

páginafértil

Propuesta para la creación de un
sistema gráfico editorial
impreso (revista estudiantil)
para la Facultad de Arte de la ULA

www.bdigital.ula.ve

Montilla Delgado Glorilib Mariangel. **Autor**
C.I: V-15042877
Mérida-Julio 2007

agradecimientos

A mi maravillosa familia: **Yesnixie Tibusay Delgado**, te admiro, gracias a tu valor aún *estamos*, agradezco enormemente las huellas en el camino, eres sencillamente grandiosa, te amo. **Virginia Tibusay Montilla**, gracias por ser mi compañera de infancia, de vida, porque sin ti hoy no tendría anécdotas traviesas para contar, porque contigo sé que el rincón oculto es compartido, te amo.

A **Francisco José Montilla**, porque nos ayudaste a fortalecernos, porque es imposible recordarte cada vez que me miro al espejo, por los vacíos que dejaste incentivándome a llenarlos. Me hubiera encantado compartir más contigo. Te he extrañado.

A **Teodolinda Araujo**, gracias por llegar a nuestras vidas, por tu alegría, por tu calidez, por ser, bendiciones.

A Enrique Araujo, mi pequeño hermanito. Los amo.

A **Asdrúbal Cárdenas**, por nuestras buenas épocas... por nuestras malas épocas, gracias por estar aquí.

A mis hermanas del alma, compañeras de camino: **Angie Vergara, Gabriela Schenner, Anais Bastidas, Caroline Millán, Dayana Pérez, Anais Domínguez, Carla, Irelis Rodríguez, Andrea Jácome, Candela, Soledy Linares, Jackelin, Yudarkys**. Con el ayer, el hoy y el mañana en comunión, las amo.

A mis hermanos: **Frank García Vallenilla, John David Peña, Oscar García Cuentas, Freddy Calzadilla, Aquiles Escalona, Martín Barrios**.

A los tíos: Vicente, Domingo, Juan Pedro, Eliécer. A las tías: Yesneida y Mariangelina, especialmente a **Yecenia** y **Solanda**, porque forman parte de mi esencia, un abrazo siempre. A Lucía Jimena... todos mis primos, primas, primitos y primitas: hermanos (as) primeros (as), segundos (as), etc.

A la familia paterna.

A las que pasaron a formar parte de la lista de tías **Gloria Rendón, Ana Martínez, Beatriz Medina, Yaneth, Carmen, Bellkys Sáez**, etc....

A la familia Schenner, gracias siempre.

A las jefas máximas: **María de La Cruz (+)**, gracias por cuidar y educar a mi madre, te amé siempre, y a **Gloria Briceño**, orígenes evidentes de nuestro matriarcado.

www.bdigital.uba.ve

A la abuela **Angela** (+) aún extraño tu café, a la tía **Hilda**. A los abuelos que no conocí y siempre recordé: **Antonio**, gracias por hamacar a mi madre. A **Vicente**. Al abuelo **Juan Delgado**, llegar a la Cejita era la emoción de la fauna silvestre. A mi viejito **Juan Montilla**, te amo. Todos conforman el pilar de mi linaje.

A los chiquitos: **Diana, Ailegna Victoria, Víctor Eduardo, el chiquito, Manuela Chiquinquirá, Sabana, Mariangel** y a los chiquitos de mis tíos (as). Verlos renueva la esperanza en la vida.

A mis preciados colaboradores: **Angie, Caroline, Oscar, Gabriela, Miguel Morales, Patricia Páez, Ezequiel Méndez, Oswaldo García, Gracia Chacón, Arnaldo Delgado, Yesyka Quintero, Miguel Abreu, Letibeth Monsalve, Anderson Monje, Gabriel Díaz, Miguel Rojas, al Sr. Favio, a Rubén...** intenté nombrarlos a todos, pero la lista es interminable, por ello digo a los que han hecho posible este sueño de todos ¡Mil gracias!

A quienes me han impulsado a continuar: **Nelson Gomez Callejas, Hermes Pérez, Carmen Grisolia, Jhonatan Medina, Fernando Lossada, Luis Moros, Raúl Hernández, María Alejandra Ochoa, Karín Alcalá, Donna Caminos**. Gracias por compartir sus conocimientos y experiencia.

A quienes con sus obstáculos me han motivado a seguir, gracias.

Al todo de la **Universidad de Los Andes**.

A todos gracias por ser, por estar, por ser mis compañeras (os) de vida.

A los que ya no están y seguiremos recordando, en especial a la Sra. **Carmen Ardila** (+), gracias por las tardes de historias.

Al todo, a lo que haya que nombrar, porque aunque aún no logro entenderlo ¡gracias!

A **Atila** (+), gracias por permitirnos brindar amor y cariño.

www.boligral.ula.ve

«La creatividad consiste en **observar, aprender y cambiar** los **métodos** existentes para adaptar a las nuevas circunstancias un modelo en espiral de repeticiones sutilmente alteradas»
(Owen W, 1991)

www.bdigital.ula.ve

Prof. Carmen Grisolia. **Tutor**
C.I: V-11511690
Prof. Jhonatan Medina. **Asesor**

7
9
9
13
3
15
5
21
1
23
3
47
7
33
3
17
7

página fértil

página fértil
Preámbulo
Una incógnita
Apología
Propósitos

12

De lo universal a lo particular

De lo universal a lo particular
Brevisimo de historia del diseño de revistas
Antes de la Revolución digital. El diseño moderno.
Los cimientos del cambio (Fines del siglo XIX)
La revuelta (Principios del S. XX)
Después de la Revolución digital (años 80' hasta hoy)
Diseño contemporáneo. Revistas de instituciones de arte
Un paseo por Latinoamérica
Lupa en Venezuela
Estación en Caracas y la ULA
Datos adjuntos
Reseña histórica de la Facultad de Arte de la Universidad de Los Andes (ULA)

Diseño editorial. Revista

Diseño editorial. Revista
Diseño editorial
Revista
Tipos de revistas
Por su perfil informativo
Información General
Información Especializada
Publicación gratuita no profesional
Por su soporte
Impresas
Versión electrónica de una revista impresa
Edición electrónica o e-zine sin versión impresa
Por zona geográfica
Local
Regional
Nacional
Estructura
Estructura Externa
La portada
Cabeceras
Titulares de portada
Elementos obligatorios de la portada
Lomo
Contraportada
Estructura Interna
Créditos
Sumario
Editoriales

www.bdigital.ula.ve

Secciones
Artículos
Elementos iniciales básicos. El esquema tipográfico:
Títulos
Antetítulos (Subtítulos)
Textos
Elementos de ayuda a la lectura
El folio
Indicadores de continuación de un artículo
Encabezamientos de sección
Iconos de inicio, continuación o final de un artículo
Tipografía
Legibilidad
Ancho de columna
El interlineado
Sistemas de retículas
Sistemas de impresión
Tipos de encuadernación
A caballo
Encolado
Engrapado
El rol del diseñador gráfico en la producción de una revista

Análisis de datos

Análisis de datos
Una mirada general
Lo tradicional o denominado como *esquemas convencionales*
De la modernidad. **Abstracción de características relevantes**
De lo contemporaneidad. **Revistas guías: Matiz, Plátano verde, La Revista. Características aplicables.**
Estudio del Target: Los receptores partiendo de los receptores
Perfiles. ¿Qué identifica al estudiante de la Facultad de Arte? según sus propios estudiantes. (Encuestas y resultados)
Datos demográficos
Datos psicográficos
Datos gráficos
En síntesis

Proceso de diseño

Proceso de diseño
¿Por qué una revista, de dónde surge la idea?
Principios de diseño
La revista
El nombre. Brainstorming
El eslogan. Brainstorming
Estructura informativa: las secciones (los nombres y su contenido).
Concepto generador. Brainstorming

7
9
9
13
3
15
5
21
23
3
47
7
33
3
17
7

Maqueta y proceso

- Maqueta y proceso**
- Arte final**
- Páginafértil. Prototipo
- Portada y contraportada
- Diagramación
- Réticas
- Tipografías principales y auxiliares
- Tratamientos tipográficos
- Banco de imágenes y tratamiento**
- Escogencias del color: ambientes y tonalidades, armonías del color
- El formato, el soporte, el tipo de impresión, la compaginación y el encuadernado
- Manual de estilos**
- El Logotipo**
- Colores permitidos
- Escala proporcional
- Versiones positivo y negativo
- Versión negativo color
- Trama al 30%
- Usos permitidos
- Colores no permitidos
- Usos no permitidos

páginafértil. Bocetería

- Páginafértil. Bocetería**
- Diseño del logo. Bocetos iniciales
- Brainstorming
- Bocetos refinados
- Diagramación. Bocetos iniciales
- Bocetos refinados

- Cierre**
- Glosario**
- Bibliografía**
- Hipervínculos**
- Hipervínculos validados**

www.digital.ula.ve

preámbulo

Para la creación de una revista y, en líneas generales, de cualquier diseño, son infinitos los factores que como diseñadores debemos tomar en cuenta. En el caso de una revista se torna arduo el trabajo y la lista de roles aumenta si no contamos con un cuerpo editorial bien establecido (bueno, si lo tenemos también suele ocurrir). En estos casos no sólo desempeñamos el rol que nos corresponde, el de diseñadores, sino que nos toca hacer de editores, correctores, diagramadores, fotógrafos, ilustradores, investigadores, mensajeros, redactores... hasta de *utility* o toderos como ordinariamente solemos denominar a quienes, como su palabra lo dice, hacemos de todo. En la corta experiencia que tengo como diseñador gráfico puedo constatar que nuestras habilidades de pulpo deben afinarse cada día más. A todos nos pasa, a todos nos toca.

Como partícipe de la Facultad de Arte, puedo confirmar que no sólo al diseñador le corresponde hacer de todo, también al artista en general. Pregunte usted amigo lector a cualquier artista cuántas veces le ha correspondido hacer el papel de cirujano y estudiarse la anatomía humana de pie a cabeza a ver si finalmente logra dar con la proporción adecuada de la cabeza, de la nariz, de una pierna y pare usted de contar, no imagine siquiera lo que a un escritor le toca hacer de psicólogo para dar con la personalidad precisa del maniático de su nueva novela. Imaginemos cuántas veces el danzante ha cuestionado el reggaetón y en alguna oportunidad le ha concernido hacer de reggaetonero (sobre todo en danza contemporánea) y por ende estudiar dicho baile; cuántas veces al teatrera (por no decir teatrero, que de acuerdo a un viejo director suena discriminado) le ha correspondido irse a observar al ejecutivo, al "sifrino", al artesano, a la madre llena de hijos y tal vez de hambre, para lograr una certera representación. Ahora bien, pregúntese usted querido lector, cuánta producción engavetada tienen nuestros artistas, con todo lo que implica la realización de cada una.

Es así como surge el proyecto *página fértil*, fundamentado en la idea de fecundidad que implica conceptos de abundancia, proceso, reproducción, fusión, retroalimentación... porque nuestros artistas ulandinos están colmados de creatividad y deseos de comunicar, porque es necesario detener las cero posibilidades de los lienzos enmohecidos de esperar una mirada en nuestras casas, porque es preciso socavar el dicho "en casa de herrero cuchillo de palo" y promover la expresión de nuestros valores artísticos.

una incógnita

En la búsqueda de una óptima representación gráfica de las cualidades estudiantiles dentro del sistema editorial de revista, surge una inquietud, el desconocimiento de las características específicas de los diseños de revista contemporáneos que se publican bajo los parámetros de proyección estudiantil-universitaria. Sabiendo que la investigación podía tornarse de más extensa, delimitamos el análisis a la ciudad de Caracas y la ULA.

Aunado a la inexperiencia, para formular de manera adecuada la incógnita que orientaría la ejecución del proyecto recurrimos a algunas notas de la metodología propuesta por Jacqueline Hurtado de Barrera (2002) y así obtuvimos el siguiente enunciado holopráxico **¿Cuáles son las características específicas de los diseños de revistas actuales en la ciudad de Caracas y la ULA que tienen como elementos la proyección estudiantil-universitaria y cuáles deberían ser las variantes para lograr la distinción en la creación del sistema gráfico editorial del proyecto de revista para la Facultad de Arte de la ULA?**

Con el avance de la tecnología, la reproducción de impresos en cantidad ha dejado de ser un problema -a diferencia de otras épocas- pero esta solución se ha transformado en una competencia de valores del propio diseño. Una de las razones es la apertura de posibilidades que brindan la técnica y la conciencia en el diseño que se ha ido adquiriendo por parte de sus apasionados. Estas palabras se confirman al leer a Meggs (2000): "Los usuarios de las computadoras fueron habilitados con un mayor control sobre el diseño y el proceso de producción. La tecnología digital y los programas avanzados también contribuyeron a ampliar el potencial creativo del diseño gráfico al hacer posible una manipulación sin precedente del color, la forma, el espacio y las imágenes." (p. 455).

Expresamente, en un afán de resolver la preocupación de diferenciar el resultado de la creciente producción editorial y de fecundar aciertos en la creación de la personalidad de la revista, es que planteamos una investigación atenta a las comparaciones y sobre todo al análisis de los aventajados en la competencia en miras de estudiar los estilos y las pautas en torno al proyecto, con la finalidad de encontrar la mejor solución y principalmente la mejor respuesta a la petición conocida, pues profesamos que así como cada ser humano tiene particularidades que los diferencian, el producto de diseño también debe contar con cualidades distintivas. En general, tal vez para aportar nuevas respuestas o al menos concretar una característica notable dentro de la diversidad es que se concibe imperante examinar los modelos.

apología

propósitos

El general

Proponer y crear un sistema gráfico editorial impreso (revista) para la Facultad de Arte de la ULA, que refleje la personalidad del cuerpo estudiantil.

www.bdigital.ula.ve

Los específicos

- Establecer las características de diseño que sean aplicables a la propuesta de revista, ampliando la gama de posibilidades en la creación del sistema gráfico con el análisis de revistas contemporáneas de la ciudad de Caracas y la ULA especialmente aquellas que se enmarquen dentro de la proyección de universitarios
- Fortalecer los conocimientos con respecto al diseño de revistas para resguardar la obtención de resultados óptimos en ésta y en sucesivas oportunidades
- Conseguir la propuesta de la revista a través del empleo de encuestas que propicien la participación estudiantil y con ello el acierto en la proyección de sus cualidades
- Lograr la concepción de la revista con un lenguaje visual que compagine con las características de los estudiantes de la Facultad de Arte de la ULA.
- Lograr la proyección de los estudiantes de arte ulardinos mediante la revista

Brevísimo de historia del diseño de revistas

www.bdigital.ula.ve

Antes de la Revolución digital. El diseño moderno.
Los cimientos del cambio (Fines del siglo XIX)
La revuelta (Principios del S. XX)
Después de la Revolución digital (años 80' hasta hoy)

www.digital.ula.ve

“La **continuidad** y la tradición son **esenciales**, aunque sólo sea para **demolerlas**”
(Owen, 1991)

de la universidad particular

Antes de la Revolución digital. El diseño moderno

Conocemos que hablar de diseño gráfico supone remontarnos a años tan lejanos como épocas antes de Cristo (25.000 aprox.), pero para efectos de la investigación se considera pertinente dirigir el enfoque hacia fines del siglo XIX y principios del siglo XX tomando en cuenta que estos periodos apuntan las primeras trazas de lo que podemos reconocer como antecedentes iniciales correspondientes al rompimiento de esquemas en el plano estético, siendo éste uno de los puntos de interés en la investigación puesto que atiende un aspecto esencial: la estética del diseño, en tanto que se trata de dar cara, forma, imagen, una *personalidad* a la revista.

De acuerdo a los datos arrojados previa revisión podemos señalar que los movimientos artísticos modernistas (futurismo, dadaísmo, cubismo, suprematismo de Malevich y De Stijl) conforman los *modelos* o estilos que germinan la revelación de las artes. Es justo por esta particularidad –la de la revelación– que nos proponemos adentrarnos en el proyecto intentando extraer las características pertinentes de los movimientos que promovieron el auge de una nueva era en el campo comunicacional y gráfico.

www.bdigital.ula.ve



William Morris, página de *Works of Geoffrey Chaucer*, 1896.



Página ilustrada de *Works of Geoffrey Chaucer*, 1896.



William Morris (diseñador) y Walter Crane (ilustrador), portada a doble página para *The Story of the Glittering Plain*, 1894.



Páginas de *The Story of the Glittering Plain*, 1894.

Los cimientos del cambio (fines del Siglo XIX)



Henri de Toulouse-Lautrec, cartel de Jane Avril, 1893.



Jules Chéret, cartel de Élysée Montmartre Bal Masqué, ca. 1896.



Otto Eckmann, portada de Jugend, 1896.



Peter Behrens, diseño de página de Jugend, 1904.

Tomando la palabra de Frascara (2000) a fines del siglo XIX el diseño era dirigido por la mano del dibujante y la del litógrafo fundamentalmente, trabajos como los carteles de Toulouse Lautrec, entre otros, lo confirman. En este período destacamos el Art. Nouveau por su distintivo de *coherencia visual* descartando el abarrotamiento tipográfico de años predecesores, es la representación de un movimiento hacia el *orden visual coherente*: "El Art. Nouveau fue un estilo decorativo internacional que prosperó durante las dos décadas (1890-1910) que envolvieron el final del siglo. (...) Es el estilo transicional que evolucionó a partir del historicismo que dominó al diseño la mayor parte del siglo XIX. Al reemplazar al historicismo, que usaban de manera casi servil las formas y estilos pasados en vez de la invención de formas nuevas para expresar el presente, con innovación, el Art. Nouveau se convirtió en la fase inicial del movimiento moderno, y preparó el camino para el siglo XX borrando del diseño este espíritu del pasado." (Meggs, 2000, p.183)

El abarrotamiento tipográfico de años predecesores, la ornamentación y la expansión de cambios de medida y estilos tipográficos que fueron características de buen diseño hasta fines del siglo son los elementos con los que el Art. Nouveau intentó marcar orden. Ahora bien, en la actualidad estos rasgos parecen cobrar vida y pueden reconocerse como nuevos estilos, en el diseño en curso se tomarán en cuenta debido a la intención de un juego tipográfico de formas y medidas. Vale mencionar que el propósito de representar diversidad es en función de que la Facultad de Arte, si bien se conforma como el establecimiento de un grupo, sostiene la heterogeneidad (variables de estilos y maneras: danza, música, teatro, artes gráficas, etc.) dentro de un todo.

Otro dato significativo de la época es el movimiento alemán Jugendstil (estilo joven), que surge con la llegada del Art.Nouveau a Alemania. El Jugendstil es un nombre tomado de la revista *Jugend* (juventud) publicada inicialmente en Munich para 1896 y luego en otras ciudades del país. Fluctuaba entre ser una revista de arte y ser un periódico de entretenimiento popular y contaba con un público amplio. Los ornamentos e ilustraciones del Art. Nouveau se encontraban en cada página editorial. Ilustraciones completas a doble página, ilustraciones horizontales en la parte superior de la página, abundantes ilustraciones compactas y diseños decorativos del estilo fueron elementos que enriquecieron de manera prominente a un formato que tenía la mitad de material visual y la otra mitad de texto. Un legado interesante de *Jugend* es la política editorial sin precedente de permitir al diseñador de la portada de la semana que diseñara también el nombre de la publicación (cabecera) de acuerdo con el diseño de la portada, teniendo así como constante la variación del logotipo de la revista. Sin embargo, con el paso del tiempo los diseñadores alemanes fueron cambiando la fase del Art. Nouveau por un enfoque más geométrico y objetivo.

La revuelta (principios del Siglo XX)

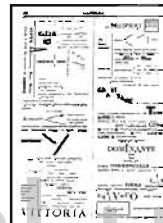
De acuerdo a Frascara (2000) a inicios del S. XX especialmente en los años 20' con la revolución rusa y la primera guerra mundial encabezando, los movimientos artísticos como el Dadá, De Stijl, Suprematismo, Cubismo, Constructivismo, Futurismo y el Bauhaus, acentúan los cambios en el diseño gráfico y crean una revuelta que va a influenciar a todas las ramas de las artes visuales y el diseño gráfico. Los movimientos se oponen a las artes decorativas y populares de su tiempo, así como al estilo gráfico del Art. Nouveau que con la influencia geométrica evoluciona hacia el Art. Decó.

En la tercera década, dos elementos particulares se desarrollan: uno es *El cambio de estilo gráfico, la desnudez y la geometría* que se contraponen al organicismo y eclecticismo ornamentalista de la época. Este estilo relacionado con el constructivismo, el suprematismo, el neoplasticismo, De Stijl y el Bauhaus va a establecer pauta en el desarrollo del diseño gráfico del siglo XX. El otro cambio que se produce es *el creciente uso de la forma visual como elemento comunicacional*, que aparece tanto en los diseños producidos por movimientos esencialmente expresivos como el Dadá, así como en otros fundamentalmente constructivos. El espíritu del movimiento, la *irracionalidad*, la búsqueda de la *libertad* y la *oposición* al estado de las cosas de la época y a las expresiones visuales, conforman datos específicos que hacen el rostro de la época. Gracias a la necesidad de la comunicación se manifiestan las concepciones artísticas. Asimismo, se indica que los trabajos de raíz constructivista sientan los mejores precedentes de la década del 20 en materia de *claridad de mensaje*. Cuentan que el dadaísmo destruyó la sintaxis y el constructivismo señaló el camino hacia la reconstrucción de la página impresa.

Entonces, para efectos del proyecto destacamos como referencias primordiales de la época algunos trabajos de El Lissitzky en publicaciones como *Veshch* (1921-1922) y *Broom* (1922). La revista *De Stijl* con aportes de Théo Van Doesburg, Vilmos Huszar y El Lissitzky y la revista *Bauhaus*, (1928) con diseños de Herbert Bayer.

Asimismo tenemos la intervención de Laszlo Moholy-Nagy en *Broom* para 1923.

En suma, como una de las **necesidades fundamentales que oscilan en torno al proyecto es el deseo de comunicación además de lograr atinarle a la expresión gráfica**, se consideran



Carlo Carré,
parole in liberté, 1914.



Portada de una revista dadaísta *Le Coeur a Barbe*, 1922.



Carlo Carré,
parole in liberté, 1914.



Kurt Schwitters,
Untitled (Grüne Zugabe), Aprox. de 1920



El Lissitzky, arte de la portada de *Veshch*, 1921-1922.



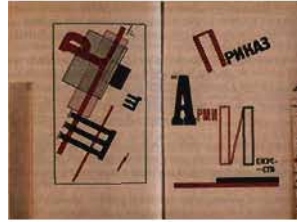
Página del título de *Veshch*, 1922.

oportunos los datos que surgen como modelos que responden a la preocupación por la legibilidad y el atrevimiento gráfico dentro de determinado estilo.

Como nota complementaria anexamos el siguiente fragmento de Owen (1991) quien acierta en lo que en esencia queremos destacar de la época:

“Si pudiera resumirse brevemente el diseño gráfico moderno, habría que caracterizarlo primeramente, como una fuerza democrática, igualitaria, que *eliminaba el embellecimiento frívolo—expresión de clase o privilegio—* en aras de acentuar la verdadera función del material impreso, en el cual era el objeto y no su ornamentación, la forma artística inspiradora; como una búsqueda de medios racionales y *objetivos de comunicación de ideas a través de la apropiada aplicación de tecnologías de impresión,* y como la destrucción de la antigua estética, la ruptura de los viejos principios caducos y de las limitadas formas de trabajar, las cuales, en la imprenta, podrían ser descritas como mentalidades de “lápida sepulcral”: el estrujamiento de la tipografía en el corsé de una columna simétrica” (p. 21)

No obstante, aclaramos que aunque nos concierne la eliminación de un *embellecimiento frívolo* en lo que respecta a una necesidad de comunicación como función principal del material impreso, no podemos olvidar que dentro de ésta inquietud la identificación del público (juvenil-adulto) yace fuertemente establecida como objeto a resolver y de surgir una “ornamentación” la llevaremos a cabo cuidando la función principal del impreso (comunicar).



El Lissitzky, páginas de *Por la voz de Mayakovsky*, 1923.



El Lissitzky, título de página de *The Isms of Art*, 1924.



Theo van Doesburg, portada de *De Stijl*, 1922.



Vilmos Huszar, diseño de portada de *De Stijl*, 1917.



Vilmos Huszar, diseño de portada de *De Stijl*, 1918.



Theo van Doesburg, publicidad y anuncios de *De Stijl*, 1921.



Herbert Bayer, diseño de portada *Staatliches Bauhaus in Weimar*, 1919-1923.



Laszlo Moholy-Nagy, portada, *Staatliches Bauhaus in Weimar*, 1919-1923.



Laszlo Moholy-Nagy, portadas de libros *Bauhaus*, 1924-1930.

Después de la Revolución digital (años 80' hasta hoy)

Las dos últimas décadas del siglo XX transformaron el rumbo del diseño gráfico gracias al equipo de computadoras digitales (80'), la implementación de programas avanzados que ayudaron a incrementar el potencial creativo y la introducción de Internet (90').

Las ideas de diseño moderno y posmoderno, reminiscencias del estilo retro, el trabajo excéntrico y la exploración de técnicas electrónicas impulsan las características prevaletentes en ésta época. Característica (la de experimentar) que reconocemos como constante del ser humano en un enfrentamiento habitual a nuevas posibilidades. Destacamos así, entre los pioneros que asumieron la nueva tecnología:

April Greiman. Diseñadora que rompe con la estructura convencional de las revistas con una propuesta de una sola hoja *Design Quarterly* para el Walter Art Center en Minneapolis.

Rudy VanderLans (1954). Tomó la experimentación tecnológica como forma de diseño para la revista *Emigre*, aunado a la exploración tipográfica.

Edward Fella. A quien le damos un valor especial pues fue de los primeros diseñadores que exploraron la *entropía* (concepto de afanado valor dentro de un modo de vida fundamentado por la teoría cuántica, que a su vez nos remite a la teoría del caos: el desorden como principio de equilibrio natural) la desintegración de la forma por medio de un copiado repetido y la gama ilimitada de técnicas: tipografía aleatoria, garabatos, escritura con pincel, composición de tipos, letras transferibles recortes de arte del dominio público, plantillas, etc. Impera en él la exploración gráfica manual para luego llevarlo a lo digital, **proceso a considerar para el abordaje del diseño.**

David Carson (1956). De particular primacía porque evitó los formatos de red, la composición consistente y los modelos tipográficos y eligió explorar *las posibilidades expresivas de cada tema* y de cada página o página doble rechazando las nociones convencionales de la sintaxis tipográfica, la jerarquía visual y las imágenes. Las revistas que se toman como datos relativos al proyecto son: *Transworld Skateboarding* (1983-1987), *Musician* (1988), *Beach Culture* (1989-1991), *Surfer* (1991-1992) y *Ray Gun* (1992-1996). Carson, despreció las convenciones del diseño, es aquí donde radica la importancia que le damos debido a que se presume como parte del proceso de diseño el estudio de las reglas, pero sobre todo la ruptura de ellas para determinar la especificidad en nuestra revista.

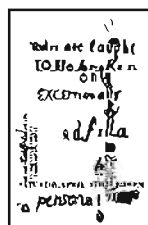
El trabajo de Carson raya en la ilegibilidad pero de acuerdo con él "no se debe confundir la ilegibilidad con la comunicación porque mientras muchos mensajes tradicionalmente impresos muy legibles ofrecen muy poco



April Greiman, cartel del Institute of Contemporary Art de Los Ángeles, 1986.



Rudy VanderLans, portada de la revista *Emigre* II, 1989.



Edward Fella, volante de la Detroit Focus Gallery, 1987.



Edward Fella, anuncio de una conferencia, 1995.



David Carson (director artístico) y **Pat Blashill** (fotógrafo), "Hanging at Carmine Street", *Beach Culture*, 1991.

atractivo visual a los lectores, diseños más expresionistas pueden atraer y mantener su atención.” (Meggs, 2000, p. 463)

En este sentido debemos asumir una postura y es que **si bien uno de nuestros objetivos es la legibilidad no debemos confundirla con falta de expresividad y rigidez en el diseño por restricciones de normas.** Aclaramos que esto no significa que nuestra propuesta estará carente de normas, pues aunque implicase esta persecución -la falta de normas- ya hablaríamos de un esquema a seguir. Dentro de lo sinuoso, explosivo y muchas veces a la vista común “incoherente” se involucra una fuerte carga de comunicación para algunos grupos de personas.

En los referenciales de épocas vecinas reconocemos también como publicaciones adjuntas al proyecto las revistas: *Frieze*, *Big*, *Danzed & Confused*, *Blah Blah Blah* y *Matador*.

Frieze. Cambia el estilo de algunas de sus páginas en cada número (por ejemplo la del sumario) introduciendo un sentimiento de *experimentación* en la revista.

Big. También recurre a la experimentación guardando claridad en sus mensajes.

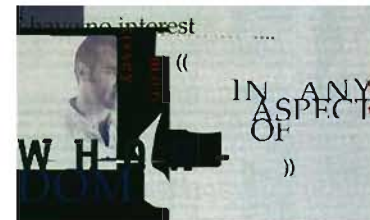
Danzed & Confused. Revista de gran importancia, personalmente, juega al máximo con un sentido experimental en cuanto a diagramación, esquemas tipográficos y estructura. Aunque se desenvuelve dentro de cierta lógica en el estilo de la tipografía, le presta importancia a imágenes llamativas y divertidas.

Blah Blah Blah. Un referente relacionado con *Jugend* y *Ray Gun*, cambia de cabecera en cada número, por la calidad del diseño mantiene la distinción y es reconocible.

Matador, Van. Cuentan con el director de arte Fernando Gutiérrez, español. Un profundo interés por la identidad nacional, aunado a la identificación de sus lectores con el diseño. Varía sus tipografías en cada número, estudiando el tema que rige la edición. Una continuidad de arte conceptual, oponiéndose al vacío y al hacer por hacer.



David Carson (director artístico) y John Ritter (fotógrafo), “is techno dead”, *Ray Gun*, 1994.



David Carson (director artístico) y Chris Cuffaro (fotógrafo), “Morrissey: The Loneliest Monk”, *Ray Gun*, 1994.



Ray Gun, Robert Hales (director de arte) EE.UU. Núm. 38



Frieze, H. Crumb & Crumb (director de arte) RU. Núm. Abr 1984.



Big, Markus Kiersztan (director de arte) EE.UU. Núm. 22



Danzed & Confused, Matt Roach (director de arte) RU. Núm. Ago 1997.



Blah Blah Blah, Substance (director de arte) RU. Núm. May 1996



Matador “CH”, portada. Fernando Gutiérrez (director de arte). 1998

**Diseño
contemporáneo.
Revistas de
Instituciones
de arte**

www.bdigital.ula.ve

*“Es imposible
luchar en un vacío
histórico. Si se
empuja contra
el vacío, uno se
cae al suelo.”
(Owen W, 1991, p. 7)*

Sabiendo que la propuesta se aboca a un sentir universitario, nombraremos a continuación como referencias oportunas algunas revistas que han surgido de universidades latinoamericanas:

Chile Diseño. Revista chilena de diseño de la Universidad de Chile Facultad de Arquitectura y Urbanismo.

Revista 180. Santiago de Chile "Hecho en Latinoamérica", de la Facultad de Arquitectura, Arte y Diseño de la UDP (Universidad Diego Portales). Publicación semestral como plan estratégico de desarrollo de las escuelas mencionadas y como medio de difusión académico, de reflexión, teoría y crítica. Se desempeña como compendio documental de estudiantes y profesionales de las carreras impartidas.

Diseño & Comunicación. De la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, Ciudad de Buenos Aires, Argentina. Es una publicación mensual a modo de periódico cuyo objeto de difusión son los eventos de la Universidad, teoría y crítica.

Universia el portal de los universitarios. Aunque se precisa como página Web, la reconocemos como objeto de estudio pues a nivel de proyección universitaria latinoamericana juega un papel principal al integrar países tales como: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, Puerto Rico, Uruguay, Venezuela, además de países europeos como España y Portugal.



Revista 180, de la Universidad Diego Portales, portada, Núm. 16, 2005.



Arte y Parte, Núm. 68, abril y mayo 2007.



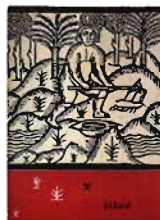
Rabodeaji, Núm 2, 2003

Arte y Parte. (España, Portugal y América). Se ha consolidado como una propuesta editorial firme en relación a las artes plásticas en el ámbito latino y en un espacio europeo e internacional. Su formato tipo libro con una elaborada edición y su rigor informativo son razones de ser un instrumento preciso en el recorrido del panorama expositivo de España, Portugal e Iberoamérica y para estar al día en los debates artísticos del momento.» (Arte y Parte, 2006)

Rabodeaji. (Colombia). Revista de entretenimiento literario "Venenosa pero mansa y tímida" Se define como revista electrónica y se toma como dato importante porque se desenvuelve en el marco temático juvenil y a causa del estilo que opera: lenguajes poco tradicionales y la oferta de secciones que consuman un modelo singular para el proyecto.

Matiz Gráfico del Diseño Internacional, (México). Revista que se desenvuelve en el plano temático de las artes abordando específicamente el diseño gráfico. Comprende una referencia primordial ya que su diseño es osado, teniendo como instrumento de atracción esquemas y ritmos de lectura poco usados, en cuanto a la orientación de los artículos, títulos y subtítulos.

El Farol,
Nedo M. F.
portada,
Núm. 175,
1958.



El Farol,
Nedo M. F.
portada y doble
página, Núm.
211, 1964.



Un paseo por Latinoamérica

www.farolartula.ve



El Farol, Nedo M. F portada y doble página, Núm. 184, 1959.



El Farol, Nedo M. F portada y doble página, Núm. 230, 1969.

Como una acertada nota introductoria daremos renombre a tres de los diseñadores gráficos que han marcado hito con sus producciones en Venezuela: Nedo M.F, Larry June y Gerd Leufert.

Nedo M.F. De los tres artistas gráficos es el personaje con el que más nos identificamos. Impartió clases en la Escuela de Artes Cristóbal Rojas (fines de 1959) y en el Instituto de Diseño Neumann-Ince. El mayor aporte en nuestra búsqueda lo genera con la dirección artística de *El Farol*, revista que en principio estuvo en manos de Leufert, la misma puede calificarse con contenido didáctico-académico, con temas empresariales e históricos, además de un periodismo gráfico revolucionario que le dio dimensión visual al texto (poético, crítico o de ensayo) lo que constituyó un poderoso imán para su lectura. Se toma como un ejemplo de "excelencia" y versatilidad en la industria gráfica venezolana. Trabaja con el concepto de *diseño gráfico total*, asumiendo una verdadera relación entre las partes que se abren y cierran con el paso de cada página. Cambios de papel y cartulina, efectos de solapa, fluidez entre carátula y cuerpo de texto, caracterizan su autoría.

En otro ámbito, las publicaciones que se van a registrar a continuación como antecedentes no surgen de Universidades de Arte propiamente, pero circundan dentro de temas de interés universitario y son parte de Universidades del país, además compaginan al desenvolverse dentro de temas adjuntos al proyecto.

Mundo Universitario, (Edo. Trujillo). "Revista electrónica de la Universidad de Los Andes del Edo. Trujillo. Su objetivo es ser un espacio para la *libertad de opinión, sin ataduras de arbitraje*, para las corrientes alternativas y promotoras del cambio y la transformación universitaria y social en América Latina. Es una visión de la *cátedra paralela autonomista, con equidad y justicia social.*" (Mundo Universitario, 2006). Con respecto al interés en dicha referencia decimos pues que una de las visiones que tenemos para el desarrollo de la revista es que el estudiantado y profesorado en su espacio pueda expresarse libremente dentro del ámbito universitario correspondiente, sólo con mínimas restricciones o más bien exigencias para efectos de diseño, en este sentido queremos remitirnos a que las opiniones contenidas en los artículos serán de responsabilidad de los autores y mundo universitario se desempeña dentro de ésta función de libertad de expresión.

Contexto, (Edo. Táchira). Es una publicación semestral del Grupo de Investigación de la Maestría en Literatura Latinoamericana y del Caribe del Núcleo Táchira de la Universidad de Los Andes (NUT-ULA).

Kaleidoscopio, (Edo. Bolívar). Su objetivo es disponer de un espacio editorial que permita a los profesores de la Universidad Nacional Experimental de Guayana, en primera instancia, y a los académicos en general, dar a conocer sus trabajos en el área de Educación, Humanidades y Artes.

El Farol, Nedo M. F primera doble página de sumario, Núm. 236, 1971. Segunda doble página, Núm. 231, 1969



Lupa en Venezuela

Estación en Caracas y la ULA

Apreciamos en estas revistas una gran afinidad pues han mermado de un interés juvenil, específicamente las de la ciudad de Caracas, y como se ha expuesto es éste uno de los mayores propósitos involucrados en la propuesta. Caracas Dtto. Capital:

Plátano Verde, editor Jesús Parra. Le interesa abrir espacios de participación para los artistas venezolanos. En materia de diseño concede un aporte importante en función de que se desarrolla dentro de un estilo bastante osado que rompe con lo tradicional a través del uso del entrecruzamiento de tipografías, puntajes altos, las secciones no corresponden a un diseño fijo aunque sí a una ubicación así como también tiene como target group un público juvenil-adulto y su contenido raya en el atrevimiento.

Veintiuno, Manuel González director de arte. Una revista auspiciada por la Fundación Bigott, mezcla lo cotidiano con lo político y cultural. Con la bandera de ser un espejo para reflejar la cultura venezolana y en su jornada ser forzosamente críticos y valorativos. "(...) El aplauso irreflexivo a todo lo que se monte en escena no vale tanto como la buena recensión o la reseña atenta. Un poeta necesita del comentario crítico para escribir mejor y un bailarín de danza contemporánea se hace más profesional mientras más exigente sea su público (...)" López, A. (2006). Editorial. *Veintiuno*, (Núm 13), p. 2. Con un estilo elegante en general y audaz en tanto una valoración tipográfica a lo largo de la muestra, se nos presenta como un referente simbólico al englobar el tema del arte en un campo de recepción mucho más amplio, ya que se distribuye a nivel nacional.

dmente, editora Verónica Pizzorno. Se define como un espacio para crear cultura y contracultura.

Logotipo, Juan Carlos Darías (director del Instituto de Diseño Darías)



plátanoverde, Martín Allais, Alexander Wright (dirección de arte). Venezuela, Núm. 07, 2005
Núm. 11, 2006



veintiuno, Manuel González Ruiz (director de arte) Venezuela, Núm. 13, Octubre Noviembre 2006



dmente, Verónica Pizzorno (editora). Núm. 15, 2005

Algunas de las publicaciones de la Universidad de Los Andes:

En la ambición de realizar un sondeo general por la ciudad de Mérida nos dimos cuenta que era adecuado delimitar el área a investigar enfocando la ULA, en virtud de que maneja una basta publicación en éste y otros campos del diseño editorial, sin embargo es de hacer notar que la mayoría de las producciones si bien pertenecen a la Universidad de Los Andes pocas son el resultado de grupos universitarios estudiantiles que se determinen como emisores propiamente aunque sí lleguen a ser éstos, bajo parámetros generalmente pedagógicos, destinatarios.

Actual. Publicación de la Universidad de Los Andes, Dirección General de Cultura y Extensión. Es una publicación cuatrimestral de la Dirección de Cultura y Extensión de la Universidad de Los Andes, cuya misión es ser el *lugar de reflexión y espejo de la producción del saber* de la Universidad de Los Andes, de sus hombres y mujeres, y de aquellos que desde otros lugares mantienen un diálogo creador con nuestra universidad. Se marca énfasis en el objetivo de ser un *“lugar de reflexión y espejo de la producción del saber de la Universidad de Los Andes, de sus hombres y mujeres”* (Actual, 2006) pues como ya se ha dicho en el proyecto impera la necesidad de “dar cara” una *personalidad* a la revista con características de los estudiantes de la Facultad de Arte a través del empleo y análisis de los medios gráficos. En el caso del referente prevalece la proyección con una firmeza institucional de formalidad, en nuestro caso la proyección institucional es importante y llega a ser tácita, pero lo fundamental es exponer gráficamente el sentir, el habitual universitario bajo el estudio y re-creación de sus características no sólo como entes con grandes capacidades intelectuales sino también abrazando un interés en cuanto a la proyección de su apariencia en el hacer cotidiano dentro de éste rol, para ser más específicos.

Cifra Nueva. Nace con el propósito de ser un espacio para la reflexión sobre el lenguaje y la literatura. Es un órgano de expresión del Centro de Investigaciones Literarias y Lingüísticas “Mario Briceño Irigorri” y de la Maestría en Literatura Latinoamericana del Núcleo Universitario “Rafael Rangel”, de la Universidad de Los Andes. *Cifra Nueva* quiere ser también expresión de la investigación sobre el Lenguaje y la Literatura que se realiza en otras universidades y centros de investigaciones. Esta publicación desea ser centro de confluencias, oportunidad y estímulo para el rigor y la imaginación sobre el lenguaje y la literatura. (Cifra Nueva, 2006)

Estética. Es una publicación del Centro de Investigaciones Estéticas, adscrito a la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad de Los Andes. Su rango temático es bastante amplio en lo que se refiere a materia estética abarcando grandes latitudes en lo que respecta a teorías, involucrando a las carreras de la Facultad de Arte en general, es decir, responde a un espacio donde encontramos desde artículos de teatro, cine, diseño hasta críticas de arte. Difiere de la revista en curso al dirigirse a un público bien definido (de acuerdo a lo que se observó con respecto a la solución gráfica) ya que emplea un lenguaje formal y al parecer su estilo es fundamentalmente pedagógico dentro de lo que pudimos reconocer, así pues lo hemos tomado como referente precisamente por su valor temático. (Estética, 2006)



Actual, dirección de Cultura y Extensión de la Universidad de Los Andes Núm. 12, 2003.



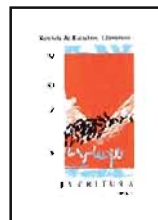
Cifra Nueva, Centro de Investigaciones Literarias y Lingüísticas “Mario Briceño Irigorri” y de la Maestría en Literatura Latinoamericana del núcleo “Rafael Rangel” de la ULA Núm. 3, 2002.



Estética, Centro de Investigaciones Estéticas, Facultad de humanidades y Educación de la Universidad de Los Andes Núm. 7, 2005.

Voz y Escritura. Es una revista especializada en estudios literarios, concebida como anuario, que tiene como propósito la apertura de un espacio para el análisis, la reflexión, la discusión, el intercambio y la divulgación de conocimientos producidos en el campo de la investigación teórica y crítica sobre las literaturas de América Latina y el Caribe. El interés en ésta publicación radica en su intención de *divulgación de conocimientos producidos dentro del Instituto de Investigaciones Literarias de la Universidad de Los Andes.* (Voz y escritura, 2005)

La Revista. Es una publicación semestral del Vicerrectorado Académico de la Universidad de Los Andes. En palabras expuestas por el Vicerrector Académico de la ULA Humberto Ruiz Calderón en la editorial de la revista "La universidad se nos presenta, de nuevo, como una fuente de conocimientos y una rica historia, que no necesariamente tienen que comunicarse con rigor académico, en apariencia distante de los lectores comunes o la sociedad. Algunas secciones combinan un poco de entretenimiento, y curiosidades (...)" Ruiz, H. (2006). Editorial. *La Revista, Núm 2* (2), p. 5). Se inserta como referente esencial por su perfil informativo inmerso dentro de un estilo juvenil y poco formal. En la publicación, entre otras cualidades, podemos encontrar juegos tipográficos de acuerdo al artículo tratado lo cual es un dato valioso ya que en nuestra propuesta es un principio a seguir.



Voz y escritura,
Instituto de
Investigaciones
Literarias de
la Universidad
de Los Andes
Núm. 9, 2005.



La Revista,
Vicerrectorado
Académico de
la Universidad
de Los Andes
Núm. 2, 2006.

www.digital.ula.ve

En la Universidad de Los Andes también encontramos tesis previas que se han dado a la labor de indagar acerca del diseño editorial en sus distintas formas, de acuerdo a cada necesidad particular. Para esta ocasión de manera pertinente mencionaremos las siguientes referencias:

Sistema para la publicación de Portafolio en la Web. Universidad de Los Andes, Facultad de Arquitectura y Arte, Escuela de Artes Visuales y Diseño Gráfico, Molero Ricardo. Es un dato importante ya que persigue un objetivo afín con nuestro proyecto: reunir pero sobre todo exponer producciones del estudiantado y profesorado de dos escuelas de la Facultad de Arte en un mismo espacio, en este caso la Web. Aunado a ello cabe mencionar que aunque dentro de nuestro proyecto no se presente una propuesta de diseño de página Web no escapa como posibilidad a largo plazo.

Diseño de un anuario de los trabajos de investigación de los estudiantes de la Facultad de Arquitectura y Arte de la Universidad de Los Andes comprendidos entre los años 2000-2003, Carlos López Silva. Comprende un aporte esencial como antecedente por el objetivo que involucra: la documentación con proyección estudiantil, claro que aquí se delimita a una difusión de las tesis mencionadas y publicación de los universitarios y como inquietud particular perseguimos la publicación semestral de la mayor cantidad de producciones posibles de los estudiantes, al menos las actividades de resalte.

Del papel a la pantalla, Torres Quintero María de Los Ángeles. Trabajo de grado cuyo objetivo es el diseño de un sistema gráfico para ser aplicado a una revista de formato impreso y digital. *Página fértil* no apremia directamente al diseño de una revista digital sin embargo existe un vínculo entre las tesis en cuanto a temas de investigación se refiere.

Identidad visual de la Escuela de Artes Visuales y Diseño Gráfico ideal Un enfoque motivacional, Taima Pérez. Su relación específica es que se desarrolla dentro de la rama del diseño de identidad corporativa y toma relevancia como referencia por cuanto que nuestro proyecto dirige su finalidad a dar una identidad editorial, conjuntamente la autora corresponde en su tesis a una inquietud universitaria. Resolución que tal vez en su momento se delimitó a las escuelas de Diseño Gráfico y Artes Visuales ya que aún no se había establecido la Facultad de Arte como tal.

Manual catálogo de la Escuela de Artes y Diseño Gráfico de la Universidad de Los Andes, Sileny Vergara Monsalve. Se desarrolla en una temática similar (una documentación con respecto a perfiles académicos de las carreras nombradas) por lo tanto se sostiene como una guía de consulta al contener la posibilidad de arrojar datos históricos importantes para el desarrollo de la propuesta.

Reseña histórica de la Facultad de Arte de la Universidad de Los Andes

Para 1958 con los arquitectos Alfredo Buche, Francisco Luch y Manuel Mujica, se estima la integración de los estudiantes universitarios de la ciudad de Mérida al área de Arquitectura, pero no es sino hasta Junio de 1962 que el Consejo Nacional de Universidades autoriza la creación de la escuela de Arquitectura de la Facultad de Ingeniería. Con el establecimiento de la escuela, surgen nuevas necesidades y para 1969 se crea un movimiento para la separación de ésta de la Facultad de Ingeniería, es así como para 1970 se crea la Facultad de Arquitectura de la ULA que en 1994 va a ser la cuna de las licenciaturas en Artes Visuales y Diseño Gráfico, que se encontraban en el edificio del CUDA en un nivel técnico.

Es oportuno destacar que de acuerdo a las investigaciones el establecimiento de las escuelas de artes pasaron por un arduo proceso, entre éstos: para 1958 y 1962 se ofrecían cursos de extensión en materia de teatro, danza, música, ballet y artes plásticas, bajo el calificativo de Escuelas de artes aplicadas, adscritas al departamento de extensión de la Universidad de Los Andes y en 1965 el Rector Pedro Rincón Gutiérrez creó el CEA Centro Experimental de Arte, bajo la capacitación de artistas de renombre a nivel nacional. En 1982, el CEA pasó a ser Unidad de Artes Visuales y Diseño Gráfico UNAVID. Ahora bien, la lista de los cambios que acontecen para la creación de la Facultad de Arte continúa, sin embargo, con los datos presentados procuramos puntualizar los sucesos de mayor relevancia.

Así tenemos que la Facultad de Arte es creada en el mes de Diciembre del 2005, a través del Consejo Universitario de la Universidad de Los Andes y por decreto del Consejo Nacional de Universidades.

En la actualidad, la Facultad ofrece las licenciaturas en Artes Visuales, Diseño Gráfico, Actuación y Cursos de Actualización en Danza y Artes del movimiento, aspirando la incorporación de las licenciaturas en éstas últimas, además de Cine, que tiene una categoría adyacente de licenciatura en Medios Audiovisuales en la Facultad de Humanidades y Educación de la ULA.

Con respecto al desenvolvimiento de la Facultad y la Universidad, citamos “a través de sus organismos docentes y administrativos promueven la interrelación entre las asignaturas y talleres de las licenciaturas existentes y al mismo tiempo el diseño y la creación de nuevas Licenciaturas vinculadas a las expectativas y aspectos contemporáneos de las artes y la cultura.

Los recorridos curriculares de Artes Visuales y Diseño Gráfico mantienen su especificidad en relación al perfil de egreso pero comparten asignaturas y optativas a lo largo de las carreras cuyo objetivo es la búsqueda de la Interrelación e Integración de conocimientos y prácticas. Los egresados de estas dos licenciaturas comparten varias áreas cognoscitivas y adquieren un bagaje de conocimientos teórico-prácticos comunes orientados a la invención y creación de nuevas propuestas y productos en artes visuales y diseño gráfico.” (Mangieri, 2007)

Observamos el carácter integral, interrelacionado, de las carreras constitutivas de la Facultad de Arte. A razón señalamos que de acuerdo al mismo autor también se reconoce el perfil del egresado como flexible, dinámico y abierto adaptable, presto a las posibilidades de combinación e integración de conocimientos teóricos-prácticos permitiendo acoplarse al entorno sociocultural y profesional con altos niveles de competencia y de creatividad, teniendo como meta capacitar a sus egresados para la innovación de relaciones y productos existentes así como la transformación material y conceptual en relación a la dinámica de la sociedad y la cultura.

En temática de docencia Mangieri (2007) señala “La actividad docente de la Facultad de Artes establece una dinámica de relaciones inter y multidisciplinares entre los contenidos de las asignaturas. Hace énfasis en los procesos de creación artística y sus necesarias o posibles interrelaciones con las otras ciencias y disciplinas a fin de garantizar el trazado de un perfil de egresado de carácter abierto y acorde al contexto sociocultural e histórico. Al mismo tiempo, se permite al estudiante el acceso crítico a las corrientes y tendencias artísticas locales y universales a través de una formación concebida como coparticipación alumno-profesor. En este sentido el modelo docente de Facultad se propone como expresión de una actividad investigativa y creadora y no como una forma escolarizada tradicional según modelos normativos rígidamente institucionalizados. Se promueve la reflexión y una praxis creativa e innovadora a partir de un modelo de enseñanza-aprendizaje que interrelacione continuamente la teoría y la práctica. Se insiste en promover un mayor acercamiento sensible y crítico a la realidad histórica y artística involucrando progresivamente al estudiante con su medio y su cultura. Al mismo tiempo, se promueven investigaciones a partir de realidades y objetos novedosos para aproximarse a las específicas dimensiones estéticas de las artes y del diseño gráfico contemporáneo.

La docencia se organiza y tiende al diseño de programas de estudios multidimensionales y flexibles permitiendo la posibilidad de establecer relaciones cambiantes entre las áreas o espacios de conocimiento y la movilidad y elección particular de cada estudiante.” Recapitulando, una dinámica de multirelaciones que hemos venido tratando a lo largo del proceso investigativo como valor fundamental para el proyecto.

Diseño editorial

www.RevistaDigital.ula.ve

Diseño editorial
Revista
Tipos de revistas
Estructura
Estructura Externa
Estructura Interna
Tipografía
Legibilidad
Sistemas de retículas
Sistema de impresión
Tipos de encuadernación
El rol del diseñador gráfico en la producción
de una revista

www.bdigital.ula.ve

“Rara vez se
considera la
página impresa
como un medio
de inventiva
plástica. Su
diseño ha llegado
a estandarizarse,
ser como una
máquina carente
de sentimiento y
significado estético”

*Brodovitch (citado por
Owen, 1991, p. 128).*

diseñoeditorial.revista

Diseño editorial

“Es el diseño gráfico que se especializa en la elaboración visual de libros, revistas y publicaciones varias. *Es necesario conocer bien las características del lector objetivo* para adaptar la diagramación a un estilo comprensible y atractivo para él. En un libro o revista, el diseño editorial actúa en dos áreas distintas: la portada y el contenido interior. La portada debe transmitir clara e interesantemente la naturaleza de su contenido y *el estilo del autor del libro o de la revista*, ya que la portada es uno de los principales factores de promoción y venta. (...) El diseño editorial se caracteriza también por combinar imagen y tipografía, formando un todo cuyos elementos gráficos y tipográficos interactúan entre sí. Este proceso de combinación se conoce como *maquetado*. (...)” (Proenza, 1999, p.136)

Se presenta parte de la definición de Proenza como una de las más completas que logramos encontrar, no obstante debemos aclarar que la misma proviene de un diccionario donde el concepto que toma ventaja es la publicidad (Diccionario de publicidad y diseño gráfico) por lo tanto nos vemos en la necesidad de redefinir la acepción:

Acorde con el concepto “Es necesario conocer bien las características del lector objetivo, para adaptar la diagramación a un estilo comprensible y atractivo para él” a ello decimos, personalmente, no sólo es necesario es fundamental ya que significa la base para la generación de resultados gráficos contundentes en la dirección que tiene tácita la creación editorial, difundir información e incentivar a la lectura (textual o visual) bien sea de revistas o libros en sus distintas formas. Creemos pues que uno de los principios básicos en los que debemos movernos quienes nos apasionamos con el mundo editorial es en el encantamiento del lector desde su propio estudio, pese a que habitualmente no es posible detenerse en este aspecto, consideramos que son ellos quienes de la manera más fiable tienen la mayoría de respuestas para las distintas soluciones gráficas.

Otro particular que queremos distinguir es que al referirse a la portada el autor señala la importancia de *transmitir el estilo del autor del libro o la revista*. Volvemos a insistir, es verdad que el editor de una revista para producirla debe sentir una motivación personal, asimismo debe ser importante la necesidad de llegar a atinar el logro de adeptos a la misma, lo que quiere decir que conviene que la portada transmita no sólo el *estilo del autor* también el estilo del público al que va dirigido pues con ello de algún modo asegura el éxito en la persecución de afectos a la misma y por ende su propia proyección como editor, sobre todo en caso de revistas, ya que si hablamos de libros de marca literaria es el autor quien toma la delantera en cuanto a necesidad de proyección.

Entonces, podemos reformular el concepto de diseño editorial, en favor del interés particular, de la siguiente manera:

Diseño editorial. Es un aspecto del diseño gráfico que se especializa en la elaboración visual de libros, revistas y publicaciones varias. Es fundamental conocer bien las características del lector objetivo ya que de ello depende en gran parte la diagramación y el estilo de la edición con miras a lograr su satisfacción y el éxito del editor en cuanto a afectos al impreso.

La portada y el contenido interior son los aspectos de cuidado del diseño editorial, se debe transmitir clara e interesantemente la naturaleza de su contenido, el estilo del target y el editor del libro o de la revista, ya que la portada es la cara del producto y uno de los principales factores de promoción y venta (aclaremos que hablar de venta supone el logro de adeptos a la lectura). El diseño editorial se caracteriza también por combinar imagen y tipografía, formando un todo cuyos elementos gráficos y tipográficos interactúan entre sí. Este proceso de combinación se conoce como maquetado.

Revista

En miras de consolidar el logro del objetivo final nos detuvimos en la indagación de los antecedentes aún sin antes haber efectuado una revisión detallada de lo que es una revista propiamente. Ahora bien, resuelta en gran parte la incógnita de quiénes constituyen nuestros antecedentes y habiendo aclarado además de qué se trata el diseño editorial pasamos a reconocer lo que es una revista, asumiendo como la acepción más favorable la de Foges (2000):

“La palabra revista en inglés (*magazine*) proviene del árabe y en esa lengua significa *almacén*. Si nos fijamos, las revistas que leemos son una colección de diversos elementos –artículos y fotografías- unidos por una característica común. La publicación *Accountancy Age*, por ejemplo, es un *almacén* de información sobre *contabilidad*, unos elementos enlazados por un director para atraer a los versados en la materia. En ese contexto, la tarea del diseñador es doble: primero, el diseño ha de aportar *expresión y personalidad* a esos elementos para que se les conozca como a un todo coherente, para atraer al lector y conseguir su lealtad; segundo, los elementos se han de disponer de manera que, en ese *almacén*, el lector encuentre lo que le interesa.” (p. 7)

En la búsqueda de una definición certera de *revista* pudimos encontrar otras aproximaciones (Revista, 2005) que aunadas a la *acepción de Proenza y Foges* nos llevaron al siguiente resultado:

Revista. (En inglés *magazine* proviene del árabe y en esa lengua significa *almacén*). Es un tipo de publicación o un medio de comunicación impreso, que aparece cada cierto tiempo, reúne artículos sobre temas o un tema relacionado y contiene unos elementos (tipografía e imagen básicamente) enlazados por un director o un grupo de personas para atraer a un público objetivo. La solución gráfica ha de aportar *expresión y personalidad* a esos elementos para que se les conozca como a un todo coherente, para atraer al lector y conseguir su lealtad. Los elementos se han de disponer comprendiendo el reflejo de conceptos pertinentes a los temas o tema tratado, aunado a los códigos de identidad editorial.

Tipos de revistas

Por su perfil informativo

Las revistas se pueden clasificar en varias categorías, entre ellas: revista de información general y revista de información especializada.

Información General. Abarcan temas de índole más amplia (general) y su público objetivo tiene mayor campo de enfoque ya que sus temas son variados (ocio, cotidianidad, cultura general, etc.) Por ejemplo: *Vanidades*, *Estampas*, etc.

Información Especializadas. Son las revistas cuyo contenido es especializado en un tema específico, por ejemplo: *mecánica popular*, están dirigidas a un público objetivo muy específico.

Por su soporte

Impresas. Como ya hemos proporcionado una definición amplia diremos que es un medio de comunicación de formato impreso que aparece cada cierto tiempo y casi siempre dedicado a temas específicos.

Versión electrónica de una revista impresa. Actualmente, gracias a las innovaciones tecnológicas podemos encontrar en el mercado versiones electrónicas de las revistas impresas, son compendios de información basados en el mismo concepto editorial (canal con contenido informativo general o especializado) con la diferencia de que su distribución se genera mediante el uso de disquete, CD o la red mundial de información Internet y su diseño es para ser leído desde la pantalla.

Edición electrónica o e-zine sin versión impresa. Es una publicación periódica accesible en formato electrónico.

Por zona geográfica

Local. Se dirigen a una zona específica de una ciudad, por ejemplo, en el Edo. Mérida a Mérida. Sus lectores son públicos de clase alta a quienes interesan las artes, la moda y los negocios locales. Un ejemplo de ellas la revista *ángulo*, circula dentro de la ciudad.

Regional. Se dirigen a una zona específica del país; por ejemplo, el oeste o el sur. La mayoría de las áreas metropolitanas publican revistas para su ciudad, ofreciendo noticias e informaciones sobre asuntos de interés para la comunidad local. Las revistas de circulación nacional a veces ofrecen tirajes para mercados especiales de determinadas regiones, un ejemplo de éstas es *Plátano Verde*.

Nacional. Abarcan las que tienen una enorme circulación, *Estampas* por ejemplo

Estructura

“Podría considerarse que la composición de la página es una cuestión de disponer los diversos elementos de la misma –títulos, texto e imágenes– de una forma lógica y con un cierto equilibrio armónico. Desde luego, es esto, pero también es mucho más que esto, al igual que la arquitectura es algo más que la mera disposición de un techo sobre cuatro paredes para protegerse de la lluvia.”

“La composición de la página no es sólo una cuestión de formato, sino de planificación que implica a la dirección de arte y al diseño gráfico. Si hay que incorporar narrativa gráfica o hacer cualquier otra cosa que no sea repetir como un loro las estructuras convencionales, *una composición de revistas experimentada requerirá la comprensión completa y favorable dispuesta del espíritu del texto*, que sólo puede alcanzarse con un seguimiento día a día; la composición cimentada en un entendimiento básico de las técnicas del tipo y de la impresión es la síntesis de tipografía y arte, la expresión del significado a través de un coherente dinamismo gráfico.” (Owen, 1991, p. 158)

En suma, personalmente, hablar de la estructura de una revista es correlativo a hablar de anatomía, deben estudiarse de manera atenta tanto sus rasgos externos como internos para una certera composición.

Estructura Externa

El formato

“El formato de la revista es la base de su identidad visual, pero de ningún modo su única expresión de individualidad. El formato, un esquema regular de tipografía y espacio, es un recurso muy funcional que ayuda a la producción y al diseño y *favorece su reconocimiento*. (...) Los formatos no son otra cosa que andamiajes sobre los que se construye y en torno a los que se crean variaciones temáticas y gráficas, y *muchas revistas consiguen un diseño coherente sin tener que recurrir a ningún formato fijo*, algunas cambian su sistema tipográfico en cada número” (Owen, 1991, p. 158) Podemos observarlo en *Jugend* y *BlahBlahBlah*.

Presumimos el uso de un formato variable (vertical-horizontal) considerando que la elección del mismo será concebida considerando los datos de las encuestas realizadas al target group. No obstante, predecimos que de acuerdo a los formatos normalizados DIN, el tamaño adecuado se circunscribe al A4. También es necesario prevenir las dimensiones regulares de las imprentas del medio nacional, en especial las manejadas regionalmente (Edo. Mérida). Sumando la recomendación de que el conjunto debe ser “lo bastante grande para incluir una cantidad razonable de palabras e imágenes en cada página y lo bastante pequeño para que se pueda leer cómodamente” (Foges, 2000, p. 54)



Blah Blah Blah, Substance
(director de arte) RU. Núms.
Abr, May, Jun, Jul 1996.

La portada

"Las portadas son para las revistas lo que los pétalos son para las flores: llaman la atención y persuaden a los visitantes para que prueben lo más importante, el néctar que lleva dentro." (Foges, 2000, p. 39)

Owen (1991) expone al respecto "la mejor portada de una revista es la portada memorable, la que se recuerda, el tipo de portada que, como dijera un diseñador una vez, "se graba de forma tan fuerte en la mente que no puede olvidarse" (...). Es el área del diseño de revistas que está sometido a un control más estricto, provoca profundas angustias, y es la fuente más corriente de conflictos entre las ambiciones estéticas del diseñador y el objetivo básico del beneficio, puesto que de ésta página, que debe señalar sin equívocos tanto el carácter editorial como el contenido depende el destino de hasta el 40% de la tirada de la revista" (p. 186)

Foges (2000) además señala "los directores de arte, directores y editores dan una importancia extrema a la portada. En los quioscos, la portada es lo que va a marcar la diferencia a la hora de estar un 15% por encima o por debajo de la media de ventas mensuales. El contenido es lo más importante, sí, pero sin una buena portada, los lectores nunca lo sabrán. (...) Aunque la revista no sea de mucha calidad -de venta en supermercados o de buzoneo-, la portada tiene que competir por la atención del lector con todo lo que le rodea: cualquier otra cosa que haya en la misma es-



Dazed & Confused, Matt Roach (director de arte) RU. Núm. 34.



Matador, portada, Fernando Gutiérrez (director de arte) España. Núm. 2.

tantería, el correo del día, etc. (...). A los lectores les gusta reconocer el estilo de la revista y tener nuevos temas si se leen todos los números de la revista. Además de crear una impresión a largo plazo la portada debe convencer al lector de que el ejemplar que pagan este mes (o período) es muy distinto del que pagó el mes anterior y muy distinto de lo que le ofrece la revista de al lado." (p.18)

Al uso de imágenes de personajes reconocidos se les da primordial importancia como sistema de enganche del público en las revistas. Hasta en la misma *National Geographic*, podemos reconocer el ajuste de la importancia de resaltar o atraer la atención con personajes y rostros al observar grandes fotografías bien sea del animal o suceso protagónico de la publicación. La portada es la presentación del personaje, la cara si se quiere del producto, por ello reconocemos la importancia que merece y atendemos a las investigaciones para la propuesta.



El Farol, Nedo
M. F. portada,
Núm. 184, 1959.



El Farol, Nedo
M. F. portada,
Núm. 211, 1964.



plátanoverde, Martín Allais, Alexander Wright (dirección de arte). Venezuela, Núm. 11, 2006

Cabeceras

Es la firma de una revista, la identificación, comprende el nombre de la misma. La mayoría de las cabeceras son diseños fijos. Pueden cambiar los colores, quizá el tamaño, pero la forma de la tipografía es siempre la misma, número a número. Sin embargo, algunas revistas hacen caso omiso de esta convención: *Blah blah Blah*, influida por su hermana *Ray Gun*, cambiaba de cabecera en cada número (al igual que *Jugend*), y no por ello dejó de ser distintiva y reconocible, gracias a la calidad del propio diseño. Así, algunas revistas tienen libertad para hacer cambios sutiles con sus cabeceras, como las mencionadas anteriormente y *Design*. (Fogas, 2000, p. 21)

Titulares de portada

La principal función de los titulares de portada es atraer a los lectores, persuadirles para que compren nuestra revista y no la de la competencia. Aunque la revista ya esté vencida —como en el caso de una suscripción o de los suplementos de periódicos— los titulares de portada a menudo están ahí, bien sea para animar a los lectores a leer lo que han comprado o sólo para satisfacer sus expectativas sobre cómo debería ser la revista.

El tratamiento de la información de la portada varía según las revistas con el objeto de conseguir una serie de efectos: un enfoque restrictivo —en el que sólo aparecen los artículos más importantes— podría sugerir cierta sofisticación mientras que las portadas que anuncian sin parar todo lo que hay en la revista, quizás estén intentando sugerir que su oferta es sensacionalista.

El modo en que se escriben los titulares de portada también sugiere a los nuevos lectores por dónde va la revista. Pueden ser locuaces, informativos, ingeniosos o sensacionales. Lo mismo se deduce de su estilo tipográfico: si no hay nada mejor, los lectores buscarán señales visuales en el lenguaje gráfico de la portada si la revista parece ¿simple, entretenida, útil?

Elementos obligatorios de la portada

Son elementos que no tienen nada que ver con el contenido de la revista, pero que ayudan a que el lector se decida a comprar. Proporcionan la información básica como el precio, el código de barras, el número, el mes, el nombre de la revista, lo que hay dentro, las ofertas especiales. Como esta información no dice nada sobre si la propuesta de la revista es interesante, si será una fuente útil de información o si será un entretenimiento agradable, es poco probable que el diseñador quiera destacarlos demasiado. Pero como son elementos obligatorios, deben formar parte del diseño de la portada, y no han de estropear los logros conseguidos con los demás elementos. Las portadas de revistas funcionan como conjunto y los diseñadores de portadas que destacan en su trabajo tienen en cuenta cada uno de estos aspectos en el contexto de todos los demás.

Lomo

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. Tienen la función de identificar la revista en la estantería o en una colección. Puede llevar marcas identificativas, como el logo y el número, ayudando a que el lector encuentre un número concreto si las revistas están expuestas con el lomo a la vista en una estantería (aunque generalmente suelen venderse con la portada a la vista, los lectores las suelen almacenar con el lomo de manera visible).



Dazed & Confused, Matt Roach (director de arte) RU, portada y contraportada. Núm. Feb 1999.

www.bdigital.ula.ve

Contraportada

Es el nombre que recibe la última hoja de la publicación. La contraportada exterior es la que se encuentra dándole la vuelta a la revista cerrada y que está impresa en el mismo corte de papel de la portada. Generalmente el papel en el que se imprime es de un grama-je y calidad mayor que el destina-do al contenido. Al dejar la tarea de identificación y exposición del contenido a la portada y el lomo, la contraportada pareciera quedar desprovista de importancia. De acuerdo a Foges (2000) suelen considerarse poco útiles para la promoción de la revista y la identi-ficación de sus contenidos y usual-mente se vende a los anunciantes que pagan grandes precios por un lugar para ellos prominente. Sin

embargo, algunas revistas sacrifican esos ingresos extras y aprovechan el espacio, por ejemplo *Danzad & Confused* ofrece dos portadas por el precio de una e imprime una segunda imagen al revés en la parte de atrás de la revista, con cabecera y titulares de portada; *Eye* utiliza su contraportada para mostrar el contenido del número; *Design* —que como publicación del UK Design Council no acepta publicidad— utiliza la portada para informar de algún producto de interés. Pero el uso de las portadas con funciones editoriales va mucho más allá de lo utiliza-rio: como *la mayoría de las revistas la destinan a publicidad, las que no lo hacen marcan la diferencia: otra pequeña razón (a igual que el uso del lomo) para que sus lectores codicien, valoren y admiren (mejor diríamos: quieran) su revista.*

Personalmente, la contraportada no debe “perderser de vista” estamos de acuerdo con fortalecerla como parte importante de la estructura ex-tema, digamos que para nosotros conforma la espalda de la chica, un gancho, y una linda espalda debe saber lucirse con un apro-piado escote.

Créditos

Comprende las citas de las personas con sus respectivos cargos, que trabajan en la revista, a menudo con detalles para poder contactar con ellos. Las páginas del sumario casi siempre incluyen información sobre los colaboradores de la revista, aunque sólo sea su nombre (sin embargo, en algunos casos como *The Economist*, ni siquiera los ponen: la autoridad de la revista procede de su propio renombre, no de la identidad de sus colaboradores). A menudo se añaden detalles biográficos o anécdotas curiosas, para aumentar la credibilidad de los escritores —y de la revista— a los ojos del lector o simplemente para darle un toque de personalidad en su primer estado.

Sumario

Aunque corresponde a una pequeña parte de la revista, esta página tiene mucha importancia. Su principal función es resumir al lector el contenido de la revista y dónde podrá encontrar cada reportaje, digamos que hace las veces de índice de los libros. Algunas veces también comprende otros elementos como los créditos, así como puede incluir información sobre sus colaboradores (*Arena*, *Graphics International*) o pequeños comentarios sobre sus contribuciones. La columna editorial también puede estar en esta página. A menudo se insertan una o dos imágenes para dar un poco de brillo a la página. El lector tiene que poder saber rápidamente lo que desea saber: quién es el director de venta o publicidad, en qué página está la entrevista principal “toda una proeza”

Debemos señalar que si bien los datos se están tomando como referencias importantes de diseño básico de revistas no hacen la regla y si así fuere, uno de nuestros propósitos oscila en romper con ellas.



Dazed & Confused, Matt Roach (director de arte) RU, página de sumario. Núm. Ago 1997.

Editoriales

La columna editorial, o editorial, normalmente se sitúa en la página del sumario o cerca de ésta y se diferencia del resto del contenido de la revista en que la dirección de la publicación habla directamente al lector, es el equivalente del editorial de un periódico, en el que el director es libre de pronunciarse sobre las noticias del día (sobre determinadas noticias) o sobre cualquier tema que le apetezca.

Pocas revistas se apartan de los parámetros convencionales en la columna editorial. Una de estas excepciones es *Dazed & Confused*: esta revista de tendencias a veces incluye elementos extraños e incongruentes en vez de la columna editorial: cuestionarios enviados al director o un documento de arresto, en bro- ma, donde aparecen cargos en contra del director (realizado, claro, por sus empleados)



Big, Marcelo Jünemann (Editor y director) Markus Kiersztan (director creativo) EE UU página de créditos, Núm. 22.



Nest, Joseph Holtzman (director de arte) EE UU página de créditos, Núm. Invierno, 1998.



Frieze, Nashville (director de arte) RU página de sumario. Núm. 2, 1991.

Secciones

Son las partes de una publicación, donde se agrupan varios artículos del mismo tema. En la prensa encontramos la sección editorial, internacional, política, económica, variedades y clasificados, entre las principales. En las revistas, las secciones varían según el público al que se dirigen y la especialidad. (Proenza, 1999, p. 417)

Artículos

De acuerdo a Foges (2000) “La mayoría de las revistas se dividen en: artículos principales y artículos de relleno. Los principales suelen ocupar varias páginas y los de relleno suelen ser noticias o informaciones de interés. Es importante distinguir estos dos tipos de artículos mediante el diseño, y aunque no hay reglas fijas para hacerlo, el análisis de una muestra aleatoria de revistas sugiere que el uso de columnas de texto más anchas, diferentes tipografías, introducciones más largas y titulares más grandes son la norma de los artículos más importantes.” (p. 82)

Elementos iniciales básicos. El esquema tipográfico: Proporciona un sistema de producción regular y el reconocimiento, mediante la creación de un estilo individual para la revista y distinguiendo entre texto y publicidad. Las estructuras tipográficas convencionales determinan el estilo de los elementos de la página:

Títulos. Para introducir la historia concreta y atraer la atención del lector hacia ella

Antetítulos. (Subtítulos o introducciones), introducción más detallada, pero todavía breve y concisa.

Texto. Que puede resaltarse mediante la pérdida de las mayúsculas o con otro estilo (versalitas por ejemplo), y romperse por medio de títulos corridos y citas, por pautas verticales o columnas.

También tenemos el conjunto esencial de “accesorios” formado por los pies de ilustración (leyendas), créditos y notas, y los artificios de orientación: firmas, números de páginas (folio) y símbolos de girar la página.

En esencia, regularmente el titular es más grande que el subtítulo; éste es mayor que el cuerpo de texto, etc., y el tipo utilizado en el texto se dimensiona de acuerdo con la anchura de la columna.



Blah Blah Blah, Substance (director de arte) RU. Núm. May 1996



El Farol, Gerd Lauffert. Núm. 175, 1958

www.digitall.ula.ve

Elementos de ayuda a la lectura

El sumario de una revista no sirve de mucho si el compromiso del diseñador de orientar al lector no se mantiene a lo largo de toda la publicación. Los diseñadores tienen a su disposición una serie de elementos que ayudan a moverse por las revistas y que se dividen en dos grupos: elementos con una función implícita y elementos con una función explícita.

En la primera, se encuentran técnicas como la variación del papel o la impresión en color y el uso de estilos tipográficos específicos para determinadas secciones. Las ayudas explícitas para moverse por la revista se encuentran en los extremos de las páginas y en el interior de los propios artículos:

El folio

Nombre que recibe el número de cada página de un impreso. Es el ejemplo más obvio de ayuda explícita. El estilo adoptado para la numeración de las páginas debe ser coherente y claro: el número de página debe aparecer siempre en el mismo sitio y debe ser fácilmente reconocible. Muchas revistas no se enumeran las páginas en las que aparecen los anuncios, lo que a veces resulta perjudicial para el lector, que tarda más en encontrar lo que busca.

De acuerdo a Müller (1992) desde un punto de vista psicológico, el número de página situado en la mitad de la misma causa el efecto de algo estático; el situado en el blanco de corte, de algo dinámico. Si el número de página se halla debajo o encima de la mancha su distancia respecto a la misma, es decir, hacia arriba o hacia abajo, debe corresponder a una o más líneas vacías, según el tamaño del margen. Si el número de página se pone a la izquierda o a la derecha de la mancha, la distancia será normalmente igual al espacio intermedio entre columnas. Según su colocación, la página puede cobrar un aspecto tranquilizador o dinámico: en la parte exterior tiene el valor óptico de un peso, de tal modo que la vuelta de página se hace más dinámica y enérgica. Situado simétricamente en el centro y debajo de la mancha, el efecto es estático y tranquilo.

Indicadores de continuación de un artículo

Si los artículos tienen que dividirse por razones de espacio el lector debería saber en qué página continúa ese artículo, y en la continuación debe constar en qué página está el principio y cuál es su título.

Iconos de inicio, continuación o final de un artículo

Entre las herramientas utilizadas por los diseñadores de revistas se incluye un conjunto de iconos que indican la continuación de un artículo en la página siguiente, su principio o su final. Para que estos iconos sean efectivos, deberían ser obvios y preferentemente conocidos: está establecido, por ejemplo, que un cuadrado al final de un artículo significa que éste ha terminado.

Encabezamientos de sección

Le indican al lector en qué parte de la revista se encuentra, también pueden ser titulares abreviados que aparecen en todas las páginas de un artículo para recordarle al lector qué artículo están leyendo.

Tipografía

Rasgos característicos de las humanas



Rasgos característicos de las garamónicas



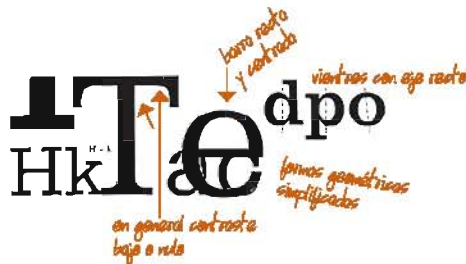
Rasgos característicos de las reales



Rasgos característicos de las didónicas



Rasgos característicos de las mecánicas



“El conocimiento de las cualidades de un tipo de letra es de la mayor importancia de cara a los efectos funcionales, estéticos y psicológicos del material impreso” (Müller, 1992, p. 19)

Consideramos trascendental entablar especial atención en el tema tipográfico, ya que como bien lo introduce la anterior cita incurre en datos de legibilidad, así como de apariencia o como bien se señala de estética atendiendo la premisa de que las familias de tipos transfieren un momento, una época o una atmósfera particular al impreso, traduciendo el estilo de un grupo determinado de personas, además de que nos conduce a un muestreo de aspectos psicológicos, en nuestro caso no sólo del emisor sino esencialmente en cuanto a público objetivo respecta.

Precisamente, determinamos imperante hacer mención a la clasificación de los tipos, en aras de asegurar una confiable selección de la(s) familia (s) tipográfica (s) para la edición de textos.

Diversos expertos han elaborado sistemas de clasificación de los estilos tipográficos, de acuerdo a Buen Unna (2000) en 1957, se constituyó la ATYPI (Asociación Tipográfica Internacional) que tiene por objeto asesorar a organizaciones relacionadas con el trabajo editorial, pero para 1962 surge de ellos una propuesta catalogada como difícil. Dentro de lo indagado se dedujo el sistema DIN 16518-

ATypI (adaptación de la propuesta de Maximilien Vox, con algunos ligeros cambios) como una de las propuestas más favorables. Según el autor pretende ser más precisa que las anteriores y estar enfocada hacia los medianamente especialistas en el tema. Sin detenernos en grandes detalles podemos señalar que existe una gran variedad de grupos de familias tipográficas, como lo son: *las humanas, las galdas, las reales, didonas, las mecánicas, lineales, incisas, caligráficas, manuales y fracturas* (ver glosario para más información).

De ellas, el grupo de familias lineales son las que se aproximan de mejor manera a nuestros conceptos de diseño y la imagen gráfica que queremos proyectar. Hemos considerado necesario dar una tonalidad geométrica, de orden, en el bloque de texto, ya que la intensidad informal, de soltura, si se quiere, atrevimiento lo hemos connotado con el tratamiento de la imagen. Asimismo, debemos recordar que para el caso, la legibilidad es un apoyo a la proyección. Müller (1992) indica que las mismas normas tipográficas válidas para la letra romana sirven para las letras de palo seco.



Rasgos característicos de las lineales



Ejemplos de incisas



Ejemplos de caligráficas



Ejemplos de manuales



Ejemplos de letras fracturas

Las imágenes tipográficas presentadas corresponden a la fuente de Buen Unna (2000), en caso de ser necesario, sugerimos dirigirse a las referencias originales para una mejor visualización de las mismas.

Legibilidad

“Cualidad de lo que se puede leer fácilmente por estar escrito con suficiente claridad, según la clase de tipo seleccionado para un texto largo. Generalmente se utilizan tipos con serif, por hacer más clara y relajada la lectura de bloques de texto y subtítulos largos, mientras los titulares se escriben en letras de palo seco.” (Proenza, 1999, p. 243)

En pro de una configuración tipográfica adecuada también accedemos a reconocer las normas básicas de una efectiva legibilidad para el momento del levantamiento del bloque de texto. Esta información se sustenta de los estudios realizados principalmente por Müller Brockmann (1992). De acuerdo al experto establecemos entonces como fundamental tomar en cuenta lo siguiente:

Ancho de columna

- La anchura de columna tiene que ser adecuada al tamaño del cuerpo de letra.
- Letras muy grandes o muy pequeñas se leen con esfuerzo. El lector se cansa antes.
- Al igual que las líneas demasiado largas, las demasiado cortas también fatigan. el ojo siente las líneas largas como algo pesado, porque hay que emplear demasiada energía en mantener la línea horizontal a gran distancia del ojo; en la línea demasiado corta, el ojo es obligado con demasiada rapidez a cambiar de línea. También esto requiere, a su vez, gasto de energía.
- Una regla establece que se ha logrado una anchura de columna favorable para la lectura cuando se colocan por término medio 10 palabras por línea. Si se dispone poco texto en líneas largas o cortas, no se experimenta molestia.

El interlineado

- Para la lectura fácil y agradable de textos es fundamental un interlineado suficientemente amplio. Cuando las líneas de texto se encuentran muy próximas entre sí se obliga al ojo a la lectura simultánea de los párrafos vecinos.
- Las líneas demasiado próximas entre sí perjudican la velocidad de lectura puesto que entran al mismo tiempo en el campo óptico el renglón superior y el inferior. La vista se desvía, el lector gasta energías donde no debe y se cansa antes de lo preciso. El texto parece muy oscuro las líneas pierden óptimamente en claridad y reposo
- Con el interlineado excesivo, al lector le cuesta encontrar la unión con la línea siguiente, la inseguridad crece y el cansancio llega con mayor rapidez. Predomina el sentimiento de que el conjunto impreso actúa como algo estático e inactivo.
- La magnitud del interlineado determina el número de líneas que entrarán en una página impresa. Cuanto mayor sea el interlineado menor número de líneas podrá ponerse en la página.
- La longitud del texto, como la separación correcta entre columnas por un lado y de líneas por otro, tiene una importancia determinante para la fácil legibilidad.

Sistemas de retículas

Retícula.

“Es un sistema de composición usado en diseños editoriales que marca la posición de los márgenes y los bloques de texto con líneas de guía horizontales y verticales, con el fin de mantener una identidad visual a lo largo de una misma publicación o serial de piezas gráficas interrelacionadas. Es fundamental en el maquetado de libros, revistas, periódicos, anuarios, etc. Una **retícula mixta** es aquella que se puede usar de diversas maneras para la composición de páginas de secciones distintas de una misma publicación, pero que de todas maneras conserva en todas sus variaciones ciertas bases del estilo institucional de esa publicación.” (Proenza, 1999, p. 399)

“El fin tradicional del formato y de la retícula es el de facilitar la producción y dar coherencia y claridad a la forma; basándose en la función objetiva de cada elemento de la página, se ha desarrollado una jerarquía particular del tipo.” (Owen, 1991, p. 160)

Con la retícula, se divide el espacio en secciones moduladas sobre las que se coloca el tipo, de acuerdo a unas especificaciones más o menos prefijadas. Determina, en mayor o menor medida, dónde deben situarse el tipo y las imágenes, de acuerdo con los requerimientos editoriales (la naturaleza de la ilustración, la longitud de los artículos, cómo se combinan dentro de la página y dentro de la revista, sus *interrelaciones*, etc.), y también con los requerimientos técnicos del papel, la impresión y el presupuesto.

Sistemas de impresión

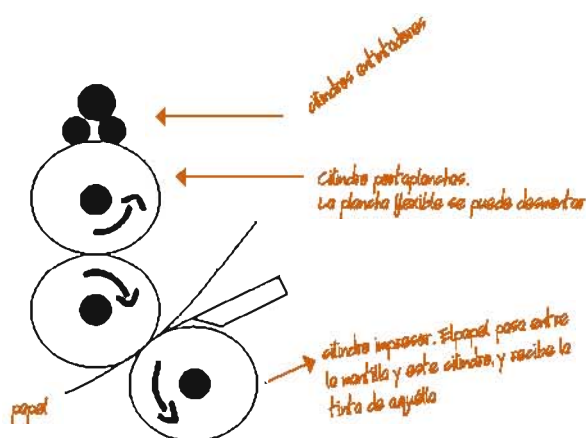
Existen una variedad de sistemas de impresión desde sus inicios en el siglo XV, sin embargo exponemos el sistema offset, siendo éste el que se sugiere como proceso de reproducción para la publicación.

El sistema offset

De acuerdo a Proenza (1999) “es un proceso de impresión fotográfico inventado a principios del siglo XX por el impresor Rubel en los Estados Unidos, para reproducción en cantidad a bajo costo, en el que se utiliza una placa o plancha de aluminio delgada que se enrolla sobre un cilindro de una prensa rotativa. Inicialmente, las planchas eran de cobre, luego cinc, aluminio y actualmente, se utilizan las planchas plúriméticas (formadas por una capa superior de cromo y una inferior de cobre) y las planchas sensibilizadas (recubiertas previamente de una sustancia que se deshace con la luz, lo que evita hacerles tratamientos especiales). El grabado de las planchas se hace con un proceso fotomecánico. Esta plancha se im-

pregna continuamente de un fluido que repele la tinta. La placa entintada se junta con un recubrimiento de caucho en otro cilindro. La impresión pasa de la placa a la cubierta de caucho. El recubrimiento entintado transfiere, entonces, la imagen entintada al papel, localizado en un cilindro de distribución. La plancha no se toca directamente con el papel jamás. Este procedimiento fotográfico le confiere una gran calidad de reproducción y eficiencia, y permite además imprimir casi sobre cualquier superficie (papel, cartón, plástico, etc.) el offset es el más reciente de los procesos de impresión principales. La litografía offset, se diferencia de la litografía tradicional en que sólo se puede imprimir de una matriz metálica y no de piedra, como en aquélla. Es una técnica planográfica que se basa en el principio de que la grasa y el agua no se mezclan. Casi todas las revistas, diarios y publicaciones en color se imprimen en este sistema por la gran rapidez de las imprentas rotativas de alimentación continua. Facilita la impresión sin utilizar el molde original, y se evita así su desgaste. Asimismo, no permite hacer cambios en la plancha, pues requeriría hacer una plancha nueva; sólo permite retirar material, pero no agregarlo. Además, tampoco permite imprimir sobre ciertos materiales como el cartón muy grueso. Las máquinas de offset pueden imprimir en un solo tiro de uno a seis colores, y según el tipo de papel con que se alimenten, pueden ser de impresión plana (con papel cortado en pliegos, medio pliego o cuarto de pliego) o rotativa (rollos de papel sin cortar).” (p. 290)

www.bolintal.ula.ve



Sistema offset litográfico

Tipos de encuadernación

La encuadernación depende del número de páginas de contenido, del presupuesto y de factores como la duración que amerite. La mayoría de las revistas se diseñan para ser leídas en formato A4, por razones de costo, convenciones y durabilidad y van encuadernadas a la izquierda. Algunas adoptan tamaños y formas inusuales, así como encuadernaciones poco convencionales, pero la mayoría de diseñadores optan por una encuadernación tradicional y dentro de ella el diseñador usa diversas alternativas.

A caballo

Cuando las hojas, previamente cortadas y plegadas, se encuadernan una sobre otra haciendo que las primeras páginas de la publicación contengan automáticamente también las últimas, y luego se fijan por cosido.

Encolado

(Al canto), cuando los pliegos se encuadernan uno al lado del otro, tendrán las páginas consecutivas y se fijan por encolado. Permite conservar la paginación a pesar de su uso repetido.

Engrapado

Fijadas al "lomo" mediante el engrape si son delgadas.

Las revistas se imprimen y encuadernan por secciones, y el presupuesto para su elaboración a veces determina la forma, el tamaño y la encuadernación. Se sugiere consultar a los impresores para tomar las decisiones adecuadas desde el punto de vista estético y económico.

www.bdigital.ula.ve

El rol del diseñador gráfico en la producción de una revista

De acuerdo a Foges (2003) para la creación de una revista se requiere de varias personas que pueden venir de diferentes entornos y sus desempeños dentro de la misma varían de acuerdo a una serie de actividades que se asignan para que el producto pueda surgir satisfactoriamente. Dice "la mayoría de las revistas son el resultado de un esfuerzo de colaboración, pero también hay que decir que en ese mundo hay mucha jerarquía y se concede mucha importancia a los cargos: el director, el subdirector, el ayudante del director, el director suplente, el redactor de artículos, el redactor colaborador, el director editorial." (p. 7)

No consideramos pertinente detenernos en cada uno de los roles mencionados, nos abocamos específicamente al del diseñador gráfico, aportando una opinión particular al respecto:

El director de arte o el diseñador

Se encarga de la presentación del material encargado por los directores y realizado por los periodistas, fotógrafos e ilustradores. Los puestos de director de arte y del diseñador se diferencian en que el director de arte puede tener a uno o dos diseñadores a su cargo, haciendo que maqueten las páginas concebidas por él. Ambos, nor-

malmente tienen que conseguir que la revista resulte atractiva para los lectores.

Tomamos esos datos como una idea general de los recursos humanos que se requieren para la satisfactoria producción de una revista. En relación hacemos hincapié en lo siguiente también expresado por Foges (2003): "El encargado de la toma de decisiones varía de acuerdo a cada publicación, en algunas ocasiones puede llegar a ser el mismo director de arte (o diseñador) quien se encargue de la dirección en general". Al respecto, explicamos: si bien nos parece pertinente nombrar un encargado o "director general" para la óptima producción de la revista, no debemos olvidar que en nuestro caso se trata de revista *estudiantil* y para ello manejamos la posibilidad de que se efectúe un mecanismo de rotación de cargos para que cada estudiante cuente con la oportunidad de experimentar su desempeño dentro de tal o cual función, además de asegurar que tras la ausencia del encargado la producción de la revista no se detenga (en caso de salida de la Universidad por culminación de carrera, por ejemplo, de alguno de los participantes del equipo editorial), es decir, se asume la asignación de funciones de una manera "superficial" en tanto se quiere trabajar en virtud de la co-creación, con la posibilidad de que el equipo de trabajo tenga apertura a desenvolverse dentro de todas las funciones.

Señalamos también, que aunque el diseñador gráfico de acuerdo a la investigación pareciera quedar como un empleado secundario dentro del equipo editorial presentado (cuando no tiene el rol de director artístico propiamente) juega un papel fundamental en la elaboración de la revista. En teoría se presenta dentro de una función de edición de texto e imagen o como diagramador, en nuestro contexto -por experiencia propia- representa muchas veces el "todero", es decir, no sólo se encarga del maquetado (lo que corresponde a un papel de diagramador netamente) en general pasa a ocupar roles de director artístico, maquetador, fotógrafo, ilustrador, corrector de estilos y pare usted de contar. Sírvase lo expuesto entonces como una confirmación del importante rol que desempeña el diseñador gráfico, acotando por su puesto que los resultados en sí dependen de la co-relación entre los integrantes del equipo editorial con que se cuenta.

Análisis de datos

www.bdigital.ula.ve

“No es sólo **tecnología** de lo que nos encargamos, sino de hacer llegar el **mensaje**”

Eric Satué

Una mirada general

Lo tradicional o denominado esquemas convencionales.
De la modernidad. Abstracción de características relevantes.

De lo contemporaneidad. Revistas guías: Matiz, Plátano verde, La Revista. Características aplicables.

Estudio del Target: Los receptores partiendo de los receptores

Perfiles

¿Qué identifica al estudiante de la Facultad de Arte según sus propios estudiantes? (Encuestas y resultados)

Datos demográficos

Datos psicográficos

Datos gráficos

En síntesis

análisis de datos

De lo tradicional o denominado esquemas convencionales

En nuestra revisión encontramos que el diseño de páginas tradicional lo constituyen características de *orden minucioso*, en primera instancia, que raya en extensas discusiones sobre legibilidad, es decir, funcionalidad por encima del atractivo gráfico, y en este ir y venir nos gana (tradicionalmente) la preocupación por la legibilidad que deviene generalmente en diseños altamente rígidos y nocivos para la propia edición.

Es así como descartamos de las características más resaltantes dentro de lo convencional construcciones “formularias” en el orden de: titulares, texto e ilustración. Al respecto, escuchamos lamentos de los mismos diseñadores en el hacer editorial “rara vez se considera la página impresa como un medio de inventiva plástica. Su diseño ha llegado a estandarizarse, a ser como una máquina carente de sentimiento y significado estético”. Brodovitch (citado por Owen, 1991, p. 128). Son precisamente estos lamentos a los que queremos atender en el diseño en curso.

www.bdigital.ula.ve

**De la
modernidad.
Abstracción
de características
relevantes**

Del primer período estudiado (fines siglo XIX) destacamos la característica de un **orden visual coherente** como elemento a reformular para nuestro diseño. Como modelo a seguir tomamos a *Jugendstil* de la cual destacamos el hecho de ser una revista de arte y ser un periódico de entretenimiento popular que abarcaba un público amplio, entonces, en el sentido de que nuestro proyecto de revista reúne un target group amplio se considera prototipo a considerar. A su vez, *Jugendstil* marcó la agudeza de un formato que tenía la mitad de material visual y la otra mitad de texto, lo que es un objetivo a alcanzar en nuestro diseño. Otro dato importante lo concede la política editorial de permitir al diseñador de



Otto Eckmann,
portada de
Jugend, 1896.



Peter Behrens,
diseño de página
de *Jugend*, 1904.

la portada de la semana que diseñara también el nombre de la publicación (cabeceza) de acuerdo con el diseño de la portada, teniendo así como constante la variación del logotipo de la revista. Ésta característica, si bien fue cambiando con el paso del tiempo (por un enfoque más geométrico y objetivo) es uno de los rasgos que hoy queremos retomar.

De la época modernista como tal, desarrollada en páginas anteriores como la *revuelta* de principios del siglo XX, recapitulamos "En la tercera década dos elementos particulares se desarrollan: El cambio de estilo gráfico, la desnudez y la geometría que se contraponen al organicismo y eclecticismo ornamentalista de la época." De los referentes de esta época diferimos en la geometrización excesiva del diseño, decidimos vincularla al *organicismo*, retomando la desnudez como herramienta para páginas donde se requieran descansos visuales en la orientación de generar ritmos de lectura en el compendio. **Asumimos la posición de abogar por un eclecticismo orientado en determinar las características moldeables para proponer nuevos sistemas.**

Si bien hemos podido constatar que movimientos como el constructivismo, el suprematismo, el neoplasticis-

mo, De Stijl y Bauhaus, se desarrollaron en pro de una marcada geometría, percibimos en nuestra era y de acuerdo a los datos arrojados en las encuestas a nuestro target group una inclinación hacia las formas gráficas como el pincel, las manchas y los puntos lo que sugiere un trabajo de las formas orgánicas principalmente. No obstante, vinculado a éstos resultados consideramos partícipes algunos de los principios del movimiento Dadá, que para la época constituye un pilar fundamental de revelación en las artes, siendo su condición "El espíritu del movimiento, la irracionalidad, la búsqueda de la libertad y la oposición al estado de las cosas de la época y a las expresiones visuales"

Los datos históricos señalan que el dadaísmo "destruyó" la sintaxis y el constructivismo señaló el camino hacia la reconstrucción de la página impresa. Hoy nuestra meta es conciliar éstas características para reconstruir nuestras páginas dentro de las premisas de legibilidad y atrevimiento gráfico.



David Carson (director artístico)
y John Ritter (fotógrafo), "is
techno dead", *Ray Gun*, 1994.



Blah Blah Blah, *Substance* (director
de arte) *RU*, Núm. May 1996

De la contemporaneidad. Revistas guías: *Matiz*, *Plátano verde*, *La Revista*. Características aplicables

En nuestro proceso de investigación observamos que el diseño de revistas para estudiantes universitarios con estilos contemporáneos o enmarcados dentro de la característica de diseño experimental identificativo es escaso, sin embargo, pudimos encontrar varios antecedentes cercanos a la idea de propuesta que estimamos como resultado y dirigidos a un público juvenil contemporáneo, así es que tomamos de nuestros predecesores tres publicaciones de las que podíamos extraer características acorde a nuestra visión de diseño, ellas son:

Matiz Gráfico del Diseño Internacional. Este referente nos aporta la característica de **alteración de la estructura tipográfica convencional, en cuanto a la disposición y dirección de los títulos, subtítulos y párrafos de los artículos** y la constitución de lo que hemos denominado diseño experimental identificativo, por el juego tipográfico que contiene.

Plátano Verde. Uno de los datos coincidentes con nuestro proyecto es el interés de abrir espacios de participación para los artistas venezolanos, claro que en nuestro caso delimitamos el interés de proyección a los estudiantes de arte ulandinos. Reconocemos pues de este pariente: **el estilo osado que rompe con lo tradicional a través del uso de tipografías y puntajes diversos, el entrecruzamiento, la no correspondencia de un diseño sistematizado sino dinámico de acuerdo a los requerimientos de cada edición, dando importancia al reflejo gráfico del artículo o artista a publicar, asimismo adoptamos la libertad de discursos cotidianos, y el atrevimiento gráfico.**

La Revista. Adoptamos el ímpetu de romper con los esquemas convencionales de diseño, y en algunos artículos con el discurso formal, incentivando la correlación del lector estudiantil con la muestra gráfica, también **elogiamos la iniciativa de reflejar el contenido de los artículos con el diseño tipográfico de títulos y herramientas de imagen.**



**plátanoverde, portada
y página, Venezuela, Núm. 07, 2005**



**plátanoverde,
Martín Allals,
Alexander Wright
(dirección de
arte). Venezuela,
Núm. 11, 2006**



**La Revista,
Vicerrectorado
Académico de
la Universidad
de Los Andes
Núm. 2, 2006.**

www.bdigital.ula.ve

Perfiles

¿Qué identifica al estudiante de la Facultad de Arte? según sus propios estudiantes (Encuestas y resultados)

En el proceso de investigación hemos señalado la importancia que para nosotros tiene el estudio del target group como principio de diseño. Apoyando dicha inquietud señalamos:

“el éxito de toda organización depende de la aceptación e imagen que tenga ante sus clientes y usuarios, independientemente de que éstos puedan ser internos o externos. Su permanencia en el tiempo estará ligada al hecho de tener clientes y usuarios satisfechos siempre dispuestos a solicitar (a colaborar con) el producto o servicio, porque siente que se les comprende sus necesidades. Ante esta realidad cabe plantearse la pregunta ¿cuán bien se conoce y se comprende al cliente o usuario? Este siempre busca un trato especial, que se le considere alguien importante. De allí que uno de los elementos fundamentales del análisis del entorno es la detección de las principales necesidades de los clientes y usuarios, los cuales serían satisfechos por el bien o servicio que ofrece la organización y que justifican su razón de ser” (Vivas, 2001).

Por este motivo decidimos respaldar la indagación con la realización de una mínima cantidad de encuestas dirigidas al estudiantado, como medio auxiliar para generar respuestas gráficas con las que el *cliente* se sienta identificado.

Aunado a lo expuesto aclaramos que el formato *encuestas* se seleccionó en función de que reúne las cualidades a estudiar: “El diseño encuesta es exclusivo de las ciencias sociales y parte de la premisa de que si queremos conocer algo sobre el comportamiento de las personas, lo mejor, lo más directo y simple, es preguntárselo directamente a ellas. Se trata por tanto de requerir información a un grupo socialmente significativo de personas acerca de los problemas en estudio para luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo, sacar las conclusiones que se correspondan con los datos recogidos.” (Osorio, 2006). Aclaramos, aunque el uso de encuestas es frecuente en los investigadores sociales, nuestro proyecto no encierra

una investigación social proplamente, optamos por las encuestas sólo como un método para recoger datos y tener una aproximación más fiable acerca de los gustos e inclinaciones del target group: “Al acudir directamente a la gente (a los actores sociales) para conocer su situación, conducta u opinión, *nos precavemos contra una multiplicidad de distorsiones y nos ponemos a salvo de interpretaciones que pueden estar altamente teñidas de subjetividad.*” (Osorio, 2006). Con esta ventaja estamos procurando en la medida de lo posible **olfatear el pensamiento, discernir la opinión de nuestros lectores para poder llegar a ellos con mayor garantía y no quedarnos en suposiciones personales.**

En correlación, dentro de escalas valorativas, seleccionamos *preguntas abiertas* para obtener resultados aproximados, en tanto que hablar de gustos y características generales supone una amplia gama de posibilidades. Enfatizamos, en nuestro caso la necesidad impera en ganar *acercamientos* a las inclinaciones de nuestros lectores: “las preguntas abiertas no delimitan de antemano las alternativas de respuesta. Por lo cual el número de categorías de respuesta es muy elevado; en teoría, es infinito.” (Osorio, 2006)

Señalamos además, que pese a haber intentado ser minuciosos a la hora de diseñar el formato de encuestas nos topamos con problemas de extensión y por ende, luego de la ejecución tuvimos que enfrentarnos a una nueva selección de preguntas, por lo que los cuadros valorativos que se presentan no engloban la cantidad total de preguntas realizadas, sin embargo, presentamos los resultados de las interrogantes que consideramos de mayor pertinencia a las necesidades.

“cada estudiante debe encontrar su propia dirección mientras avanza con otros comprometidos en una búsqueda similar para obtener resultados diferentes” (Meggs, 2000, p. 461)

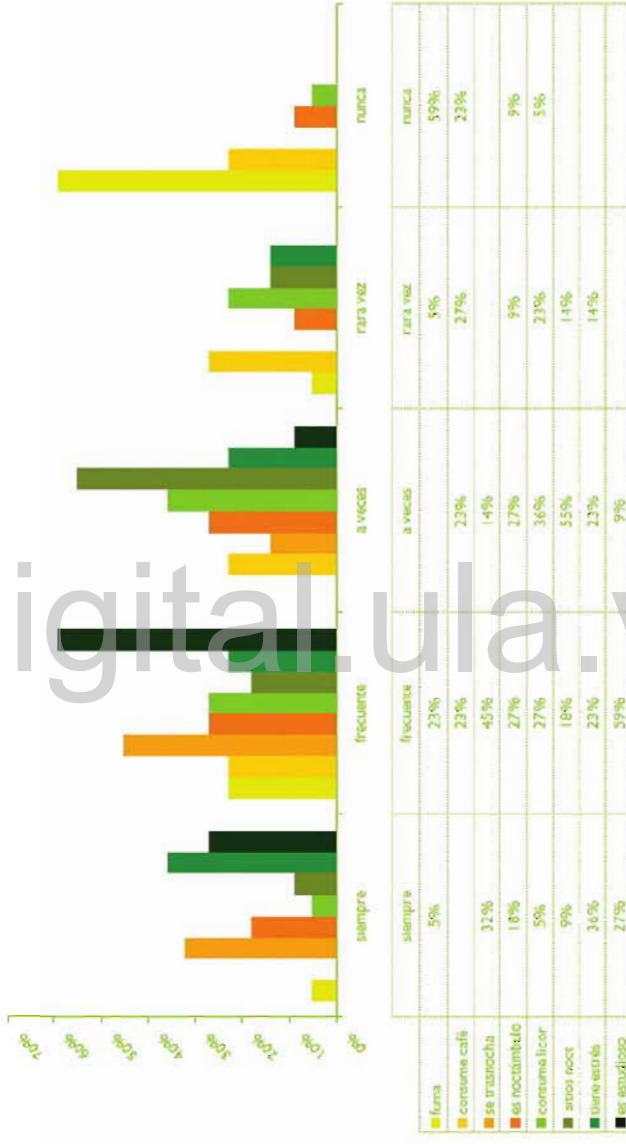
Datos demográficos

La población estudiantil, determinada como **target group** fluctúa entre 19 y 30 años de edad aproximadamente, el lugar de procedencia varía predominando el grupo de otros Estados en la ciudad (45,45 % otros Estados). Tienen un nivel socio económico mayoritario de clase media (54,54% clase media). También debemos tomar en cuenta que se percibe como conjunto mayoritario las mujeres (63,63%) y en general el estado civil es de solteros (99% estado civil: solteros)

Datos psicográficos

www.bdigital.ula.ve

Ámbitos cotidianos



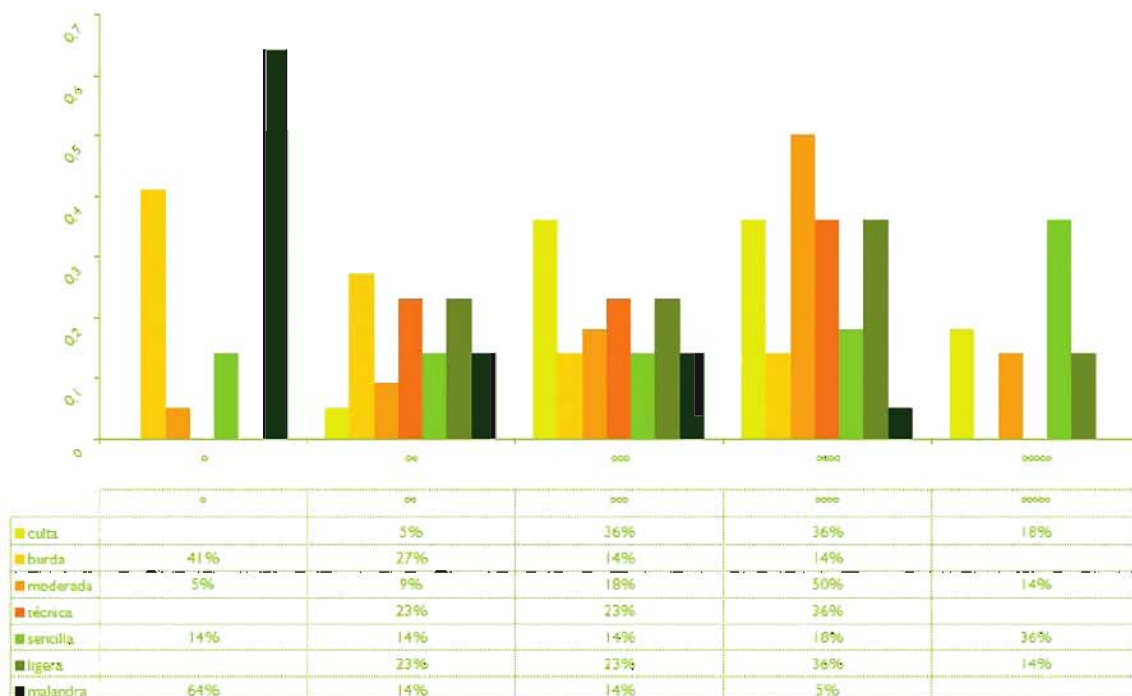
Estos datos ayudan a reseñar una percepción general de la apariencia de los estudiantes en ámbitos cotidianos. Con ello se presume hacer aproximaciones de una visión global del estudiantado partiendo de los mismos estudiantes. En tal sentido se reconocen como costumbres dominantes en la frecuencia de siempre el estrés con un 36%. El traspasado en la misma frecuencia con un 32%, destacando que aumenta el nivel en frecuente con un 45% y por último tenemos el ser estudioso con un 27% en el campo de siempre acrecentando la intensidad en el rango de frecuente con un 59%.

Aunado a lo expuesto con la realización de preguntas de confirmación (*) se pudo conocer que se perciben también como actos repetitivos el consumo de cigarrillos, asimismo de acuerdo a la tabla presentada el licor y el noctambulismo y lo que envuelve (visita de sitios nocturnos) toman el siguiente lugar, lo que anula una hipótesis inicial de alto consumo de café como uno de los rasgos reiterados en el estudiantado.

(*) 6. ¿Cuál de las opciones anteriores crees que es más frecuente en la Facultad de Arte? (Si no estás de acuerdo con las opciones presentadas por favor menciona la que consideres)

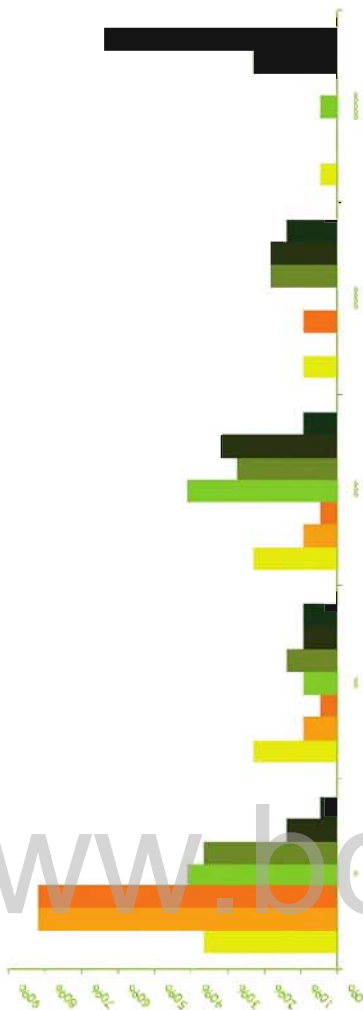
- 2.- traspasado, estrés
- 3.- el traspasado
- 4.- estrés, traspasado
- 2.- el estrés, traspasado, sitios nocturnos
- 3.- el estrés, casi como concepto generador verdadero de toda entrega, proyecto
- 9.- el estrés. Producto de la presión y la exigencia de las materias y los profesores
- 7.- se traspasado
- 1.- fumar, café, nocturno
- 8.- fumar, se fuma mucho
- 10.- fumar: y no es bueno para la salud
- 5.- noctámbulo, estrés, estudioso
- 6.- vida social selectiva, a veces oculta. De resto, los cigarrillos, el café y por ende el traspasado
- 11.- todas juntas

- 1.- El traspasado, es común ver caras de sueño en la facultad tanto por entregas, trabajos como por disfrute
- 4.- profesores y alumnos, la mayoría son fumadores y la mayoría de los alumnos se traspasado así no sea final de semestre
- 5.- fumar, estrés, traspasado
- 6.- traspasado, estrés
- 7.- fumar, traspasado
- 8.- fumar y traspasado
- 9.- fumar, licor, traspasado, estrés
- 10.- todas las opciones
- 11.- estrés, traspasado



Es importante recordar que se tiene como percepción inicial un estudiantado informal, con un vocabulario generalmente sencillo, en determinadas ocasiones técnico, siendo uno de los datos de mayor relevancia en tanto que presume encaminar la forma de lenguaje a utilizar en la publicación. Se confirma, de acuerdo a la gráfica que la manera de expresarse prevaleciente es la *sencilla* con un 36% de nivel de aceptación mayor (ooooo), sin embargo, se señala la forma *moderada* con un 50% del rango (oooo) y la *culta* como forma de expresión siguiente con un 36% del rango (ooo).

De acuerdo a lo observado se resume entonces que la manera de expresarse adecuada para la revista - en función del grupo objetivo- se circunscribe en un lenguaje fresco con una concepción moderadamente culta, lo que desecha la idea de una informalidad plena en el desenvolvimiento del estudiantado.



Estilo	100%	90%	80%	70%	60%	50%	40%	30%	20%	10%	0%
fashion	14%	9%	23%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%
punk	21%	9%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
heavy	21%	9%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
hippie	21%	9%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
elegante	21%	9%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
deportivo	21%	9%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
normal	21%	9%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%

El estilo que domina según el propio target group es el *normal* con un 64% del rango de mayor acuerdo (°°°°°), sin embargo se observa un 41% de la población identificada con el estilo hippie en mediano acuerdo (escala °°°), seguido del estilo deportivo con un 32% del rango (°°°) de acuerdo. No obstante, con preguntas de confirmación (*) se determinó que se conoce una percepción de agentes externos en términos distintos (estilo hippie) a los que el propio grupo facilita (estilo normal).

Se denota cierta discrepancia de la apreciación externa del estudiantado como "hippies" y vulgarmente "locos" de acuerdo a sus propias palabras, según los mismos ésta es una visión errada -pese a que las encuestas confirman de alguna manera el entredicho- por lo tanto, se procura sondear las características del movimiento hippie, como herramienta de diseño y enlazarlas con géneros de la actualidad para concebir efectos gráficos.

Rasgos generales de estilo

(*) 19. Dentro de las opciones anteriores ¿qué percepción general crees que tienen de los estudiantes de nuestra Facultad?

- 1.-hippie
- 2.-son personas que tratan de sentirse cómodas con su apariencia y su forma de expresarse
- 3.- hippies
- 4.- todavía hippie
- 5.- hippie-normal
- 6.- Informales 100%
- 7.- los pegados, hippies
- 8.- como es facultad alternativa no se rige por algo en específico
- 9.- generalmente te tratan de locos ya que las personas que no pueden ver más allá, le huyen a lo que no entienden, por ejemplo: el arte

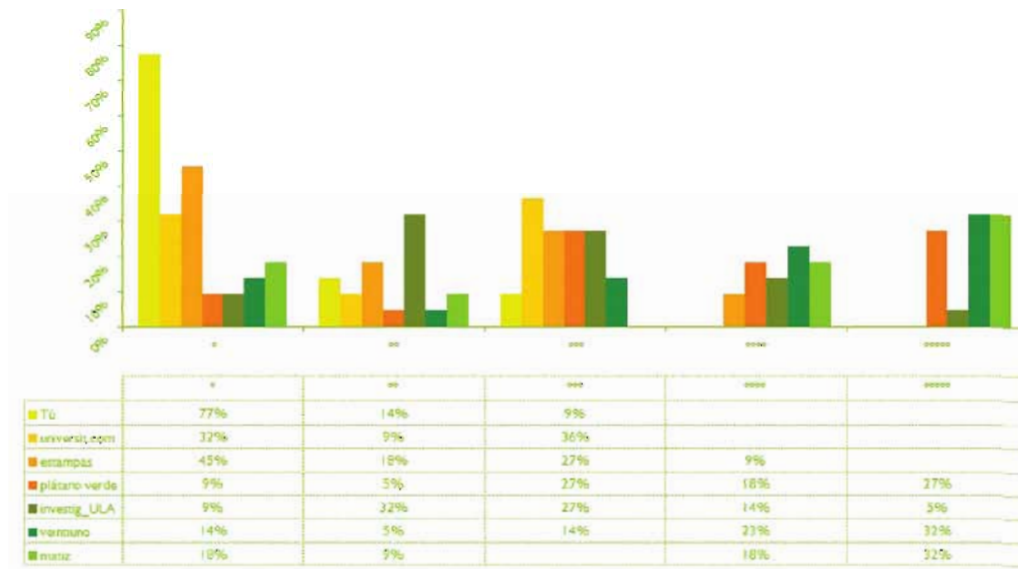
10.------

11.- hippie

- 1.- La gente cree que no nos bañamos, estamos locos y fumamos marihuana
- 2.- hay de todo pero predomina lo Informal porque la mayoría de los estudiantes trabajamos en talleres donde la comunidad y el desenfado juegan un papel importante para llevar a cabo las asignaciones
- 3.- en general nos toman como hippies y locos
- 4.- pues es una visión diferente al resto de los estudiantes de otras facultades.
- 5.- Informal, ligero, punk
- 6.- hippie, fashion
- 7.- hippies
- 8.- que somos unos locos y que es muy bonito todo
- 9.- ligeros, animados, sociables
- 10.- hippie
- 11.- que somos descuidados y que somos fumones (pero no lo somos) somos diferentes eso es todo

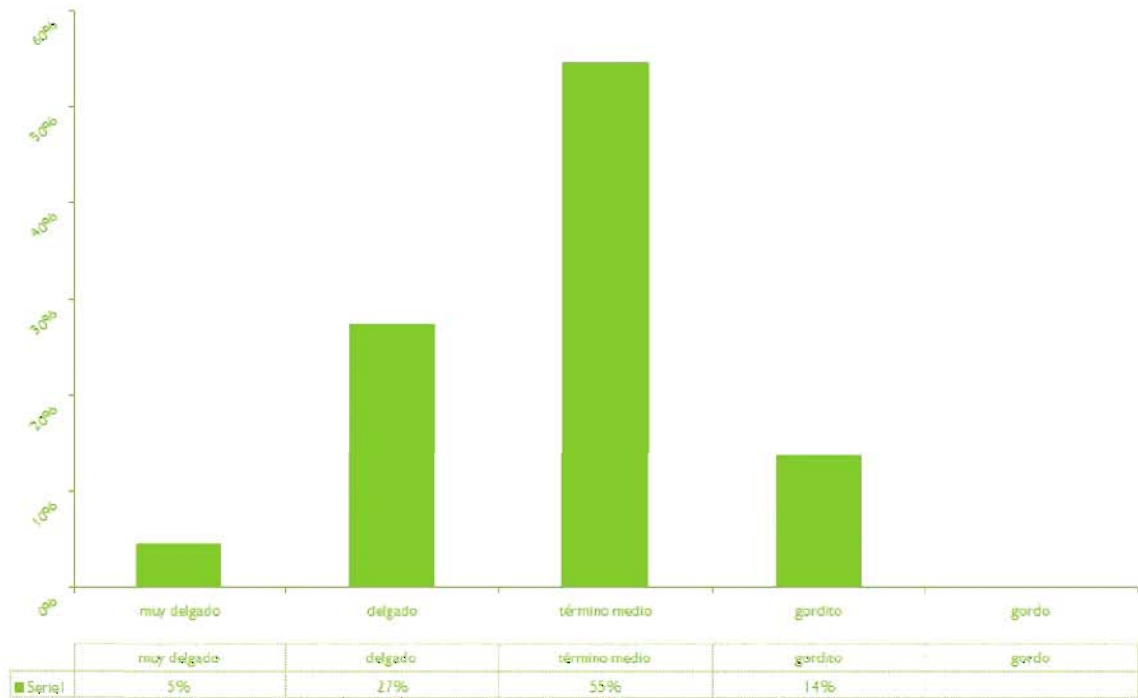


Estos datos ayudan a confirmar la premisa de un estudiantado informal con un 86% de afirmación por parte de la población.



Este sondeo se realizó con la finalidad de determinar una aproximación de las preferencias del grupo objetivo en lo que se refiere a publicaciones de revistas, pero durante la ejecución observamos un gran desconocimiento de las mismas, así los resultados que se presentan oscilan en términos de información mas que de preferencia. Un 32% reconoce la revista *Veintiuno*, lo sugerimos como mayor tendencia, a continuación se observa la revista *Matiz* también con un 32% de registro y en un tercer puesto *Plátano Verde* (27%). Lo cual es fundamental para la concreción gráfica, debido a que estas dos últimas principalmente se toman como modelos a seguir en la creación, aunado a *La Revista* de orden regional y con soluciones gráficas de carácter sobrio pero con un toque informal, sencillo, cercano al target group.

El objetivo de la encuesta era observar las preferencias del target group en materia de revistas, luego la experiencia se convirtió en un sondeo de las revistas conocidas

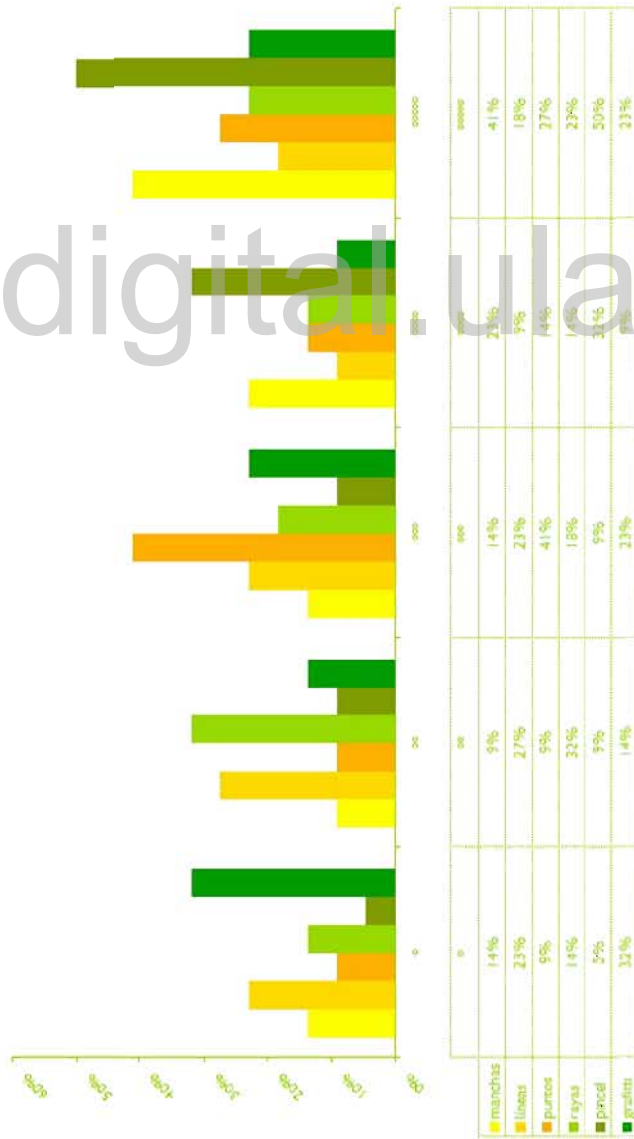


www.bdigital.ula.ve El gráfico presentado muestra una población con una contextura de término medio en un 55% del total, con ello se pretende visualizar la posible realización de personajes anexos a la revista.

Rasgos generales de contextura

Datos gráficos

Formas gráficas



Se determina una inclinación general por la forma gráfica del pincel en un 50% del total, seguido de las manchas (41%) y los puntos (27%). Estos resultados se consignan como herramientas para efectos de diseño a lo largo de la revista: diseño de cabeceras, folio, indicadores de continuación de un artículo, íconos de inicio, encabezamiento de secciones, así como también representan posibilidades de diseños de identificación de las secciones de acuerdo a cada rubro (diseño, arte, música, etc.), entre otros.

www.bdigital.ula.ve

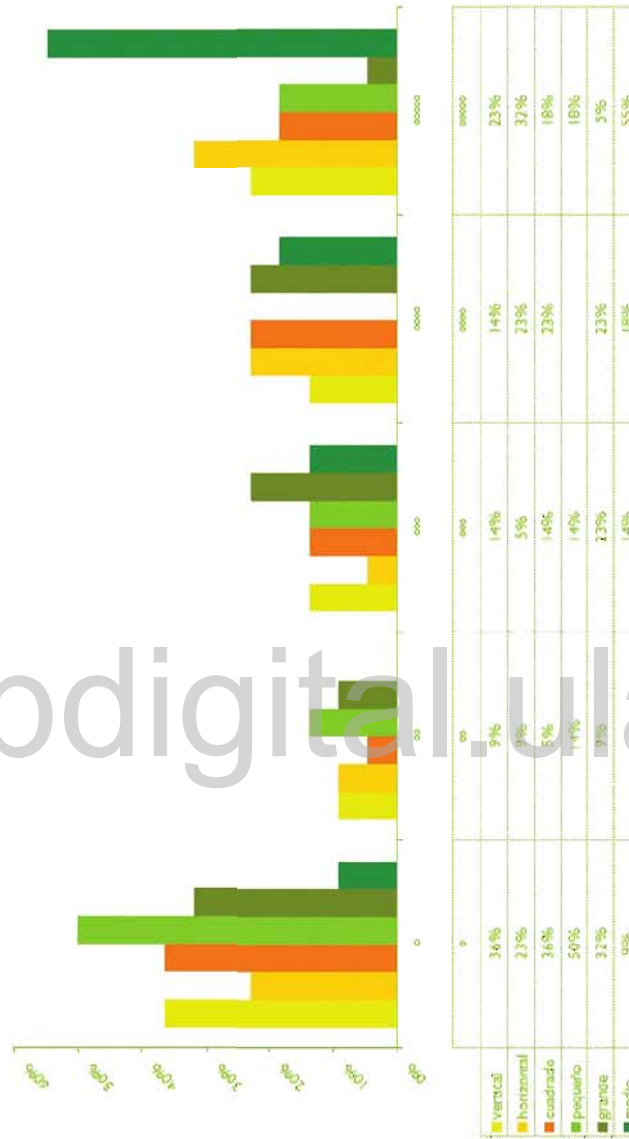
Predomina una inclinación general por imágenes de caricatura en un 64% del total, consecutivamente tenemos la ilustración (41%) y el comics (41%) como tendencia gráfica. Estos resultados indican características a tomar en cuenta en el tratamiento de las imágenes en el transcurso del diseño y la producción de la revista, ya que es visto que son consideradas como formas con un alto grado de aprecio del target group.

Recordemos que uno de nuestros objetivos es crear afectos a la revista partiendo de los propios gustos de los participantes. Asimismo, dejamos abierto el empleo de fotografía pura, pues no podemos olvidar que nuestro objetivo principal gira en torno a la documentación (proyección estudiantil), especialmente de las producciones, daro que dentro de un estilo de diseño particular.



	a	aa	aaa	aaaa	aaaaa
fotografía pura	14%	14%	23%	18%	32%
tratam fotogr	18%	27%	18%	27%	9%
iconos	23%	9%	36%	23%	9%
ilustrac	9%	9%	36%	5%	41%
comics		18%	14%	27%	41%
caricatura		5%	14%	18%	64%

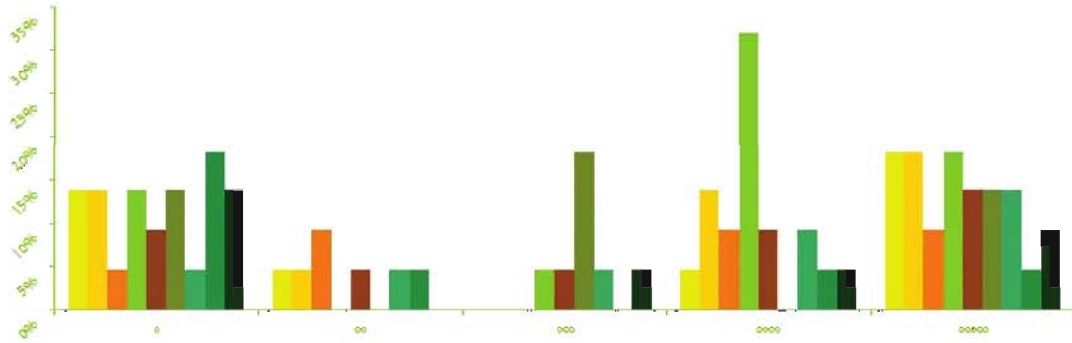
Tratamiento de la Imagen



www.bdigital.ula.ve

El formato oscila entre la horizontalidad con un **32%** como testimonio de las encuestas totales y un tamaño medio con el **55%** del total en acuerdo.

Gracias a que hemos observado la diversidad como factor común, concretamos hacer uso de un formato con un orden de lectura variable entre la horizontalidad y la verticalidad, asimismo, debido a que los resultados señalan una alta inclinación por tamaños medios nos decidimos por el tamaño estándar A4, ya que según lo indagado la mayor parte del material impreso se circunscribe a los formatos normalizados DIN y el seleccionado es incluido a nivel regional.



	e	oo	ooo	oooo	ooooo
Fa	14%	5%	5%	5%	18%
noúmenon	14%	5%	5%	14%	18%
ciclope	5%	9%	5%	9%	9%
l+l=l	14%	5%	5%	31%	18%
no 'tan locos	9%	5%	5%	9%	14%
entregados	14%	5%	18%	9%	14%
axoma	5%	5%	5%	9%	14%
el duende	18%	5%	5%	5%	5%
buhólogos	14%	5%	5%	5%	9%

El nombre

www.bdigitalaia.ve

Se estima la inclinación por el nombre *l+l=l* en un grado 4 de acuerdo, seguido de *noúmenon* y *Fa* en rangos menores. Se reseñan entonces los datos como primer resultado, sin embargo se decide la resolución por otro nombre en tanto que las respuestas por parte de los encuestados no señalaron suficiente nivel de convencimiento. Se valora como nombre final *página fértil*, ya que cumple con la percepción general obtenida del estudiantado, en tanto una visión de diversidad, versatilidad y abundancia de conceptos.

En síntesis

Los resultados de las encuestas se reconocen como una herramienta que genera posibilidades para la formulación del diseño, no obstante su ejecución no es obligatoria; significa un método de ayuda para formar una visión general del estudiantado y sus inclinaciones. Así pues determinamos que el grupo circunda entre los 19 y 30 años de edad, como dato principal tenemos que los conceptos oscilantes son el estrés, el trasnocho, por un lado, lo que remite a un movimiento latente que origina interpretaciones dinámicas del grupo, asimismo se establece un lenguaje mixto entre lo distinguido y cotidiano. **El imaginario urbano en torno a un estilo gráfico específico es irregular, por lo tanto, se asume el uso del estilo de cada participante para generar respuestas gráficas a través de las páginas.**

La informalidad es marcada y una inclinación por las formas gráficas con carácter expresivo como el pincel, las manchas y los puntos, quedando en un segundo plano la fotografía pura.

www.bdigital.ula.ve

Proceso de diseño

“El diseño de revistas puede llegar a ser un proceso extremadamente doloroso y una fuente de grandes lamentaciones y crujiir de dientes en los despachos editoriales, pero jamás la forma en que estaba diseñada una página destrozó una reputación o cambió el mundo.

Esto es lo que concede al diseñador de revistas una tal **libertad** de acción para la **experimentación**, para aprender y desarrollar y para introducir el sentido del humor. La efímera naturaleza de la revista es también la causa de su fuerza; ningún lugar más adecuado para cometer errores” (Owen, 1991, p. 99)

¿Por qué una revista, de dónde surge la idea?

Principios de diseño

La revista

El nombre. Brainstorming

El eslogan. Brainstorming

Estructura informativa: las secciones

(los nombres y su contenido)

Concepto generador. Brainstorming

proceso de diseño

¿Por qué una revista, de dónde surge la idea?

Ya expuestos los datos constitutivos de una revista es oportuno evidenciar la verdadera motivación del proyecto: *un sentir universitario*. Foges (2000) expresa “(...) donde haya un grupo de gente que se interese por algo, donde haya una persona o una organización con suficiente motivación para comunicarlo, habrá una revista.” (p. 7) Como partícipes de la Facultad de Arte podemos constatar que somos un grupo interesado en un tema y una necesidad en común *el arte*, en correlación afirmamos **una motivación de comunicación que involucra a todas las escuelas**, pero hasta entonces bien reza el dicho “en casa de herrero cuchillo de palo”.

Ciertamente nuestra escuela de diseño, de manera particular, como portadora de conocimientos en el campo del diseño gráfico en sus distintas ramas, durante mucho tiempo ha sido víctima de esta frase. Hace apenas un par de años se ideó y se ha resuelto en buena forma la falta de una identidad corporativa, pero crecen las necesidades y ahora con la llegada de la Facultad de Arte reaparecen nuevas carencias. Sin embargo, como nos hemos dado cuenta al estudiar los antecedentes no ha sido falta de interés ni de motivación, al menos de buena parte estudiantil, siempre la ha habido y aún la hay (para muestra un botón), pero es triste saber que estas motivaciones, estos proyectos, como muchas otras interesantes producciones universitarias, que además han implicado gran esfuerzo intelectual y económico, se han ido quedando guardadas en las estanterías, con mucha suerte en las de las bibliotecas donde corren con la posibilidad de ser consultadas esporádicamente si se trata de tesis, quedando, en el peor de los casos, expuestas en las paredes de las casas o abonando con polvo gavetas y cajas.

Es precisamente bajo esta inquietud, la de documentación, proyección y salida a la luz pública de esas producciones que se hacen para luego tener que ser *engavetadas*, que nace la idea de la creación de una revista, en este caso estudiantil. Podríamos decir: *sí, pero de igual manera estos trabajos pueden quedar para abonar con polvo gavetas y cajas* al ser transformados en un compendio impreso. Pues bien, tal vez de nuestras desventajas saquemos ventajas y, es que aunque seguimos corriendo el riesgo de quedar en oscuridad bajo una forma impresa también debemos reconocer que ganamos la posibilidad de ser un compendio que cuente con buena cantidad de miradas (gracias a su ventaja de larga vida) y nuestros estudiantes tengan un mayor alcance por parte del público en general.

Se preguntarán si implica la documentación ¿por qué no hacer un catálogo o tal vez un anuario? Recordemos que dentro de esta necesidad de creación editorial subyacen importantes inquietudes de experimentación, aprovechando la condición de *estudiante* de diseño todavía, aunado a una precaución de que en un futuro el diseño propuesto bajo características de versatilidad (sobre todo en cuanto a retículas) los estudiantes y profesores puedan hacer recreaciones de la misma. Un catálogo y un anuario son de mayor responsabilidad formal, al acontecerle una característica sincrónica de los hechos. **La revista se presta para una mayor exploración y reconoce la entrada de nuevos temas sin importar la vigencia de los mismos, de acuerdo a las exigencias que vaya determinando el target group.**

www.bdigital.ula.ve

Principios de diseño

- Aprehensión, experimentación e identificación, presidieron nuestro método de estudio. En correlación, señalamos que luego de observar los antecedentes y las características concernientes a la propuesta, germinaron una serie de aspectos que reformulamos como principios de diseño para la concepción de *página fértil*, que acentúa la experimentación identificativa.
- De lo tradicional u orden minucioso, atendemos a los lamentos de los diseñadores de la época en el hacer editorial y nos abocamos a considerar la página impresa como un medio de inventiva plástica, colmado de sentimiento y significado estético.
- De la modernidad, tomamos como uno de los antecedentes de cabecera a *Jugendstil* por ser una revista de arte y ser un periódico de entretenimiento popular que abarcaba un público amplio. De allí adoptamos la política editorial de variación, que en nuestro caso se ajusta en permitir al diseñador del semestre el dar rienda suelta al diseño tipográfico para las propuestas de títulos, subtítulos y autores de los artículos en función de promover la identificación gráfica del artista a publicar.
- La geometría, es bienvenida de la mano del organicismo y la desnudez, óptima para imprimir descansos visuales durante la lectura del compendio, es decir, asumimos la posición de abogar por un eclecticismo orientado en determinar las características moldeables para proponer nuevos sistemas.
- Nuestra meta: conciliar características para reconstruir nuestras páginas dentro de premisas de legibilidad y atrevimiento gráfico.
- La retícula como una guía, no como barrera de diseño. Asumimos junto a David Carson explorar las posibilidades expresivas de cada tema y de cada página o página doble rechazando las nociones convencionales de la sintaxis tipográfica, la jerarquía visual y las imágenes.
- Flirtear con la ilegibilidad si con ello apoyamos la comunicación gráfica, la atracción y atención del lector. Lo sinuoso, explosivo y hasta "incoherente" involucra una fuerte carga de comunicación para algunos grupos de personas.
- Alteración de la estructura tipográfica convencional, en cuanto a la disposición y dirección de los títulos, subtítulos y párrafos de los artículos.
- Ser un espacio para la proyección de los estudiantes de arte ulandinos.
- El uso de tipografías y puntajes diversos, así como su entrecruzamiento.
- No corresponder a un diseño rígidamente sistematizado sino dinámico de acuerdo a los requerimientos para el reflejo gráfico del artículo o artista a publicar.

- Adoptar la libertad de discursos cotidianos y emoción gráfica.
- La experimentación identificativa, que comprende el reflejo gráfico de conceptos, a través de la exploración de herramientas de diseño aplicables como el collage, tratamiento de imagen y tipografías representativas.
- Interiorizar el diseño para generar soluciones óptimas.
- Al hablar de fecundidad nos referimos a abundancia, así como también a un espacio ocupado, por lo tanto los espacios en “blanco” serán sugeridos dentro del abarcamiento de las imágenes de fondo de las doble páginas y los tonos blancos propiamente como fondo serán abordados en doble páginas que no correspondan a secciones principales.
- El abarrotamiento de las páginas debe ser armónico.
- Continuidad visual e interrelación de los elementos compositivos para marcar el principio de integración e interconexión.
- Reproducir la diversidad, aunado a códigos de identidad editorial.
- Variación de director creativo (estudiante de diseño gráfico), número a número.

www.bdigital.ula.ve

Como estudiantes de diseño, una de nuestras preocupaciones es que en nuestro afán de manipular los códigos básicos para la comunicación gráfica, vale decir: en nuestro proceso de formación donde vamos adquiriendo conocimientos y destrezas en el manejo de herramientas para la producción gráfica, no contamos con un espacio abierto a la confrontación con el público o con nuestros clientes potenciales. Con excepción de una que otra cátedra, dentro del campo universitario, donde se asumen las prácticas de diseño para la calle, o como solemos denominar en el ámbito estudiantil con *clientes reales*. No obstante, generalmente, la teoría se va amalgamando con prácticas simuladas.

Así, en miras de atender a la preocupación de una práctica real, ponemos nuestra revista como un espacio para que los estudiantes de diseño gráfico empleen sus conocimientos y habilidades. Respetando las premisas de experimentación identificativa, la relevancia en la proyección del estudiante a publicar y los parámetros generales del sistema gráfico propuesto para página fértil, específicamente: dimensiones de la publicación, retículas, mancha tipográfica, estilos de leyendas, encabezamientos de sección, folio, logotipo y slogan. En correspondencia, considerando estos elementos les ofrecemos a los estudiantes, semestralmente, la oportunidad de plantear el diseño de la revista dentro de sus propios estilos, quedando de parte del comité evaluador la selección del diseño adecuado.

Con esta política editorial de permitir al diseñador del semestre insertar su lenguaje creativo en correlación con la estructura gráfica principal (lo que permite la coherencia en el diseño y mantener los valores de identidad) también resguardamos que el estilo de la revista varíe número a número de manera prominente, ofreciendo al target group un estilo rico en versatilidad.

El nombre

páginafértil

Es un nombre que comprende (comprime) el sentido del proyecto: un espacio para la difusión de lo que la Facultad de Arte encierra: grandes productores, creadores, generadores de ideas que van a la velocidad del pensamiento para dar a luz un producto, un resultado, un hecho artístico sensible, tangible.

Con la fertilidad, precisamente nos referimos a que estas páginas, con confianza, están en todas las condiciones de *reproducirse*: divulgarse, proyectarse por la calidad de formación que contiene nuestra institución. Por ello las *páginas fértiles* prestas a la reproducción, para mostrarnos.

www.bdigital.ula.ve

Brainstorming

AVDIG
AVDIGRAF= aves de lo gráfico
Ventanaartdi
ardigraf
2/goz = 1 (DOSENTREGADOS)
zentregoz
Grafarte
Feardigraf
Aferrado
GRAFICARTE
Artes visuales y diseño gráfico
AVDG
ArtVIDigraf
Avisualgraf
Avisgraf
Avisgrafic
Avistar
Artes visuales diseño gráfico
Tesar lessuavi ñosedí cofigra
Es artvi digra
Artvidigraf
ADG
Visgrafic
Graficando
Graficarte
GraficArte
Graficandeando
Candente
Graficandente
Graficandencias
Galardig
Resultado
Proyectardi
ArtVIDisG
Fuiu
Bien despierto
Pasé de largo
umbral
Buhología (tratado de los búhos)
Locólogo
De locos y logos
De locura y cordura
No 'tan locos
Inconciente
Pasajero en trance
En blanco
El pasto

Raíces. Gráfica del arte
Noúmenon
Ave de paso
Ciclope
Climax
Candelabro
1+1=1
Nada personal
Anomalia
Eco
Ecografía
Nodos
Axioma
#? & " / ! | = ¿?
Mensajes (en icono) entrelíneas
Sin palabra
Rasgos de Arte
Bajepresión
Creaciones
Abrir/Cerrar
ON/OFF (De quienes apagan y prenden el bombillo, pensamientos a la velocidad de la luz)
Develar
Engavetados
Prolífica

Algunos argumentos y definiciones de posibles nombres

Grafados: Aunque es una composición de palabras y no existe aparentemente, sugiere adherencia, entrega tal vez, a mi modo de ver.
Grafo: agarre a engrapado como archivado, documentado (subjetivamente) y como se trata de una escuela donde la creatividad y la imaginación son los ingredientes principales no está demás que creemos nuestra propia palabra, que quede sujeta a la imaginación a la curiosidad incluso, hasta que sea reconocida como distintivo de las escuelas. ¡No! Puede sonar también a insulto a gafo. Aunque se sienta el aferrarse.

Ave de paso: La que, siendo migratoria, se detiene en una localidad solamente el tiempo necesario para descansar y comer durante sus viajes periódicos.

Noúmeno: HST. (Del griego noumena, las cosas pensadas, los inteligibles, término que Platón aplica a las ideas, en Timeo 51b) Palabra con que Kant se refiere a la cosa en sí, a las cosas tal como se supone que son en sí mismas, más allá de lo que podemos conocer por la experiencia, que sólo nos da acceso al fenómeno, u objeto conocido, mediante la sensibilidad y el entendimiento. La cosa en sí no puede ser conocida, sino sólo pensada; es un puro inteligible; su existencia la exige la presencia de algo que sólo puede ser su apariencia, o su fenómeno (ver cita). La aceptación o no aceptación de la existencia de lo nouménico dividió a la filosofía postkantiana que engendró el idealismo alemán, especialmente con autores como Fichte, Schelling y Hegel. También en el movimiento neokantiano se revitalizó la polémica acerca de la distinción entre fenómeno y noumeno, desechándose la existencia de éste. (Cortés y Martínez, 1996, CD-ROM).

Climax: Punto más alto o culminación de un proceso. Gradación ascendente. Término más alto de esta gradación. Momento más alto de un poema o de una acción dramática. f. Ecol. Estado óptimo de una comunidad biológica, dadas las condiciones del ambiente.

NI=: Éde qué se trata? De que con la creación de varios co-creación se forma un nuevo producto, surgen grandes ideas "dos cabezas piensan más que una" dicen por ahí, y qué resulta una nueva idea de dos, de varios, y nosotros el ser humano está en constante co-creación que no escapamos a ellos, estamos siempre creando en función de lo que observamos, de lo que sentimos, de lo que nuestra mente le dice a nuestro corazón, de acción y viceversa, somos co-creadores en constante **Nada personal:** quiere decir, que en apariencia no tiene que ver con algo particular ni dirigido a nadie específico, pero encierra una carga emotiva fuerte a nivel de expresión cotidiana. Además dice no es nada de uno sólo sino puede ser de varios (co-creación), es un no es hecho sólo por uno, pero sí.

Ciclope: porque somos una gran "monstruo" con una mirada. Porque somos un gran sentir en un mundo de páginas. Nos abrimos a la posibilidad de "comeremos" de todos los ángulos de visión posibles en una misma mirada; seremos unas páginas que formamos. Un solo ojo no significa poca visión, que tercer ojo (en el centro) la apertura a lo que la mente habitual no nos permite ver. Somos todos en una gran mirada. "el arte en una mirada" en

Candelabro: es un instrumento (la revista) donde se colocan velas (lug) y que son las producciones artísticas (el arte todo) si no pequeñas iluminaciones a la vida. Las velas en la oscuridad que hacen, nos permiten ver, iluminan cierto espacio entre misterio y realidad, como nuestros artistas ulandinos "candelabro de varios brazos" una facultad de arte con variadas luces.

Anomalia: Discrepancia de una regla o de un uso. Malformación, alteración biológica, congénita o adquirida.

Eco: "Rumor o noticia vaga de un suceso" porque siempre habrán muchas más interpretaciones. La nuestra sólo es una más. Tener proporción o correspondencia con otra cosa. Hacerse notable y digno de atención y reflexión. Hacerse alguien de algo. fr. Contribuir a la difusión de una noticia, rumor, etc. tener algo. fr. Propagarse con aceptación. Repetición de un sonido reflejado por un cuerpo duro. Persona o cosa que imita o repite servilmente aquello que otro dice o que se dice en otra parte. Cosa que está notablemente influida por un antecedente o procede de él. Sonido que se percibe débil y confusamente. Así percibe el artista el arte como algo palpable y confuso a la vez.

Axioma: Proposición tan clara y evidente que se admite sin necesidad de demostración. Mat. Cada uno de los principios fundamentales e indemostrables sobre los que se construye una teoría.

474 // 11-27 más que una palabra.
241 antes sin palabra...

Hablar acerca de arte es para muchos interrogante primeramente, birrequeda, mensajes entrelíneos, intuición, ciencia, códigos... En el transcurso de la investigación nos hemos dado cuenta que la percepción estudiantil de arte es un público de una amplia diversidad, heterogénea por naturaleza, científicos por convicción, al estudiar el objeto de arte desde su más desconocida conciencia, sí, es para dójico, casi indefinible. Interdisciplinario en su hacer, co-existencial.

¿Cómo podemos definir la sensación exacta que nos produce una danga, el mensaje preciso de una obra de teatro, la tonada justa donde se marcó el climax en el escuchar del espectador, la definición exacta del concepto de un cartel, la palabra precisa para describir una poesía, el pensamiento justo que te quedó de un resultado pictórico, la conmoción en pleno de una proyección multisensorial? ¿No se puede? Seguramente sí, pero en una sola palabra... difícil. El hacer artístico es profundo podemos pasar horas, días, meses, años, siglos tratando de descifrar el mensaje justo que

Ecografía: (De eco- y grafía).
Técnica de exploración del interior de un cuerpo (...). (Luz verde)

Nodos: nodo (Aerón. de Noticiarios y Documentales, marca reg.). m. Documental que se exhibía antes de la proyección de las películas en las salas de cine de España entre 1940 y 1970. Nódulo. Concreción de poco volumen. Linfático. m. Concreción de pequeño tamaño y forma esferoidal, constituida por la acumulación de linfocitos, principalmente en el tejido conjuntivo de las mucosas.

Mentura: ¿de qué se trata? Puede significar menta, mentira, puede significar verdad, puede significar mente, sólo tú puedes darle el verdadero significado, sólo es "una" manera de sentir, "una" manera de ver" y el espectador siempre le dará una nueva manera, una nueva interpretación.

quiso transmitir un artista en su momento, tratando de precisar teorías en torno a la palabra arte y aún quedarnos a mitad de camino.

Es por ello que comprendemos el nombre de la revista como una serie de signos que encierran ciencia, códigos, señales de construcción de una significativa palabra de la mano de una gran interrogante.

Creaciones: contiene intuición y movimiento. Resultados de la mente, resultados artísticos. Significa creación en acción, la acción de crear, hablo de que no nos quedamos sólo en el mundo de las ideas, contrarrestando la tranquila y casi inactiva visión que tienen de los artistas, me refiero a un también producidos. La palabra acción nos lleva a cine: que es proyectar y de esto se trata la revista, pero se debe buscar la manera de enfatizar que no se trata de cine (esto podría llevarlo a cabo con el tratamiento de imágenes).

Prolífico: que tiene virtud de engendrar. Dicho de un escritor, de un artista, etc.: Autores de muchas obras. Prolífico (ca): (del lat. Proles, prole, y facere, hacer. Dicese de lo que tiene virtud de engendrar, que se multiplica rápidamente: el conejo es un animal muy prolífico. (Sinón. Fértil, prolifero, reproductor). Se dice de un escritor que tiene abundante producción literaria.

En el caso nuestro no es un escritor es una institución con abundante producción artística: la facultad de Arte, sus estudiantes y afines.

Prole: Linaje, hijos o descendencia de alguien. Conjunto numeroso de personas que tienen algún tipo de relación entre sí. Proliferación: multiplicación de una célula por subdivisión. Multiplicación. Proliferar: multiplicarse. Prolifero: que se multiplica.

Prolífica: Se percibe como un nombre fuerte que logra resumir en una sola palabra lo que la Facultad de Arte encierra grandes productores, creadores, generadores de ideas materializadas. De adentro, hacia fuera. Se prueba con los posibles slogans y uno de ellos era: página fértil en función de que éste último logra la fortaleza requerida para la identidad de la revista, se decide trabajar con lo que se presumía como slogan en un principio. Se realizan pruebas con otros slogans y se determina como nombre final.

El slogan

El todo de Arte, en uno

¿Por qué? porque nos estamos refiriendo a las distintas escuelas de nuestra Facultad de Arte y la diversidad que este hecho en sí mismo abarca. Se trata de la representación de varios, de un proceso, un objeto artístico y la contribución de muchos (asesores, profesores, ideología, costumbres, etc.) en una persona, para la producción. Pensando en todo lo que conforma cada estudiante y los resultados que queremos publicar.

Brainstorming

Te da a conocer
Porque todo es como quieres
que sea
-Si no lo conoces, concócenos
-Mucho gusto, ahora no somos
desconocidos
Tienes las páginas abiertas... a
nuestra lectura.
Significados abiertos
Arte, una significativa palabra de
la mano de una gran interrogante.
Artes: tan significativo como
una interrogante
Definiendo la identidad de las artes
Artes en definición (Proceso)
Arte en creación
Procesos de artes
Un sin fin de ideas
* La unión de las diferencias
Gestando la diferencia
* Gestando la revelación
Gestando la muestra. NO
El gesto (de rasgos) de Arte.
Gestación de muestra
Gestación en muestra
La gestación se muestra
* La formación se muestra
Muestra la gestación
Revela la gestación
Reproduce la gestación. NO
Concibiendo ideas

Concibiendo la creación. NO
(Reunión de las artes
Tertulias de artes
Transito de artes
Un viaje por artes
Transición de artes
Mensajes entrelíneas de artes
Mensajes entrelíneas del arte
Los artes de los mensajes en
trelíneas
El arte de los mensajes entrelíneas
Un arte de mensajes entrelíneas
La ciencia de las artes
¿de qué me habla? de proceso,
de un desglosar de las artes.)
* La gestación de Arte
La gestación en acción
(Reunión de la ciencia del arte
Tertulias de ciencia del arte
Ciencias de la intuición
Científicos de la intuición
Las artes como ciencia intuitiva
Las artes: ciencia intuitiva
Movimientos de la intuición
Movimiento intuitivo)
El pulso estudiantil de Arte.
El pulso de Arte
Un dibujo del Arte
A la velocidad del pensamiento
Lo piensas, lo haces (pensa-
miento y acción)

Lo piensas, lo estudias, lo haces
Pensamiento, comunicación y hechos
Lo piensas, lo discutes (lo consultas), lo haces.
Nacemos de otros
Nacen las revelaciones
Hace la muestra
Gesta las revelaciones
Se gestan las revelaciones
Reproduce las revelaciones
Luz revelada
Arte revelado
Arte manifestado
Manifestaciones de Arte
Ideas reveladas
Ideas en reproducción
La proliferación de Arte
Creaciones reveladas
Gestación a la vista
Nos atrevemos a mostrarnos
Nos atrevemos a mostrarte
Atreviéndonos a mostrarte
Se atreve a mostrarte
La descendencia de Arte
La herencia de Arte
La fertilidad de Arte
Te da a conocer
Te da a ver

Pruebas con el nombre de la revista
Página fértil
Te da a conocer
Página fértil
La unión de las diferencias
Página fértil
La gestación de Arte
Página fértil
Ideas en reproducción
Página fértil
Manifestaciones de Arte
Página fértil
El todo de Arte, en uno
Página fértil
La reproducción del pensamiento

Reproducciones de Arte
Todos nos hacemos de todos
Todos nos hacemos de todos
El todo en un espacio
El todo de Arte, en uno
Concibiendo el pensamiento
La reproducción del pensamiento
Páginas fértiles (es casi un nombre)

Preselección

Artes en definición (Proceso)
Arte en creación
* Gestando la revelación
Gestación en muestra
La gestación se muestra
* La formación se muestra
Concibiendo ideas
La gestación de Arte
Nacen las revelaciones
Arte revelado
Ideas reveladas
Ideas en reproducción
La proliferación de Arte
Manifestaciones de Arte
La descendencia de Arte
(*) El todo de Arte, en uno
La reproducción del pensamiento

La unión de las diferencias es viable pero aún no vemos la razón social la dónde precisamente va dirigido? Con La reproducción del pensamiento estamos hablando de nacimiento, de creación. Reproducción en conjunto, porque además para dar nacimiento a un ser se requiere de dos y estos dos cargan con muchas personas más, pero aún no se concreta el mensaje. Se selecciona El todo de Arte, en uno

Estructura informativa: las secciones (los nombres y su contenido)

Sumario

Créditos y agradecimientos

Editorial

Los siguientes nombres corresponden a las secciones principales de la revista y comprenden espacios para la publicación de una selección de trabajos finales realizados durante el semestre por los estudiantes de las distintas disciplinas. La misma va acompañada de un texto cuyo contenido oscila entre concepciones generales del proyecto presentado (conceptos generadores y afines) y posiciones personales artísticas. También comprende un pequeño espacio para la promoción personal: e-mail, teléfonos, en suma contactos. La selección se realizará mediante un comité de evaluación.

Entreduendesymusas (artes visuales)

Notaclave (música)

Ctrl.Pixel (diseño gráfico)

Zigzag(danza)

Rodajes (medios audiovisuales)

Subtelón (Teatro)

Entrecátedras. Se hace un muestrero surtido de las producciones de las diversas carreras, difundiendo cátedras como: modelado, grabado, fotografía, etc.

Letras (Teoría). Espacio para la publicación de ensayos en torno a las materias teóricas de las escuelas. La selección se realizará mediante un comité de evaluación. Se determinará una cantidad de caracteres máxima para la publicación.

Complemento. Espacio destinado a publicar actividades que realizan los estudiantes fuera de las actividades académicas de la institución, pero que están vinculadas con el arte, por ejemplo, yoga, malabarismo, montañismo, capoeira, etc. La intención específicamente es publicar alguna muestra de dichas actividades.

Engavetados. Exposición de trabajos de los estudiantes que pertenecieron a la Facultad y son reconocidos como buen legado de las escuelas. Lleva anexo un texto de opinión del publicado.

Poesía. Es un espacio para la publicación de poesías escritas por los estudiantes.

Entrevistas. Destinada a presentar entrevistas (e imágenes) de personajes reconocidos a nivel Nacional que se desempeñen dentro de las áreas de la Facultad de Arte. Los temas deben ser rotados gradualmente, es decir, un semestre danza; otro, música, luego teatro y así sucesivamente.

Galeríabierta. Espacio destinado a divulgar producciones artísticas que se encuentren en exhibición.

Comics. Se propone la exposición de trabajos de los estudiantes en dicha categoría, así como la representación de alguna anécdota o personaje preponderante del semestre.

Enciclopedia. Es para exponer artículos del profesorado de las escuelas, qué hacen, qué opinan, qué escriben.

Quejaqueca. Espacio dedicado a emitir notas con las quejas o molestias de los involucrados en la Facultad de Arte (desde bedeles hasta directivos)

Seminario. Es con el fin de publicar notas breves acerca de eventos en los que puede participar el estudiantado dentro o fuera de la ciudad en el marco de complementar su desarrollo académico.

Información ULA. Dirigido a la difusión informativa de programaciones semestrales por parte de la Universidad, especialmente de la Facultad de Arte.