [En línea])*

Formato: Tamaño de una publicación (libro, revista, etc.) definido por sus dimensiones y por su posición (formato francés, italiano, áureo, etc.) *(T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 406)*

Fotomecánica o Cámara de proceso.- El equipo usado para la transferencia fotomecánica (PMT) es denominado a veces “stat camera”. Es una herramienta de especialista usada principalmente para reproducir, ampliar o reducir con resolución muy elevada. Es útil para las diversas fases de preparación del arte final. Hay materiales disponibles y productos químicos para trabajar en blanco y negro, negativo, color de tono continuo y film. Los positivos de película de serigrafía, conocidas como plantillas fotográficas, también pueden confeccionarse con la cámara PMT. *(Dood, Eugenie y Gordon Maggie, 1994, p. 141)*

Funda de cubierta o sobrecubierta: Una cubierta suelta para proteger las tapas de una encuadernación en tapa dura o cartoné. *(Ambrose, Gavin y Harris, Paul, 2007, p. 161)*

Gramaje: El término “gramaje” se utiliza para designar la densidad de un material, generalmente papel, medida en cantidad de gramos que pesa un metro cuadrado.

Para aumentar el gramaje, la pulpa con la que se fabrica el papel debe tener más densidad, lo que encarece la producción. El gramaje influye en el espesor del material. El papel de oficina corriente, por ejemplo, suele tener un gramaje de 70 a 80 gramos por metro cuadrado. *(Fonostra, (sf), [En línea])*

Holografía: Uso de láser para solapar distintas imágenes grabadas en una película, y luego papel, para producir el efecto de una imagen tridimensional. *(Withham, Scott, 2008, p. 180)*

Impresión digital: La impresión digital es la reproducción de imágenes digitales sobre una superficie física, tales como el papel fotográfico corriente, película, tela, plástico, etc. *(Withham, Scott, 2008, p. 180)*

InDesign: Un completo programa de edición de escritorio para Windows y Macintosh de Adobe. Introducido en 1999, Adobe PageMaker InDesign superado, que había sido el estándar de facto en la industria de artes gráficas desde hace muchos años. En 2005, una versión de servidor de InDesign debutó con Adobe Creative Suite 2 (CS2) para la automatización de las tareas de publicación. Sin funciones de edición de usuario, la versión de servidor es compatible con JavaScript, AppleScript y VBScript programas en C + +. Herramientas de terceros permiten InDesign para trabajar con indios, asiáticos y otros no-letra alfabetos. *(PCMAG.COM., (sf), [En línea])*

Interlínea: Espacio en blanco entre las líneas o renglones de un texto. Espacio en blanco entre los renglones que favorece la legibilidad del texto. *(Puertas, César, (sf), p. 25)*

Inyección de tinta: Una impresora de chorro de tinta o impresora de inyección de tinta es la que utiliza la propulsión de gotas de tinta (tecnología ink jet) sobre un soporte sólido (papel o acetato) para obtener la copia de un documento.

La tinta suele encontrarse en estado líquido y llega al soporte por inyección térmica o por efecto piezoeléctrico. Suelen utilizar dos cabezales, uno con un cartucho de tinta negra y otro con tres depósitos de tinta de color diverso, normalmente, cyan, magenta y amarillo; son impresoras CMYK (acrónimo de Cyan, Magenta, Yellow, black). Cada punto se imprime combinando los distintos colores en la cantidad adecuada, lo que permite una gran precisión. Si se utiliza un papel apropiado, se pueden obtener copias con calidad fotográfica. *(Fonostra, (sf), [En línea])*

Kerning (compensar): Reducir el espacio entre las letras. Se usa como término general para aproximar el espacio entre las letras y producir un efecto óptico más agradable. *(T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 408)*

Legibilidad: El grado de visibilidad que hace que los impresos se puedan leer fácil y rápidamente. *(T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 408)*

Lenticular: Los gráficos lenticulares son imágenes que se imprimen o se laminan sobre un plástico transparente que contiene miles de lentes cóncavas a lo largo de la lámina lenticular. Estas lentes permiten que solo ciertas imágenes se vean en ciertos ángulos lo que nos da como resultado divertidos efectos como: metamorfosis de una imagen a otra, cambio de una imagen a otra, tercera dimensión y pequeñas animaciones. *(JTRG Publicidad, (sf), [En línea])*

Ligadura de carácter: En tipografía, caracteres formados por la unión de dos o más caracteres simples, que se escriben ligados por razones de tradición estética. Son una señal de buena composición. En alfabetos latinos, ligaduras tradicionales son la ff, ffi (que no se reproducen aquí). En alfabetos como el arábigo, donde la escritura es casi toda ligada, las ligaduras son muy numerosas y complejas. *(Fonostra, (sf), [En línea])*

Línea base: Línea horizontal usada como referencia para la colocación de letras y símbolos. Las familias y tamaños de tipo de fotocomposición pueden mezclarse porque todas tienen una alineación común a la línea base. *(T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 408)*

Líneas de flujo: Son alineaciones que rompen el espacio dividiéndolo en bandas horizontales. Estas líneas guían al ojo a través del formato y pueden utilizarse para imponer paradas adicionales y crear puntos de inicio para el texto o las imágenes. *(Samara, Timothy, 2002, p. 25)*

Lomo: Canto opuesto al corte de frente en donde van unidos los pliegos, ya sea cosidos o pegados al forro del libro. *(T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 409)*

Marcadores: Son indicaciones de posición para texto subordinado o repetido a lo largo del documento como los folios explicativos, los títulos de sección, los números de página o cualquier otro elemento que ocupe una única posición en una maqueta. *(Samara, Timothy, 2002, p. 25)*

Márgenes: Son los espacios negativos entre el borde del formato y el contenido, que rodean y definen la zona “viva” en la que pueden disponerse la tipografía y las imágenes. Las proporciones de los márgenes requieren una consideración profunda, ya que contribuyen a establecer la tensión general dentro de la composición. Los márgenes pueden utilizarse para dirigir la atención, pueden servir como espacio de descanso para el ojo, o bien pueden contener a determinada información secundaria. *(Samara, Timothy, 2002, p. 25)*

Mediotono: Un proceso empleado para reproducir una ilustración, que se separa en pequeños puntos de distintas densidades para crear toda una gama tonal. *(Witbbam, Scott., 2008, p. 180)*

Módulos: Son unidades individuales de espacio que están separados por intervalos regulares que, cuando se repiten en el formato de la página, crean columnas y filas. *(Samara, Timothy, 2002, p. 25)*

Monocromo o monocromático: Se llama monocromático (Monochromatic) o, simplemente, monocromo, a lo que tiene un único color en sus diversas intensidades. Por extensión, se llama monocroma o monocromática a una luz en la que predomina casi exclusivamente una única longitud de onda.

En informática, este término se aplica a un monitor que muestra las imágenes en un solo color: negro sobre blanco (de acuerdo con el modelo de las pantallas monocromas de los equipos Apple Macintosh) o ámbar o verde sobre negro (común en IBM y en otros monitores monocromos). El término se aplica también a los monitores que sólo muestran distintos niveles de gris. Se considera que los monitores monocromos de alta calidad son generalmente más nítidos y más legibles que los monitores de color con una resolución equivalente. *(Fonostra, (sf), [En línea])*

Negativo: Toda reproducción o copia de un original que presenta tonos invertidos respecto a los del original. Placa o película fotográfica que contiene la imagen invertida, obtenida mediante exposición, revelado y fijado de la capa fotosensible que recubre la placa o película. *(T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 410)*

Numerales: Números dentro de la fundición pueden ser alineados (modernos) y no extenderse más allá de la línea base (1 2 3 4 5 6 7 8 9 0), o al estilo antiguo (no alineados) y prolongarse por debajo o encima de la línea de base (1 2 3 4 5 6 7 8 9 0). (*T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 410*)

Offset: Impresión indirecta con formas planográficas metálicas, polimetálicas o de materiales plásticos y con planchas enrollables en relieve. La imagen entintada se transfiere de la placa a una lámina de caucho y posteriormente al papel. (*T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 410*)

Ornamentación: Término utilizado para designar los elementos o adornos decorativos tipográficos: orlas, filetes, viñetas, bigotes, etc. (*T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 411*)

PageMaker: Es un programa de maquetación de textos desarrollado por la firma Aldus y comprado posteriormente por Adobe. PageMaker fue, junto con los ordenadores Macintosh de Apple y las impresoras LaserWriter, el motor de la aparición de la autoedición en los años ochenta del siglo XX. (*Fonostra, (sf), [En línea]*)

Pantone: Es una marca de regleta u hojas de colores, utilizadas universalmente en las Artes Gráficas e Industria Textil. (*Artedínamico, 2011, [En línea]*)

Parámetros: Especificaciones ordenadas a la computadora en el programa y que regulan ciertos cálculos o ciertas operaciones lógicas. (*T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 411*)

Pica: Unidad de medida tipográfica del sistema inglés, equivalente a 12 puntos, basada en la pulgada inglesa (72 puntos, 6 picas, igual a una pulgada); en el sistema métrico decimal equivalente a 4.21 mm. En España, el múltiplo de punto es el cícero, que se emplea como unidad de medida tipográfica y mide 4.51 mm. (*T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 411*)

Pleca: Filete o raya delgada vertical, horizontal o diagonal; se utiliza para finales de capítulo, para separar las columnas de los periódicos, para guiar al lector, etc. (*T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 412*)

Proporción áurea: También llamada divina proporción o regla de oro. Proporción elegante y universal manifiesta en el crecimiento y el desarrollo natural y que es aplicable al diseño, y las artes gráficas, así como a otras artes. (*T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 412*)

Punto: Unidad de medida tipográfica que se utiliza para determinar el tamaño de los caracteres, las plecas, el material de espaciamento, etc.; 12 puntos hacen una pica o un cícero. El punto como unidad de medida del grosor de la cartulina equivalente a 1/1000 de pulgada. (*T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 412*)

QuarkXPress: QuarkXPress es un software de la compañía también llamado Quark. Quark es un software de diseño de página. Esto significa que es un procesador de textos con una gran cantidad de herramientas especiales para dar al escritor un gran control sobre cómo el texto y el arte se coloca en un documento. (*AF WORK, (sf), [En línea]*)

Rebasada (o): Se usa con referencia a una ilustración que sobresale de la caja y rebasa las orillas de la página. Imprimir sin margen o hasta el corte de la página. (*T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 412*)

Remate: El rasgo transversal al final del rasgo principal en los caracteres tipográficos. (*T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 412*)

RGB: Rojo, verde y azul: los tres colores primarios usados en pantalla para generar un espectro completo de color. (*Withbam, Scott, 2008, p. 180*)

Retícula (grid): En algunas aplicaciones, una retícula (grid, en inglés) es un patrón definido por o para el usuario, formado de líneas verticales y horizontales equidistantes, en las que los elementos (como guías, reglas, tipografía, cajas, etc.) pueden ser bloqueados.

La retícula proporciona mayor exactitud de posicionamiento a los elementos que forman un documento. (*Fonostra, (sf), [En línea]*)

Revista: Se designa con el término de revista a aquella publicación impresa, editada de manera periódica, generalmente, semanal, quincenal o mensual y que junto a los diarios y otras publicaciones de características similares componen lo que se denomina como medios gráficos.

Aunque preeminentemente el concepto de revista responde al formato mencionado, el auge de las nuevas tecnologías como Internet ha provocado que la mayoría de las revistas más importantes del mundo, hoy en día, también tengan su versión digital que por supuesto nada tiene que ver con su concepción de origen, o incluso muchas revistas de la actualidad y de relativa historia han nacido directamente gracias a la Internet. (*Florencia, (sf), [En línea]*)

Sangre: El término usado para referirse a un elemento impreso más allá del borde guillotinado de la página, lo que permite que la imagen, guía o tipografía se extienda hasta el borde mismo de la página. (*Withbam, Scott, 2008, p. 180*)

Sans serif: Tipos sin remate o empastamientos; dicese de los tipos de palo seco. (*T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 413*)

Separación de color: Proceso que se realiza en la pre prensa y que sirve para separar la imagen en sus respectivos colores CMYK, permitiendo así la correcta impresión. (*Artedinamico, 2011, [En línea]*)

Serigrafía: Es un método de impresión de ase artesana en la que la tinta es empujada hacia el papel a través de una fina trama de nylon recubierta con una imagen estarcida. Las plantillas sencillas se pueden recortar manualmente en papel. Las plantillas fotográficas son para los más atrevidos (ver Fotomecánica o Cámara de proceso). Este tipo de impresión es ideal para obras únicas o tiradas cortas, y para experimentación. Usa tinta opaca y permite imprimir con un color sobre otro, de forma que se puede imprimir colores claros sobre fondos oscuros. Puede usarse con buen resultado para imprimir una amplia gama de superficies planas, paredes, paneles de exposición y camisetas, por ejemplo. (*Dood, Eugenie y Gordon Maggie, 1994, p. 141*)

Target: Es la población a la cual voy a dirigir la campaña, por ser estos quienes consumirán el producto o el servicio. (*Artedinamico, 2011, [En línea]*)

Texto: Composición tipográfica principal de una página, a diferencia de las notas, las ilustraciones, los márgenes, etc. Nombre genérico de cualesquiera de los tipos góticos. (*T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 415*)

Tinta: La tinta es un fluido de mayor o menor viscosidad y opacidad que se usa para imprimir o escribir mensajes e imágenes.

Todas las tintas contienen dos componentes básicos: un pigmento, o tinte, llamado colorante, y un aglutinante, el líquido en el que se dispersa el pigmento.

Los tipos de tinta más comunes son los de escribir, de dibujar, de imprenta y las tintas invisibles. Muchas tintas sólo se diferencian de las pinturas en el uso a que están destinadas. La composición y color de la tinta es muy variable. Así, las tintas para litografía artística son muy viscosas y espesas, mientras que las tinta para dibujo a pluma o para grabado mediante huecograbado son bastante fluidas y líquidas. Algunas, como las tintas de serigrafía son opacas como la pintura, pero la mayoría son semitransparentes al aplicarse. (*Fonostra, (sf), [En línea]*)

Tipografía: Proceso de composición con tipos móviles y de impresión con formas en relieve y de materiales rígidos. (*T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 415*)

Tirada: Total de ejemplares impresos para determinada edición de libros, revistas, periódicos, semanarios, etc. Se utiliza también tiraje, así como tiro. (*T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 415*)

Troquelado: El troquelado es un proceso que se aplica sobre los productos impresos que requieren formas irregulares como cortes, grabados y perforados especiales. El troquelado se consigue gracias a la presión uniforme de unos troqueles hechos con láminas de acero sobre un soporte de madera.

Los troquelados tienen muchas aplicaciones y contribuyen a crear presentaciones tridimensionales o bidimensionales en piezas gráficas con efectos originales y creativos. (*Fonostra, (sf), [En línea]*)

Unidad: Medida arbitraria que se utiliza en fotocomposición para medir el ancho de los caracteres, normalmente 18 unidades por eme del tamaño del tipo. Unidad impresora, cuerpo impresor (de una rotativa o prensa de imprimir); cada uno de los elementos impresores de las máquinas de imprimir dos o más colores. (*T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell, 1990, p. 415*)

Vectorial: Se llama “vectorial” a un tipo de gráfico que se utiliza en programas de diseño y que está formado por líneas y curvas definidas por objetos matemáticos, llamados vectores. Los gráficos vectoriales pueden escalarse a cualquier tamaño sin que pierdan sus atributos ni su nitidez, ya que no dependen de la resolución, como les ocurre a los mapas de bits.

Los vectoriales son los gráficos ideales para diseñar imágenes que variarán de tamaño y de técnica de impresión, como los logotipos. (*Fonostra, (sf), [En línea]*)

Xilografía (Xylography, Woodblock printmaking): Impresión en altorrelieve realizada con tipos, motivos o dibujos grabados en de madera. Es una de las formas más antiguas de impresión. La grabación de las planchas se suele hacer a mano con instrumentos como gubias o buriles. Eso deja unas marcas y un acabado muy característico de la xilografía. La aparente tosquedad e ingenuidad de ese acabado es el origen de un estilo de ilustración digital, que surge de una recreación de este acabado. Una técnica artística muy similar es el linograbado, que en lugar de madera usa linóleo, más fácil de trabajar y más barato. (*Fonostra, (sf), [En línea]*)

Zonas espaciales: Son grupos de módulos que, en su conjunto, forman campos claramente identificables. Puede asignarse un papel específico a cada campo para mostrar información; por ejemplo, un campo alargado horizontal puede reservarse para imágenes, y el campo situado debajo de éste puede reservarse para una serie de columnas de texto. (*Samara, Timothy, 2002, p. 25*)

BIBLIOGRÁFICAS

- (Sin autor). (1988). *Atlas Cultural de México: Gastronomía*. Grupo editorial: Planeta. Secretaría de Educación Pública.
- (Sin autor). (1999). *Conoce tu Centro Histórico. Puebla: "Patrimonio de la Humanidad"*. Consejo del Centro Histórico de la Ciudad.
- (Sin autor). (1995). *Puebla: Monografía estatal*. Edición Experimental. Dirección de contenidos y métodos educativos de la dirección general de evaluación educativa.
- (Sin autor). (2008). *Guía Puebla, Atlixco, Cholula*. México: Ediciones L'ANXANETA.
- Ambrose, Gavin y Harris, Paul. (2007). *Impresión y acabados*. Barcelona, España: Parramón.
- Blanchard, Gérard. (1990). *La letra*. (2da. Edición) Perú: ceac.
- Brackwell, Lewis. (1993). *Tipografía del siglo XXI remix*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Dood, Eugenie y Gordon, Maggie. (1994). *Tipografía decorativa*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Fernández, Silvia y Bonsipie, Gui. (2008). *Historia del diseño en América Latina y el caribe*. México: Blücher.
- Foges, Chris. (2002). *Diseño de revistas*. México: Mc. Graw-Hill Interamericana.
- Frutiger, Adrián. (2005). *El libro de la tipografía*. Wiesbaden: Gustavo Gili.
- Götz, Veruschka. (2002). *Reticulas para Internet y otros soportes digitales*. Barcelona, España: Index Books.
- Leslie, Jeremy. (2000). *Nuevo diseño de revistas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Leslie, Jeremy y Laurence, King Publishing Ltd. (2003). *Nuevo diseño de revistas 2*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Philip B. Meggs. (1998). *Historia del diseño gráfico*. México: Mc. Graw-Hill Interamericana.
- Ryan, Hembre. (2008). *El diseñador gráfico: entender el diseño gráfico y la comunicación visual*. Barcelona: Blume.
- Samara, Timothy. (2002). *Diseñar con y sin retícula*. [Versión castellana Dávila Mela 2004]. Barcelona: Gustavo Gili.
- Satué, Enric. (1988). *El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid, España: Alianza editorial.

Stacey, King. (2001). *Diseño De Revistas: Pasos para conseguir el mejor diseño*. México: Gustavo Gili.

Swann, Alan. (1990). *Como diseñar retículas*. Barcelona: Gustavo Gili.

T. Turnbull, Arthur y N. Baird, Russell. (1990). *Comunicación Gráfica: Tipografía, Diagramación, Diseño, Producción*. (2da. Edición) México: Trillas. (reimp. 2003).

Willi, Kunz. (2003). *Tipografía: Macro y microestética*. Barcelona: Gustavo Gili.

Witham, Scott. (2008). *Acabados de impresión y edición de soportes y formatos para promociones*. Star Standard Industries (Pte.) Ltd. Singapur.

Zappaterra, Yolanda. (2008). *Diseño editorial: Periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili.

ELECTRÓNICAS

AF WORK. *¿Qué es QuarkXPress e Indesign (también software de diseño de la página)*. Disponible en: http://www.allfreelancework.com/indesign.php?usg=ALkJr-hj-7UKjyKsAy1Y9G_XTKLlJVOMLjg
Consultado en abril 20, 2012.

Águilar, Perez y Cruz, Covarrubia. (2009). *FOMENTO DE LA LECTURA: El Consumo Editorial. Hábito de lectura en los estudiantes del CUCEA-UdG*. Disponible en: http://www.chubut.edu.ar/descargas/secundaria/congreso/FOMENTOLECTURA/R1416_Aguilar.pdf
Consultado en septiembre 21, 2011.

Aidibeth. *Historia del libro*. Disponible en: <http://www.slideshare.net/aidibeth/xilografia-y-calcografia>.
Consultado en julio 17, 2011.

Álvarez Juárez, Dalia. *Introducción a la tipografía*. Disponible en: http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/introduccion_tipografia.pdf
Consultado en septiembre 08, 2011.

ALBAX. *Estampación metálica*. Disponible en: <http://www.albaxmadrid.com/estampacion-metalica/>
Consultado en agosto 28, 2011.

Argote, Ignacio. (Julio, 2003). Disponible en: <http://personal.telefonica.terra.es/web/tallergrabado/estampacion.htm>
Consultado en agosto 28, 2011.

Artedynamico. (2011). Disponible en: http://www.artedynamico.com/portal/sitio/resultado_búsqueda_diccionario.php?a=pantone&Submit=Buscar

Consultado en abril 20, 2012.

Artedynamico. (2011). Disponible en: http://www.artedynamico.com/portal/sitio/resultado_búsqueda_diccionario.php?a=separaci%F3n+de+color&Submit=Buscar

Consultado en abril 20, 2012.

Artedynamico. (2011). Disponible en: http://www.artedynamico.com/portal/sitio/resultado_búsqueda_diccionario.php?a=target&Submit=Buscar

Consultado en abril 20, 2012.

Blog Graphic-iti. Anatomía de la Tipografía. Disponible en: <http://www.graphic-iti.com/anatomia-de-la-tipografia/>

Consultado en octubre 18, 2011.

Centro Virtual Cervantes. Primeros diseños. Disponible en: http://cvx.cervantes.es/actcult/vrojo/sobre_rojo/primeros.htm

Consultado en julio 25, 2011.

Cifuentes, Erika. (Marzo, 2009). Tipos de diseño editorial en la historia. Disponible en: <http://designeditorial.wordpress.com/2009/03/24/tipos-de-diseno-editorial-en-la-historia/#more-94>

Consultado en julio 04, 2011.

Condé Nast México y Latinoamérica. ¿Quiénes somos? Disponible en: <http://condenast.com.mx/qsomos.php>

Consultado en octubre 28, 2011.

Cortés, José Manuel. (2008). 17 centímetros. Disponible en: http://www.17centimetros.com/?page_id=45

Consultado en octubre 25, 2011.

Dávila Gutiérrez, Joel. (Julio – Diciembre 2000). El estudio de la literatura regional poblana (1945 – 1995).

Disponible en: <http://www.esritos.buap.mx/escri22/joeldavila.pdf>

Consultado en marzo 28, 2012.

Diseño Gráfico. (2004). Técnicas de impresión. Disponible en: <http://www.atikoestudio.com/disenador/grafico/impresion/impresion%20en%20relieve/index.htm>

Consultado en mayo 05, 2011.

Diseño gráfico en México. Disponible en: <http://www.slideshare.net/jcarreto/diseo-grfico-en-mxico>

Consultado en julio 09, 2011.

El Rincón de Edy. (2012). *Dulces Típicos de Puebla*. Disponible en: <http://www.edy.com.mx/2011/03/dulces-tipicos-de-puebla/>
Consultado en abril 29, 2012.

Florencia. *Definición de Revista*. Disponible en: <http://www.definicionabc.com/comunicacion/revista-2.php>
Consultado en abril 20, 2012.

Fotonostra. *Diccionario de fotografía y diseño, letra C*. Disponible en: <http://www.fotonostra.com/glosario/cuadratinsquare.htm>
Consultado en abril 02, 2012.

Fotonostra. *Diccionario de fotografía y diseño, letra G*. Disponible en: <http://www.fotonostra.com/glosario/gramaje.htm>
Consultado en abril 02, 2012.

Fotonostra. *Diccionario de fotografía y diseño, letra I*. Disponible en: <http://www.fotonostra.com/glosario/inyeccion.htm>
Consultado en abril 02, 2012.

Fotonostra. *Diccionario de fotografía y diseño, letra L*. Disponible en: <http://www.fotonostra.com/glosario/ligadura.htm>
Consultado en abril 02, 2012.

Fotonostra. *Diccionario de fotografía y diseño, letra M*. Disponible en: <http://www.fotonostra.com/glosario/monocromo.htm>
Consultado en abril 02, 2012.

Fotonostra. *Diccionario de fotografía y diseño, letra P*. Disponible en: <http://www.fotonostra.com/glosario/pagemaker.htm>
Consultado en abril 02, 2012.

Fotonostra. *Diccionario de fotografía y diseño, letra R*. Disponible en: <http://www.fotonostra.com/glosario/reticulagrid.htm>
Consultado en abril 02, 2012.

Fotonostra. *Diccionario de fotografía y diseño, letra T*. Disponible en: <http://www.fotonostra.com/glosario/tinta.htm>
Consultado en abril 02, 2012.

Fotonostra. *Diccionario de fotografía y diseño, letra T*. Disponible en: <http://www.fotonostra.com/glosario/troquelado.htm>
Consultado en abril 02, 2012.

Fotonostra. *Diccionario de fotografía y diseño, letra V*. Disponible en: <http://www.fotonostra.com/glosario/vectorial.htm>
Consultado en abril 02, 2012.

Fotonostra. *Diccionario de fotografía y diseño, letra X*. Disponible en: <http://www.fotonostra.com/glosario/xilografia.htm>
Consultado en abril 02, 2012.

FUNDAMENTOS DE DISEÑO. (Julio, 2008). *Glosario técnico*. Disponible en: <http://fundamentosdediseno.blogspot.mx/2008/07/glosario-tnico.html>
Consultado en abril 02, 2012.

Gaytán, Alcalá, Felipe (Diciembre, 2010). *Lo contingente de la palabra: Imprenta y Opinión Pública en el México Independiente (1820-1824)*. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=34215492003&iCveNum=15492>
Consultado en julio 06, 2011.

Glosario. Disponible en: http://www.cdc.gov/spanish/niosh/training/silicosis/pdfs/Chile_Rice_IntroEff_Course_Glossary_Spanish_in_alphaorder.pdf
Consultado en abril 02, 2012.

Grupo Expansión. (2006). *Elle*. Disponible en: <http://mk.exp.mx/index.php?id=2>
Consultado en octubre 11, 2011.

Grupo Expansión. (2006). *Quien*. Disponible en: <http://mk.exp.mx/index.php?id=11>
Consultado en septiembre 27, 2011.

Grupo Expansión. (2006). *Quo*. Disponible en: <http://mk.exp.mx/index.php?id=12>
Consultado en octubre 09, 2011.

Grupo MAÑAS. (2006). Acabados post-impresión. Disponible en:
<http://www.grupomanas.com/acabados-especiales.htm>
 Consultado en agosto 28, 2011.

Gupost S. A. (2011). Hendidos. Disponible en:
<http://www.gupostonline.com/soluciones-graficas-impresion-online/hendidos.aspx>
 Consultado en mayo 05, 2011.

Iasa comunicación. (2010). ¿Quiénes somos? Disponible en:
<http://www.iasanet.com.mx/>
 Consultado en octubre 28, 2011.

INGRAF. Industria Gráfica. Disponible en:
<http://www.imprentaingraf.com.ar/inicio.php?ctral=detalle&seccion=14>
 Consultado en agosto 28, 2011.

JT RG Publicidad. Disponible en: <http://xxtrg.com/>
 Consultado en abril 20 abril, 2012.

Masda Argentina. (2006). ¿QUÉ ES EL HOT STAMPING Y PARA QUE SIRVE? Disponible en: <http://www.masda.com.ar/queeselhotstamping.html>
 Consultado en mayo 05, 2011.

MFG.COM. Moldeo por inmersión. Disponible en:
<http://www.mfg.com/sp/categorias/17786.jsp>
 Consultado en agosto 28, 2011.

Millán, José Antonio. (1999). Edición 4. Disponible en:
http://jamillan.com/v_edicion4.htm
 Consultado en septiembre 10, 2011.

Morriscamorris. Medidas del papel. Disponible en:
<http://www.slideshare.net/morriscamorris/medidas-de-papel>
 Consultado en agosto 28, 2011.

NeoPIXEL: Revista de Diseño y Artes Creativas. (Agosto, 2009). Retículas, sección aurea y composición. Disponible en:
<http://neopixel.com.mx/articulos-neopixel/articulos-diseno-grafico/335-seccion-aurea-composicion.html>
 Consultado en septiembre 06, 2011.

NOBIC. (Diciembre, 2012). Glosario de términos de diseño e impresión. Disponible en: <http://nobic.com.mx/blog/archives/273>
 Consultado en abril 05, 2012.

Parra, Sergio. (2011). ¿Cuál fue la primera editorial de la historia? Disponible en: <http://www.papelenblanco.com/metacritica/cual-fue-la-primera-editorial-de-la-historia>
 Consultado en agosto 18, 2011.

PCMAG.COM. Disponible en:
http://www.pcmag.com/encyclopedia_term/0,1233,t%3DInDesign%26i%3D60477,00.asp
 Consultado en abril 20, 2012.

Puertas, César. Diccionario de diseño gráfico. Disponible en:
www.xtec.net/~jmora224/jmora/s2c14/Glossari.doc
 Consultado en abril 20, 2012.

Rodríguez Sierra, Beatriz. (2009). La industria editorial en México: su evolución y participación en el desarrollo de colecciones de bibliotecas. (Tesis Doctoral Universidad Complutense de Madrid). Disponible en:
<http://eprints.ucm.es/9578/>
 Consultado en julio 06, 2011.

Rojas, David. (1996). Instituto Cultural "Raíces Mexicanas". Disponible en: <http://www.folklorico.com/danzas/danzas.html>
 Consultado en marzo 28, 2012.

Tamaños de papel. Internacional de tamaños de papel y formatos. Disponible en: <http://www.tamanosdepapel.com/>
 Consultado en agosto 27, 2011.

VISUALPLUS (Diciembre, 2010). Miguel Prieto, fundador del diseño en México. Entre la furia y la armonía. Disponible en: <http://visualplus-forteza.blogspot.com/2010/12/miguel-prieto-fundador-del-diseno-en.html>
 Consultado el julio 25, 2011.

Williamson, Jack H. La retícula: Historia, Uso y Significado. Disponible en:
<http://elrebilete.wordpress.com/2010/03/10/mi/>
 Consultado agosto 25, 2011.

Wordreference.com. (2012). Disponible en: <http://forum.wordreference.com/showthread.php?t=1866709>
Consultado en abril 20, 2012.

ICONOGRAFÍAS

(Sin autor). (2006). *FROM GUTENBERG TO OPENTYPE UK: The old Candlemakers West Street, Lewes, East Sussex.*

(Sin autor). (sf). Disponible en: <http://gdpsu.typepad.com/.a/6a00e55001740b88340120a8b879ea970b-450wi>
Consultado en agosto 10, 2012.

(Sin autor). (sf). Disponible en: <http://www.revelinnewyork.com/sites/default/files/wolfbazaar.jpg>
Consultado en agosto 10, 2012.

(Sin autor). (sf). *Alexey Brodovitch*. Disponible en: <http://www.iconofgraphics.com/Alexey-Brodovitch/>
Consultado en agosto 28, 2012.

A!. (sf). *No. 93*. Disponible en: http://www.a.com.mx/revista_anterior.php?id=11
Consultado en mayo 01, 2011.

Admiveypole (2011). *Principales procedimientos Fotográficos de Niépce a las Vanguardias*. Disponible en:
<http://admiveypole.blogspot.com>
Consultado en julio 05, 2011.

Aguirre Botella, Manuel. (2008). *Un mensaje para el caricaturista Paco Calderón*. Disponible en:
<http://www.mexicomaxico.org/zocalo/zocaloPC.htm>
Consultado en septiembre 04, 2011.

Alamaula. (2011). *Encapsulados de resina, domes, etiquetas resinadas, resinados, adhesi...* Disponible en:
<http://www.alamaula.ec/pichincha/otros-servicios/encapsulados-de-resina-domes-etiquetas-resinadas-resinados-adhesivos-gota-de-resina-pegatinas-de-resina-ymas/400404>
Consultado en julio 04, 2011.

Algarabía. (2011). *#92 editorial*. Disponible en: <http://algarabia.com/>
Consultado en julio 06, 2011.

Alcaraz. (2011). *Tutorial encuadernación japonesa. Tercera parte (Japanese bookbinding III)*. Disponible en:
http://somniaencolors.blogspot.com/2011/09/tutorial-encuadernacionjaponesa_03.html
Consultado en junio 03, 2011.

*Anatomía del tipo. (sf). Disponible en: [http://www.catedratecno1.com.ar/pdf-apuntes/Partes_de_la_letra\(apunte\).pdf](http://www.catedratecno1.com.ar/pdf-apuntes/Partes_de_la_letra(apunte).pdf)
Consultado en septiembre 10, 2011.*

*Archindepe. (2009). Encuadernación Americana. Disponible en: <http://fotocopias.net/tesis-doctorales.php>
Consultado en junio 10, 2011.*

*Arellano Mora, Hermanos. (2011). La revolución y la inacabada construcción del útero social. Disponible en:
http://codigotlatelolco.blogspot.mx/2011_11_01_archive.html
Consultado en mayo 01, 2012.*

*Arte y medios. (2006). Diseño Editorial. Disponible en: http://www.arteymedios.com.ar/disenio_editorial.html
Consultado en agosto 08, 2011.*

*Az, Educación y cultura. (2011). Revista AZ No.45 – Fomento a la lectura: ciudadanos y libros. Disponible en:
<http://www.educacionyculturaaz.com/revista-az/revista-az-no-45fomento-a-lalectura-ciudadanos-y-libros/>
Consultado en noviembre 05, 2011.*

*Bárbara Bach. (2011). Galleries/Covers. Disponible en: <http://www.barbara-bach.com/covers.html>
Consultado en octubre 29, 2011.*

*Biblioteca Anahuac Mayab. (2010). Dinero Inteligente Noviembre 2010. Disponible en: <http://serviciodealerta.blogspot.mx/2010/06/dinero-inteligente-noviembre-2009.html>
Consultado en noviembre 07, 2011.*

*Biblioteca Popular Bartolomé J. Ronco. (sf). Las primeras revistas azuleñas. Disponible en: <http://www.biblioteca-ronco.com.ar/index/articulo/id/40>
Consultado en julio 20, 2011.*

*Black Wolfette. (2011). Familias estilísticas de los tipos. Disponible en: <http://dialogos.pideundeseo.org/medios/familias-estilisticas-de-los-tipos>
Consultado en septiembre 10, 2011.*

*BlogGraphic. (2008). Picnic Magazine. Disponible en:
<http://blogallangraphic.wordpress.com/2008/09/10/picnic-magazine/>
Consultado en mayo 01, 2011.*

*Blogswow. (2006–2012). Christina Aguilera posa muy a lo Lady Gaga en 'Out'. Disponible en: <http://www.blogswow.com/2010/05/18/christina-aguilera-posa-muya-lo-ladygaga-en-%E2%80%98out%E2%80%99/>
Consultado en junio 06, 2011.*

Blogswow. (2006 - 2012). Gran maestro de la tipografía. Adrian Frutiger. Disponible en:

<http://miraquetipos.coloresladob.com/frutiger.htm>

Consultado en septiembre 13, 2011.

Body Grap. (2011). Body Wrap en la revista Entrepreneur. Disponible en:

<http://bodywrapmx.wordpress.com/2011/07/19/body-wrap-en-la-revistaentrepreneur/>

Consultado en noviembre 09, 2011.

Bolsalea (2011). Bolsas con barniz UV. Disponible en:

<http://www.bolsalea.com/blog/2010/12/bolsas-con-barniz-uv/>

Consultado en junio 08, 2011.

Cabrera Patiño, Manuel. (2010). Infografía y Diseño. Disponible en:

http://manuelcabrerapatino.blogspot.mx/2010_04_01_archive.html

Consultado en agosto 01, 2011.

Casa cenina. (2001). Honeysuckle Manor. Disponible en:

<http://www.casacenina.com/blackbird-designs/honeysuckle-manor.html>

Consultado en julio 06, 2011.

Centro Virtual Cervantes. (1997 - 2012). Primeros diseños. Disponible en:

http://cvc.cervantes.es/actcult/vrojo/sobre_rojo/primeros.htm

Consultado en julio 16, 2011.

Comercio digital. (sf). Epson Stylus D120 - impresora - color - chorro de tinta. Disponible en:

<http://www.solostocks.com/venta-productos/informatica/perifericos/impresora/epson-stylus-d120-impresora-color-chorro-de-tinta-3834254>

Consultado en julio 02, 2011.

Cuatro tipos. (2008). Metagráfico (1): El Extra Moda otoño-invierno o cómo diseñar una revista a 45 kilómetros de la redacción. Disponible en:

<http://cuatrotipos.wordpress.com/2008/11/11/metografic-1-el-extra-modaotono-invierno-o-como-disenar-una-revista-a-45-kilometros-de-la-redaccion/>

Consultado en agosto 01, 2011.

D'typos. (2011). D' anatomía de la letra. Disponible en:

<http://tyntha.wordpress.com/2011/08/23/danatomia-de-la-letra/>

Consultado en septiembre 04, 2011.

Daniel Jack. (2010). Newwork Magazine. Disponible en:

<http://danielsgraphyclife.blogspot.mx/2010/02/newwork-magazine.html>

Consultado en septiembre 16, 2011.

Dan Redding. (2009). The Beauty of London in Design. Disponible en:

<http://www.smashingmagazine.com/2009/11/06/the-beauty-of-london-in-design/>

Consultado en septiembre 13, 2011.

De la Rosa Mario. (2010). CNN Expansión. Disponible en:

<http://blogs.cnnexpansion.com/break-in-news/tag/angelica-fuentes/>

Consultado en noviembre 07, 2011.

DINCA (2009). Die neue pontoon typographie. Disponible en:

<http://dinca.org/die-neue-pontoon-typographie/1318.htm>

Consultado en noviembre 13, 2011.

Dipity. (sf). Trayectoria histórica del periodismo. Disponible en:

<http://www.dipity.com/PMF1234567890/LA-TRAYECTORIA-HISTORICA-DELPERIODISMO/>

Consultado en julio 19, 2011.

Dosparquets (sf). Pavimento laminado. Disponible en:

<http://www.dosparquets.com/html/laminado.html>

Consultado en julio 3, 2011.

Elle. (2011). Portadas Elle 2011. Disponible en:

<http://www.elle.es/revista-elle/portadas/2010>

Consultado en noviembre 07, 2011.

Elocubrando. (2010). El REGRESO III: Los rastros. Disponible en:

<http://vidamasalladelatierra.blogspot.mx/2010/07/el-regreso-capitulo-i-parte-ii.html>

Consultado en septiembre 08, 2011.

- El sobre de los blogs.* (2007). *Muy interesante se renueva.* Disponible en: <http://sobrecursos.com/2011/01/06/muy-interesante-serenueva/#comments>
Consultado en julio 06, 2011.
- El tiempo.* (sf). *EL TIEMPO. Con más importancia 1921 - 1930.* Disponible en: http://www.eltiempo.com/100/dk100/cronologia_centenario/ARTICULO-WEBPLANT_NOTA_INTERIOR_100-7671412.html
Consultado en julio 02, 2011.
- Escuela de capacitación docente.* (sf). *Representaciones cartográficas de América latina.* Disponible en: http://www.buenosaires.gov.ar/areas/educacion/cepa/galeria_cartografias/cartografia_mapagrande_9.php
Consultado en noviembre 12, 2011.
- Estampaciones Metálicas JOM* (sf). *Feria de Albacete 3 siglos.* Disponible en: <http://www.estampacionesjom.com/procesos-estampacion-metalica.php>
Consultado en junio 10, 2011.
- Felixe* (Julio, 2006). *La revista Mobo.* Disponible en: <http://trikinbueles.com/archivos/2006/07/18/la-revista-mobo/>
Consultado en mayo 01, 2011.
- Figueroa, Ricardo.* (2008). *Ricardo Figueroa.* Disponible en: <http://ricardofigue.blogspot.mx/>
Consultado en noviembre 05, 2011.
- Flexografía.com* (sf). *Elaboración de Diseños Flexográficos (Principios Básicos).* Disponible en: <http://flexografia.com/portal/modules.php?name=Content&pa=printpage&pid=66>
Consultado en julio 05, 2011.
- Foges, Chris.* (2002). *Diseño de Revistas.* México: Mc Graw Hill Interamericana. *For business design.* (2011). *Foil Business Cards.* Disponible en: <http://www.forbusinessdesign.net/foil-business-cards/>
Consultado en julio 04, 2011.
- Fotocopias.* (sf). *Encuadernación Americana.* Disponible en: <http://fotocopias.net/tesis-doctorales.php>
Consultado en junio 10, 2011.
- Galicia Espallada.* (sf). *ULTRAMAR. Revista mensual de cultura.* Disponible en: <http://www.depontevedra.es/?1,611,2,463>
Consultado en julio 21, 2011.
- Gialeimpresos.* (2011). *Artículos publicitarios.* Disponible en: <http://gialeimpresos.blogspot.com/>
Consultado en julio 04, 2011.
- Guil, Luis.* (2009). *Revista Milenio.* Disponible en: <http://hoyeslaverdad.blogspot.es/1248118348/>
Consultado en noviembre 06, 2011.
- Hamid, Lorena.* (sf). *Xilografías.* Disponible en: <http://www.lorenahamid.com.ar/xilos.htm>
Consultado en julio 05, 2011.
- Harper's bazaar.* (2012). *Jennifer aniston: the barbra streisand cover shoot.* Disponible en: <http://www.harpersbazaar.com/fashion/fashion-articles/jennifer-aniston-barbrastreisand-pictures-0910#slide-1>
Consultado en junio 08, 2011.
- Hernández, Selva.* (2008). *Seis composiciones con 131 tipos móviles.* Disponible en: <http://selvahernandez.blogspot.com/2008/10/seis-composiciones-con-131-tiposmviles.html>
Consultado en julio 05, 2011.
- High, Valley.* (2011). *Books Vintage Periodicals Fashion Design.* Disponible en: <http://highvalley.tumblr.com/page/3>
Consultado en septiembre 21, 2011.
- Hozven.* (2010). *Encuadernación Francesa - Tema: Texturas.* Disponible en: http://www.flickr.com/photos/maureen_hozven/4965356351/
Consultado en junio 06, 2011.
- Ingraf.* (2011). *Troquelado.* Disponible en: <http://www.imprentaingraf.com.ar/inicio.php?ctrl=detalle&seccion=14>
Consultado en junio 12, 2011.

Invitaciones Boda. (sf). *Invitaciones de Boda, sobres, papel, tarjetones, sellos, lacre, etc.* Disponible en: <http://www.invitaciones-boda.net/>
Consultado en julio 03, 2011.

Jellyfish. (2010). *Concurso Revista PICNIC.* Disponible en: <http://colectivojellyfish.blogspot.mx/2010/05/concurso-revista-picnic.html>
Consultado en julio 06, 2011.

Jeremy, Leslie. (2000). *Nuevo diseño de revistas.* Barcelona: Editorial G. Gili.

Kabul. (2006). *Fabricación de objetos de plástico.* Disponible en: <http://cmplasticos.blogspot.com/2009/02/fabricacion-de-objetos-deplastico.html>
Consultado en junio 10, 2011.

Kevin, Tachman. (2008). *TAG: GQ MEXICO - BACKSTAGE AT.* Disponible en: <http://backstageat.com/tag/gq-mexico/>
Consultado en noviembre 11, 2011.

Kiosko.net (2010). *Prensa de información general.* Disponible en: http://kiosko.net/mx/2010-04-24/np/mx_milenio.html
Consultado en noviembre 06, 2011.

Kute, Girl. (2011). *Cover to cover - Vintage spring.* Disponible en: <http://blog.kuteclothes.com/cover-to-cover-vintage-spring/>
Consultado en octubre 02, 2011.

Langarita. (2011). *Sección aurea.* Disponible en: <http://rt000z8y.eresmas.net/EI%20numero%20de%20oro.html>
Consultado en septiembre 12, 2011.

Leslie Jeremy, Laurence King Publishing Ltd. (2003). *Nuevo Diseño De Revistas 2.* Barcelona: Gustavo Gili.

Libros del Ayer. (2011). *Canto General de Pablo Neruda Ediciones Océano 1952.* Disponible en: <http://libros-delayer.blogspot.mx/>
Consultado en julio 18, 2011.

López Espinosa, José Antonio. (2000). *La primera revista médica de América.* Disponible en: http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol8_2_00/aci05200.htm
Consultado en julio 19, 2011.

Madonnatribe. (sf). *En la prensa.* Disponible en: <http://win.madonnatribe.com/espanol/modules.php?name=News&file=article&sid=600>
Consultado en mayo 01, 2011.

Mahesh. (2010). *History of adobe photoshop en Wordpress API.* Disponible en: <http://wordpressapi.com/2010/06/05/history-adobe-photoshop/>
Consultado en octubre 18, 2011.

Mercado libre. (2011). *Antiguas revistas Vanidades 1969, 1973.* Disponible en: http://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-9045573-antiguas-revistas-vanidades-1969-y-1973-_JM
Consultado en octubre 15, 2011.

Mercado libre. (2011). *Coraline Diario Pasta Dura Y La Puerta Secreta Jack.* Disponible en: http://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-69395244-coraline-diario-pasta-duray-la-puerta-secreta-jack-_JM
Consultado en junio 03, 2011.

Mercaempresas. (sf). *Carpeta beautone dossier broche poliéster.* Disponible en: http://www.mercaempresas.com/CARPETA_BEAUTONE_DOSSIER_BROCHE_POL_348610.html
Consultado en junio 08, 2011.

Mi tarjeta echa humo. (2011). *Elegir a la Tarjetera de Junio tiene premio.* Disponible en: <http://mitarjetaechahumo.blogspot.mx/2011/05/elegir-la-tarjetera-de-junio-tiene.html>
Consultado en junio 12, 2011.

Mora, Paco. (2010). *Feria de Albacete 3 siglos.* Disponible en: <http://feriadealbacete3siglos.blogspot.com/2010/08/fotografias-del-proceso-deestampacion.html>
Consultado en junio 10, 2011.

Moratalla, Amalio. (sf). *Reporteros del Fútbol*. Disponible en: <http://www.reporterosdefutbol.com/curiosidades-futbol/el-mundial-de-mexico-70/>
Consultado en enero 07, 2012.

"Multicolor". (sf). *Semanario Humorístico Ilustrado*. Disponible en: http://www.cialc.unam.mx/Revistas_literarias_y_culturales/PDF/Fichas/Multicolor.pdf
Consultado en julio 16, 2011.

Mytplast. (sf). *Cajetín con tapa y cierre con imán*. Disponible en: <http://www.mytplast.eu/productos/cajetin-con-tapa-y-cierre-con-iman.html>
Consultado en junio 08, 2011.

Nik. (2010). "Chicharito" Hernández para GQ México. Disponible en: <http://dechismes.com/video-de-javier-chicharito-herandez-para-gq-mexico/>
Consultado en noviembre 11, 2011.

Niko. (2010). *Prohibido no rayar*. Disponible en: <http://soytimido.blogspot.mx/2010/03/intervencion-de-la-portada-en-la.html>
Consultado en mayo 01, 2011.

Paperblanks. (2011). *Encuadernación del viejo y nuevo mundo*. Disponible en: http://www.paperblanks.com/es/es/news_updates/artists?id=174
Consultado en junio 10, 2011.

Paper blog. (2011). *Metagràfic Waiting for... The Last Story*. Disponible en: <http://es.paperblog.com/waiting-for-the-last-story-740301/>
Consultado en agosto 01, 2011.

Philip B. Meggs. (1991). *Historia del diseño gráfico en México*. México: Trillas. (reimp. 2000).

Philip B. Meggs. (1998). *Historia del diseño gráfico*. México: Mc Graw - Hill/Interamericana editores S.A de C.V.

Photographer. (2008). *Magdalena Frackowiak by David Roemer*. Disponible en: <http://pphotographyb.blogspot.mx/2012/01/magdalena-frackowiak-by-davidroemer.html>
Consultado en noviembre 09, 2011.

Pnd. (sf). *Cartón y microcanales*. Disponible en: <http://www.pnd.gov.ar/web/index.php?pag=134&btn=190>
Consultado en julio 11, 2011.

Promo folder. (sf). *Caja cartón*. Disponible en: <http://www.promofolderclub.com/es/blog/caja-carton/>
Consultado en julio 04, 2011.

Quo.es (2008). *Quo 2006*. Disponible en: http://www.quo.es/quo_revista/quo/2006
Consultado en noviembre 07, 2011.

Ramírez, Reniet (2012). *Mar y Sol*. Disponible en: <http://www.chespirito.org/chespirito/activa.htm>
Consultado en octubre 29, 2011.

Revista grandes empresarios. (sf). *Revista grandes empresarios*. Disponible en: http://grandesempresarios.com/revista_publicaciones.html
Consultado en julio 06, 2011.

Saknite. (2010). *Revista y sumario. Diseño de páginas y de sumario para la revista "Black Star"*. Disponible en: <http://saknitegraphics.blogspot.mx>
Consultado en septiembre 06, 2011.

Samara, Timothy. (2002). *Diseñar con y sin retícula. [Versión castellana Dávila Mela 2004]*. Barcelona: Gustavo Gili.

Sandrangel. *Historia del libro*. Disponible en: <http://pe-sandrangel.blogspot.com/2011c/04/la-xilografia-naipes.html>
Consultado en junio 04, 2011.

Sandro. *Miscelánea lus histórica*. Disponible en: <http://textoslegalesantiguos.blogspot.com/2011/04/el-documento-impre-so-masantiguo-del.html>
Consultado en junio 18, 2011.

Sepúlveda, Gerardo. (2010). *Retículas, sección aurea y composición*. Disponible en: <http://neopixel.com.mx/articulos-neopixel/articulos-diseno-grafico/335-seccionaurea-composicion.html>
Consultado en septiembre 08, 2011.

Seeto, Neill. (2010). Inouliable model army. Disponible en: <http://inouliablemodelarmy.blogspot.mx/2010/11/scavullos-cosmo-girl.html>
Consultado en septiembre 04, 2011.

Shanghai chenxi printing co., ltd. (sf). Encuadernación grapada. Disponible en: <http://www.cnprintingservice.es/4-4-saddle-stitch-binding-book.html>
Consultado en junio 10, 2011.

Sherry. (2008). Victoria Beckham on Vogue UK. Disponible en: <http://style.popcrunch.com/victoria-beckham-on-vogue-uk/>
Consultado en noviembre 09, 2011.

Soldaplastic. (2011). Tipos de cierre. Disponible en: <http://www.soldaplastic.com/accesorios/es/>
Consultado en junio 12, 2011.

Soto, Elisa. (2011). Sinopsis de la Imagen. Disponible en: <http://eliiss.wordpress.com/2011/02/11/un-mundo-de-colores/>
Consultado en junio 01, 2011.

Subaquatica (2006). The Duudleville Tales. Disponible en: <http://www.subaquatica.com/es/index.php/2006/03/page/2/>
Consultado en julio 03, 2011.

Tamaños de papel. (sf). Internacional de tamaños de papel y formatos. Disponible en: <http://www.tamanosdepapel.com/b-papel-tamanos.htm>
Consultado en septiembre 18, 2011.

Tank magazine. (sf). Tank magazine. Disponible en: <http://www.tankmagazine.com/>
Consultado en noviembre 18, 2011.

Templates Block. (2011). Cartón, papel, cuero. Disponible en: <http://cartonpapelcuero.blogspot.com/2011/02/mas-cuadernos-para-el-bolso.html>
Consultado en junio 10, 2011.

The digital revolution. (sf). The influence of digital media. Disponible en: http://www.foothill.edu/~kmanske/Postmodern_Design/The_Digital_Revolution.html
Consultado en noviembre 27, 2011.

Tincho. (2011). Funcionamiento de la impresora a rayo láser. Disponible en: <http://laweb-info.blogspot.com/2011/01/funcionamiento-de-la-impresora-rayo.html>
Consultado en junio 14, 2011.

Tom, Arab. (2008). History of DTP. Disponible en: <http://designer-info.com/publishing/general-publishing/history-of-dtp.html>
Consultado en octubre 17, 2011.

Turn Arthur T. (1990). Comunicación gráfica: Tipografía, diagramación, diseño, producción. 2da. Edición. México: Trillas. (reimp. 2003)

T&G Innovations. (2011). Macbook Pro. Disponible en: http://www.tyginnovations.mex.tl/87792_Ejemplos.html
Consultado en junio 8, 2011

UPV-EHU. (sf). Plegado para archivado sin fijación. Disponible en: http://www.vc.ehu.es/Dtecnico/tema01_09.htm
Consultado en julio 06, 2011.

Valenciano. (2009). Dos acordeones y una santa. Disponible en: <http://losjuevesencuadernacion.blogspot.com/2009/11/dos-acordeones-y-unasanta.html>
Consultado en junio 10, 2011.

Valenzuela J. (2010). Anatomía de la tipografía. Disponible en: <http://dgjvalenzuela.blogspot.mx/2010/09/anatomia-de-la-tipografia.html>
Consultado en septiembre 06, 2011.

Venenosos de siempre. (2011). Revista Eres 1997 "Enrique y Natalia, convertirte en el amor de su vida". Disponible en: <http://venenososdesiempre.piczo.com/?g=41469490>
Consultado en octubre 15, 2011.

HEMEROGRÁFICAS

Vilchis Esquivel, Luz del Carmen A. (2010). Historia del diseño gráfico en México. México D.F.

Witham, Scott. (2008). Acabados de impresión y edición de soportes y formatos para promociones. Star Standard Industries (Pte.) Ltd. Singapur.

Williamson, Jack H. (2010). La retícula. Historia, uso y significado. Disponible en: <http://elrebulete.wordpress.com/2010/03/10/mi/> Consultado en noviembre 15, 2011.

Xataka foto. (sf). Fujifilm quiere meter la impresión de fotos 3D en nuestras casas. Disponible en: <http://www.xatakafoto.com/fujifilm/fujifilm-quiere-meter-la-impresion-de-fotos-3den-nuestras-casas> Consultado en julio 03, 2011.

Zappaterra, Yolanda. (2008). Diseño editorial: Periódicos y revistas. Barcelona: Gustavo Gili.

Alejo, Jesús. (Enero 30, 2009). Gris panorama para la industria editorial. *Milenio*. párr.9. Secc. Cultural. México.

Guillén, Mauricio. (2006). Revista Ene o. (ensayo del diseño). México. N° 07. p. 28. México.

Malvido, Adriana. (Septiembre, 1989). La industria de la historieta mexicana o el floreciente negocio de las emociones en la Revistas Mexicana de Comunicación, México.

Martínez, Domingo. (2006). Dirección: revistas y dirección de arte en México. *Revista Ene o. (ensayo del diseño)*. México. N° 07. p. 16. México.

Quique. (2006). En el trono. *Revista Ene o (ensayo del diseño)*. México. N° 07. p. 55 México.

Takahashi, Hiroshi. (2002). Ahora sí, México está listo para Playboy. Sección: Finanzas. *El Universal*. Consultado en septiembre 19, 2011.