



Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Arquitectura y Diseño

Licenciatura en Diseño Gráfico

Unidad de Aprendizaje
Diseño Editorial II

Unidad de Competencia II
Revista

Mtra. en Dis. Rosa del Carmen Castañeda Peñaloza
Periodo 2019-B



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO



UNIDAD DE APRENDIZAJE
Diseño Editorial II

TEMA: REVISTA

GUIÓN EXPLICATIVO

1. Diapositivas de la 9 a la 27 corresponden a la definición de la revista como objeto editorial encuadernable, (características físicas, partes que la componen). Planeación editorial y organización.
2. Diapositivas de la 28 a la 51 se analizan diferentes tipos de revistas, se abordan códigos cromáticos, códigos tipográficos, retícula y manejo publicitario.
3. Diapositivas de la 52 a la 68 se establece el uso de materiales y la preparación de archivos para impresión.
4. Diapositiva 69 a la 71 referencias bibliográficas

***Utilizar el material didáctico en sesiones de clase, hacer el diseño de una revista, cuidando aspectos formales, estéticos y técnicos.**

UNIDAD 2: REVISTA CONTENIDO



Unidad 2. Objetos editoriales encuadernables: la Revista

Objetivo:

Implementar la concepción editorial y estructuras de contenido en la elaboración del objeto editorial "revista" para reafirmar la comprensión de los conceptos editoriales.

Contenidos:

1. Definición de la revista como objeto editorial encuadernable.
 - 1.1. Características físicas, formato, número de páginas, acabados, partes que la componen y manejo publicitario.
 - 1.2. Clasificación de las revistas por su contenido.
 - 1.3. Periodicidad
 - 1.4. Forros: elementos que los componen.
2. Análisis de diferentes tipos de revistas y el tratamiento de los forros de acuerdo al público a que va dirigida a publicación.
 - 2.1. Elaboración de una infografía o presentación por parte de los alumnos de al menos cinco revistas.
 - 2.1.1.1. Tipos de contenido
 - 2.1.1.2. Tratamiento del cabezal
 - 2.1.1.3. Códigos cromáticos
 - 2.1.1.4. Códigos tipográficos
 - 2.1.1.5. Reticula
 - 2.1.1.6. Manejo publicitario
3. Diseño de una revista
 - 3.1. Conceptualización por parte de los alumnos de la idea para el diseño de una revista.
 - 3.2. Selección de formato.
4. Diseño de cabezal o título de la revista
 - 4.1. Etapa de Bocetación del cabezal, al menos cinco bocetos por alumno
 - 4.2. Trazado digital del cabezal seleccionado
 - 4.3. Propuesta de la primera de forros de la revista con jerarquización de títulos de artículos y ubicación de foto en primera de forros.
5. Selección tipográfica.
 - 5.1. Diseño de páginas maestras
 - 5.2. Caja tipográfica
 - 5.3. Cuadrícula base
 - 5.4. Campos reticulares
 - 5.5. Constantes de la nueva propuesta.
 - 5.6. Cromática de las diferentes secciones de la revista
6. Selección de textos originales para el contenido de la revista
 - 6.1. Creación de estilos de párrafos y de carácter
7. Proceso de Diagramación acorde al concepto de la revista, cuidando aspectos formales, estéticos técnicos.

UNIDAD 2: REVISTA CONTENIDO



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

Facultad de Arquitectura y Diseño
Licenciatura en Diseño Gráfico

Reestructuración, 2015



- 7.1. Diseño de páginas de la revista.
8. Preparación de archivos para impresión
9. Unión de archivos de diagramación en un solo documento
10. Empaquetado
 - 10.1. Documento nativo
 - 10.2. Tipografía
 - 10.3. Vínculos
 - 10.4. PDF final
11. Entrega de dummy impreso



REVISTA

Elementos gráficos,
estructura compositiva y
estructura publicitaria

PROPÓSITO GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Planear, conceptualizar y desarrollar objetos editoriales a partir de los elementos formales del diseño editorial.



UNIDAD DE COMPETENCIA II

Implementar la concepción editorial y estructuras de contenido en la elaboración del objeto editorial "revista" para reafirmar la comprensión de los conceptos editoriales.



INTRODUCCIÓN

El Diseño Editorial es una disciplina dedicada al diseño, la maquetación y composición de publicaciones, que satisfaga los aspectos **económicos, políticos y socioculturales** de una sociedad determinada.



Publicación editorial:
Tiene el propósito de **entretener, informar, instruir, comunicar, educar** o desarrollar una combinación de todas estas acciones.



Un buen diseño editorial radica en lograr una coherencia entre la apariencia gráfica y el contenido de una publicación. Cada género tiene sus especificaciones estéticas, derivadas de los objetivos editoriales y del público al que va dirigida la publicación. También es importante tener en cuenta las tendencias de diseño predominantes.



REVISTA:



Las revistas se diferencian de los periódicos o diarios, en su contenido; ya que los periódicos por lo general se encuentran enfocados en la transmisión de noticias o sucesos del acontecer diario; mientras que las revistas, **brindan un tratamiento mucho más completo de los temas que se desarrollan** ya sea a nivel de farándula, científico, artístico cinematográfico, infantiles, deportivas, de moda, de análisis político y económico, entre otros.



La revista se **distingue del catálogo por una línea muy delgada, centrada en su contenido, periodicidad y las partes que la componen:**

- La portada en la revista es normalmente colorida y con un material de calidad: es nuestra carta de presentación.
- La contraportada, puede incluir publicidad, aunque si se trabaja, añade carácter.



Dentro del contenido encontramos:

- Secciones fijas
- Artículos generales
- Artículos centrales
- Avisos y encartes publicitarios

ESTRUCTURA DE CONTENIDOS:

La revista se divide en dos partes primordialmente:

Externas: Forros, portadas o cubiertas
La portada es la carta de presentación de la publicación, en ella se deberá de dotarla de un estilo que sea reconocible y logra que este se mantenga de un número a otro de manera diferente....



ELEMENTOS DE LA PORTADA EN REVISTA

CABEZAL O TÍTULO DE LA REVISTA

TÍTULO PRINCIPAL

PERIODICIDAD DE LA PUBLICACIÓN

CÓDIGO DE BARRAS



ARTÍCULOS SECUNDARIOS

FOTO DEL ARTÍCULO PRINCIPAL

FORROS, PORTADAS O CUBIERTAS



Cuarta de forros

Primera de forros

FORROS, PORTADAS O CUBIERTAS



Segunda de forros

Tercera de forros

LOMO DE REVISTA

Posee un excelente valor de venta, cuando están apiladas, es la única parte visible.

Es un espacio perfecto para reforzar la marca y el estilo de la publicación.



PLANEACIÓN EDITORIAL:

Es fundamental para realizar las tareas diarias del proceso de edición, la planificación varía dependiendo de que si es un publicación diaria, semanal o mensual.



PLANEACIÓN DE UNA REVISTA:

Debemos tener en cuenta:

1. Concepto o tema de la revista
2. Formato
3. Contenidos
4. Número de páginas
5. Determinar número de artículos
6. Seleccionar el papel
7. Periodicidad
8. Tipo de impresión
9. Espacios para publicidad
10. Acabados



CÓDIGOS GRÁFICOS EN EL DISCURSO EDITORIAL DEL DISEÑO DE REVISTAS

Código conceptual

Es muy importante que en la elaboración de objetos editoriales se parta de un concepto que contemple primordialmente; **cual es el propósito de este objeto editorial y a que público estará dirigido, esto determinará el formato, tamaño, tipografías, color, maquetación, etc.**

CÓDIGO TIPOLOGICO

La prensa en general tipológicamente esto incluye todas las publicaciones periódicas.

PRENSA GENERAL

1. Diarios y semanarios de información
2. Periódicos y revistas de interés general
3. Revistas especializadas de todo tipo

PRENSA LOCAL

1. Diarios y semanarios de información general local.
2. Revistas locales de baja periodicidad para núcleos pequeños.

PRENSA ESPECIALIZADA

1. Periódicos y revistas especializados en temas de interés general.
2. Revistas especializadas de todo tipo.

Partiendo del concepto se creará el **estilo editorial** que estará determinado por la **organización de páginas**, por **como fluye la publicación**, el **tono** y la **expresión de los textos** y el **material visual**, así como la cantidad y variedad de artículos que incluye.



ORGANIZACIÓN EDITORIAL:



DIRECTOR EDITOR

El editor desempeña un papel fundamental para garantizar que la revista, tenga una presencia y credibilidad en la comunidad a la cual está dirigida.

DIRECTOR EDITOR

Responsable de la organización y jerarquización, incluyendo los encargos externos y los artículos, así como todo el material gráfico.

JEFE DE PRODUCCIÓN

Supervisa la compilación física de todo el material mediante la confección de un calendario de producción.

JEFE DE REDACTOR

Responsables de la corrección de pruebas para asegurar su coherencia estilística, ortotipografía, gramática, etc.

DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA

Es el responsable junto con el director de arte y el redactor jefe de la calidad de todo el material fotográfico incluido en la revista.

DEPARTAMENTO DE DISEÑADORES

Responsables de la maquetación de la publicación de acuerdo con las instrucciones y las pautas establecidas por el editor artístico.

DEPARTAMENTO DE MERCADOTECNIA

Dependiendo del tipo de publicación, será necesario un departamento como tal o solo vendedores de espacios publicitarios.

Código cromático: El uso de determinado color o gama de colores en las publicaciones **debe de ir de la mano de la psicología cultural del color y de su contexto.**



NEGRO

El negro es usado frecuentemente en diseños vanguardistas, a la par que en diseños muy elegantes. Puede ser conservador o moderno, tradicional o no convencional, dependiendo de con qué colores se le combina.



ROJO

En diseño, el rojo es un poderoso color de acento. Puede tener un efecto abrumador si se utiliza demasiado en diseños, en especial en su forma más pura. Es un gran color cuando la pasión o el poder quieren ser expresados en el diseño.



BLANCO

Es considerado un fondo neutral que permite a los otros colores tener mayor participación. Puede ayudar al diseño a mantener limpieza y simplicidad, por eso es popular en diseños minimalistas. Puede ser usado tanto para retratar invierno o verano, dependiendo de los otros colores que le rodeen.



AZUL

En el diseño gráfico, el tono azul de exacto que uses tendrá un gran impacto en cómo tus diseños son percibidos. Azules claros son relajados, los brillantes refrescantes. Los más oscuros son excelentes para sitios corporativos o diseños donde la fuerza y confianza son importantes.



VERDE

El verde es el color más cómodo para la vista, aparte de tranquilizador y refrescante. Al ser el color de la naturaleza, muchas de las asociaciones del observador son positivas. El verde tiene un efecto armonizador o de balance, es muy estable. Es apropiado para diseños relacionados con fortuna, estabilidad, renovación y naturaleza.





AMARILLO

En **diseño gráfico**, el amarillo brillante puede crear una sensación de felicidad y entusiasmo. Amarillos más suaves son usados como un color sin género. Amarillos oscuros y dorados pueden lucir antiguos .



VIOLETA

En el diseño, morados oscuros dan una sensación de lujo, los claros son más suaves y se les relaciona con primavera y romance.



NARANJA

Nuestras asociaciones con el naranja son buenas: emotivo, vibrante y alegre. Puede ser un color difícil de usar. El naranja es un color vibrante y energético. En sus formas apagadas, puede asociarse con la tierra y el otoño. Debido a su asociación con el cambio de las estaciones, el naranja puede representar cambio y movimiento en general.

CÓDIGO TIPOGRÁFICO:

La legibilidad y la funcionalidad son las principales cualidades que hay que tener en consideración a la hora de elegir la tipografía de un objeto editorial, dada su vital importancia en la transmisión del mensaje editorial.

La clasificación es un punto de referencia útil para elegir el más apropiado para cada proyecto, a grandes rasgos son los siguientes:

De estilo antiguo, de transición, Moderna, de palo seco, Egipcia y de fantasía.



CÓDIGO TIPOGRÁFICO

Manejo tipográfico

- Legibilidad
- Interlineado
- Leibilidad
- Ancho de columna

Minniku
www.minniku.com



Dos hermanas indias, Tina y Mikita, están detrás de MINNIKU, una firma emergente de moda que causa sensación. Tras pasar por el prestigioso London College of Fashion irrumpieron en escena con su propia firma en 2013. Actualmente viven a caballo entre Londres y Mumbai y han presentado su última colección en el marco de la London Fashion Week. Innovación, juegos con los volúmenes y color a rasdadas son las claves del estilo de esta firma que les ha granjeado multitud de premios en muy poco tiempo.

Gracias a su creatividad, sus diseños y su pasión por la moda, las hermanas Tina y Mikita han creado una firma que está cambiando el mundo de la moda en India. Su estilo es una mezcla de tradición y modernidad, y su enfoque es sostenible y responsable. Su colección de otoño y primavera 2014, que se presentó en el marco de la London Fashion Week, fue un éxito. Las hermanas Tina y Mikita han granjeado multitud de premios en muy poco tiempo. Su estilo es una mezcla de tradición y modernidad, y su enfoque es sostenible y responsable. Su colección de otoño y primavera 2014, que se presentó en el marco de la London Fashion Week, fue un éxito.

El éxito de esta firma se debe a su creatividad, su pasión por la moda y su enfoque sostenible y responsable. Su colección de otoño y primavera 2014, que se presentó en el marco de la London Fashion Week, fue un éxito. Las hermanas Tina y Mikita han granjeado multitud de premios en muy poco tiempo. Su estilo es una mezcla de tradición y modernidad, y su enfoque es sostenible y responsable. Su colección de otoño y primavera 2014, que se presentó en el marco de la London Fashion Week, fue un éxito.

ONDITER //



CÓDIGO ICONOGRÁFICOS

La utilización imágenes y sobre todo de recursos gráficos (flechas, viñetas, capitulares, flechas, etc.), son muy útiles en la revista ya que son indicadores del inicio, continuación o termino de un artículo.

momento, Elisa te lleva a lugares
n los que suceden situaciones ab-
uerto en la cola de ANSES con un
nte la tierra, una vista guiada a la
mujeres cuando menstrúan, o un
io sobre las contaminaciones del
e de esta monólogo que, cuan-
hablar, te deja riendo en efecto di-
agliano

**Trabajaba en un
neuropsiquiátrico y veía
cómo la locura y el humor
se dan la mano para
sobrevivir.**

habían solos, cuando actuó, ella es una demen-
te. En breve se la escuchará también en radio,
junto a Mauricio Pólicas, en el programa Ma Ma-
nana, de 8 a 13 por Radio Caamba.
En la década del 90, Elisa creó viendo en TV el
programa de Juana Milina (*Juana es mi virgen
de Guaranípe*”, dice) y disfrutándose de sus per-
sonajes: la china del super, la chabona... A los ocho
años empezó a actuar,
más tarde a escribir.
Después, a buscar tra-
bajo. Como tantos, tu-
vo uno de esos días

en los que la vida personal se demumba, en una
época en la que trabajaba en un neuropsiquiátri-
co y veía cómo la locura y el humor se dan la ma-
no para sobrevivir. Ese día, se sentó a transcribir
sus desgracias personales y se dio cuenta de que,
vistas así, eran tan graciosas como trágicas.
Armó un personaje, lo vistió y empezó a presen-
tarse en bares, con ese monólogo. Cuando la co-
sa empezó a funcionar y la gente comenzó a reírse,
se sacó la película, el tapado y los elementos tea-
trales. **“Hasta que quedé en bolas y a los gri-
tos, sola con el micrófono, y empecé a ver
vídeos de stand up”.** Enseguida se integró a De

porado Stand up Club, en Casa Babylon, junto a
Jorge Montenegro y Emanuel Rodríguez. **“Está-
bamos todos periferados en la comedia y el hu-
mor y nos fuimos acelerando. De a poco, fuimos
entrando a cierto código al que llegamos in-
tuitivamente, desde las ganas, desde el deseo
más silvestre”.**, explica.

>>>OTRO HUMOR CORDOBÉS

Las clases llegaron vía Youtube con las ruinas de
Serrifé como guré indiscutido, pero también con
otras, como George Carlin, Sarah Silverman, Lenny

>>>**CLASES DE VERBORRAGIA.** Así
como la oferta de clubes de stand up se
instala de a poco en la agenda de bares,
también crecen las clases y talleres. Y si
los pioneros de Córdoba fueron autodi-
dactas, ellos ahora pueden guiar a otros.
Tal fue el caso de Sergio “Cherca” Prieto,
que desde 2009 dicta talleres en María
Castaña. Sus alumnos son cómicos, do-
centes, periodistas o gente que escribe.
**“En el taller buscamos maneras de rom-
per estructuras, de aprender a dar el vo-
lantizo que exige este tipo de humor, de
adquirir conocimientos interpretativos y
escénicos”.** revela Prieto.

Elisa Gagliano también incursionó en el
terreno docente, en un taller que, excep-
to actores, tenía de todo: abogados, in-
genieros, empleados públicos,
comerciantes. **“Muchos ya venían traba-
jando con un grupo. Otros llegaron casi
buscando algo terapéutico, con ganas
de hacer algo con sus tragedias”,** cuen-
ta. Los participantes aprenden a estruc-
turar textos, armar las líneas del chiste,
escribir y presentar, exponer y sostenerse
en el escenario. El final de cursado inclu-
ye la prueba de fuego en un bar y con
público: luz, micrófono y acción.

GRAN VOZES. Alineados tras la bandera
la llamea a los perdedores, de a poco
adepos de la ciudad van perfilando esti-
los. Ya hay tantas variedades como canti-
ente que se anima. Así como Elisa es nuestra bipolar
, cada cual tiene su impronta y llega desde ámbitos di-
gunos vienen desde el teatro, como Sergio “Cherca”

Edgardo Livinoff, que se presenta como **“un judío
cuya madre quería que fuese doctor, listo para
confirmar la vigencia de la sinarquía sionista y preparado para
develar en el escenario la verdad sobre la muerte de Cristo (yo
no fui)”.** Juan Carlos Carranza aparece en el escenario como un
perdedor de Traslasierra. **“Busco que el público me adapte, o me
pase una cuota alimentaria, lo que prefiera”.** ¿Hay algo en común

**“Antes había un monopolio
del humor local, un humor
for export filtrado por lo
que en Buenos Aires
consideraban ‘gracioso’
del cordobés”.**

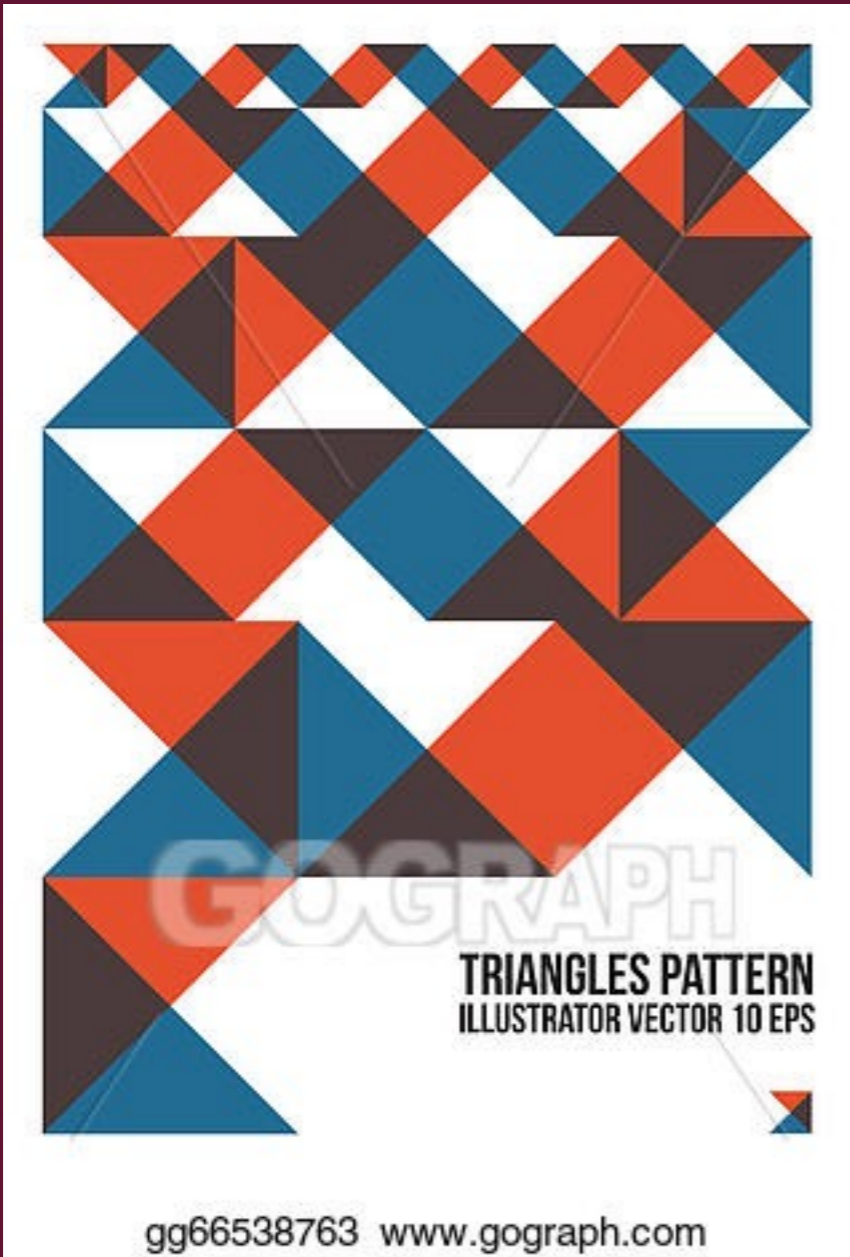
bla se ríe primero de sí mismo. Dice Elisa: **“El
humor es un tema serio, por lo menos co-
mo yo lo entiendo, porque se relaciona pri-
te construir otro**



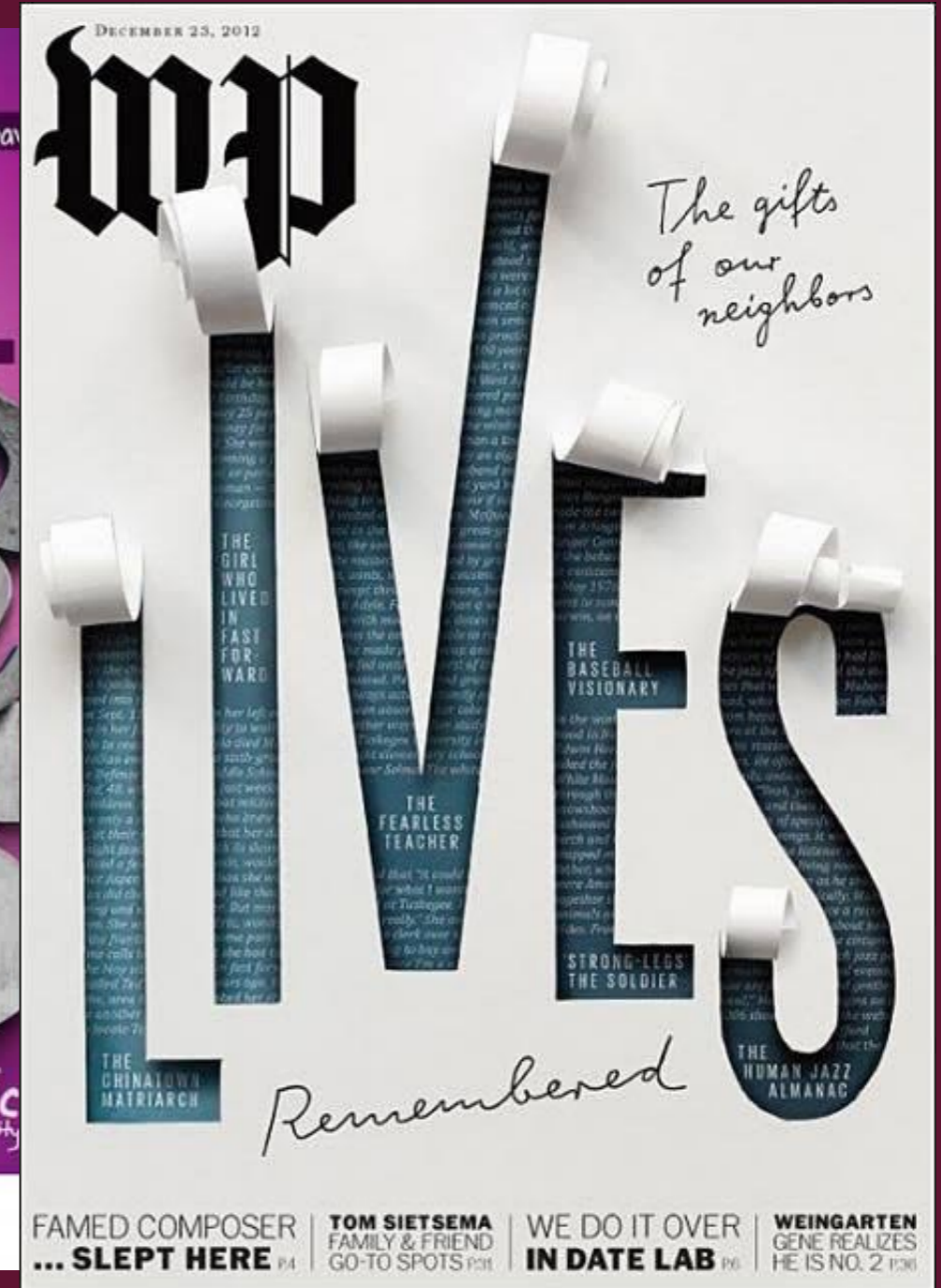
PORTADAS FIGURATIVAS:



PORTADAS ABSTRACTAS:



PORTADAS BASADAS EN TIPOGRAFÍA:



PÁGINAS INTERNAS

Se divide en tres partes: un primer tercio dedicado a las **noticias**, una parte central destinada a los **artículos** y en el tercer tercio se suelen localizar información sobre **contenidos** (críticas, directorios, etc)



PÁGINAS INTERNAS

1. Páginas índice
2. Artículos o reportajes
3. Apertura de sección
4. Críticas, directorios y comentarios



Cabecera de sección

Medianil

Foto silueteada

Márgenes

Antetítulo

Trama

Título

Entradilla

Foto a sangre

Pie de foto

Apoyo destacado

P/ artes
Semana A LA VISTA

LUNES Contemplar
El festival de fotografía GetxoPhoto, donde el arte se reparte por las calles de Getxo. Parada obligatoria en la playa de Ereaga para ver a Goldberg.

MARTES Leer en casa
La novela de Nicolás Casanovi (Ed. Temas de hoy), en la que está basada Irzudris, firmó qui estiera Fresnoñe el 7 de octubre.

MIÉRCOLES Escuchar
El disco de los 25 años de carrera de Sting (Universal). Este estudio para coleccionistas es el mismo que se mencionó quienes siguen la carrera del músico desde Police.

JUEVES Presenciar
La representación teatral de Ricardo III dirigida por Sam Mendes. Es en Avilés y una ocasión única en España para ver a Kevin Spacey actuar. www.niemeyercenter.org

QUE SABER
Membresía a la literatura y Sofia Coppola el cine. Die historia para mostrar una buena conservación intelectual del siglo XXI.

Haruki Murakami
Publica el tercer libro de 1Q84 en España el 7 de octubre, una novela que está destinada a convertirse en un clásico. La música es una parte importante de su vida y sus novelas. Montó un bar de jazz en su ciudad y Tokio Blues, en inglés Norwegian Wood, es el título de un tema de los Beatles.

Sofia Coppola
Entrena el día 30 Somewhere, un filme língüdo que recuerda a Karostami y por el que ganó el León de Oro de Venecia en 2010. Aunque hayas dado alguna cabezada en uno de sus trabajos, nunca lo reconocerías. Es una directora de culto. Su marido, el cantante de Phoenix, firmó su última B. S. G.

UNA ROMÁNTICA INCORREGIBLE
ANNE HATHAWAY
Vuelve la nueva novia de América a la gran pantalla. Esta vez con una adaptación cinematográfica de *One Day*, el superventas internacional del escritor David Nicholls.

Los protagonistas, Anne y Jim Sturgess, en el rodaje de una escena en Edimburgo.

La novela homónima nacida en la imaginación del escritor inglés David Nicholls ha sido un éxito internacional y en español se ha traducido, con mucho criterio, como *Siempre el mismo día*. Esta ha sido la base que utilizó Lone Scherfig, directora de la película *An Education* (2009), para adaptarla al cine.

→ Esta última adaptación cinematográfica podrá verse en las salas de cine de nuestro país a partir del 14 de octubre.

DANZA EN 3D
¿SE PERDERÁ EL LEGADO DE PINA BAUSCH?
por Tamara Rojo
Ante el estreno del documental de Wim Wenders sobre la coreógrafa alemana, la primera bailarina del Royal Ballet de Londres reflexiona sobre el futuro de su obra.

que les impide evolucionar al ritmo que el resto del mundo de la danza. En mi opinión, la mejor forma de asegurar que estos trabajos sobrevivan al autor, y no se pierda su relevancia para las generaciones futuras, es que sean asimiladas por las grandes compañías de repertorio, que tienen la capacidad y el nivel artístico para interpretarlas con total respeto y objetividad. Tal vez sea este el futuro para los apóstoles de Pina, extender el legado de su profeta.

En movimiento
Un espacio diáfano con ventanas al exterior se convierte en el escenario para los bailarines Damiano Ottavio Bigli y Silvia Hueda.

¿Quién es el último 'elegido' de Björk?
Musa de Chelcyon y McQueen, la cantante ha dejado en manos de Stefano Piliati, director creativo de YSL, el look de su último álbum y de su gira. En *Biophilia* (Universal), los estilos se inspiran en las galaxias, el universo, los planetas y las estrellas. Otra curiosidad: se puede descargar en iPad.

178 — BANDA — 24 DE SEPTIEMBRE DE 2011

179 — BANDA —

Foto a caja

Titular calado

Texto con alineación centrada

Folio

Texto en bandera

Foto silueteada

Capitular

Calle

SISTEMA RETICULAR

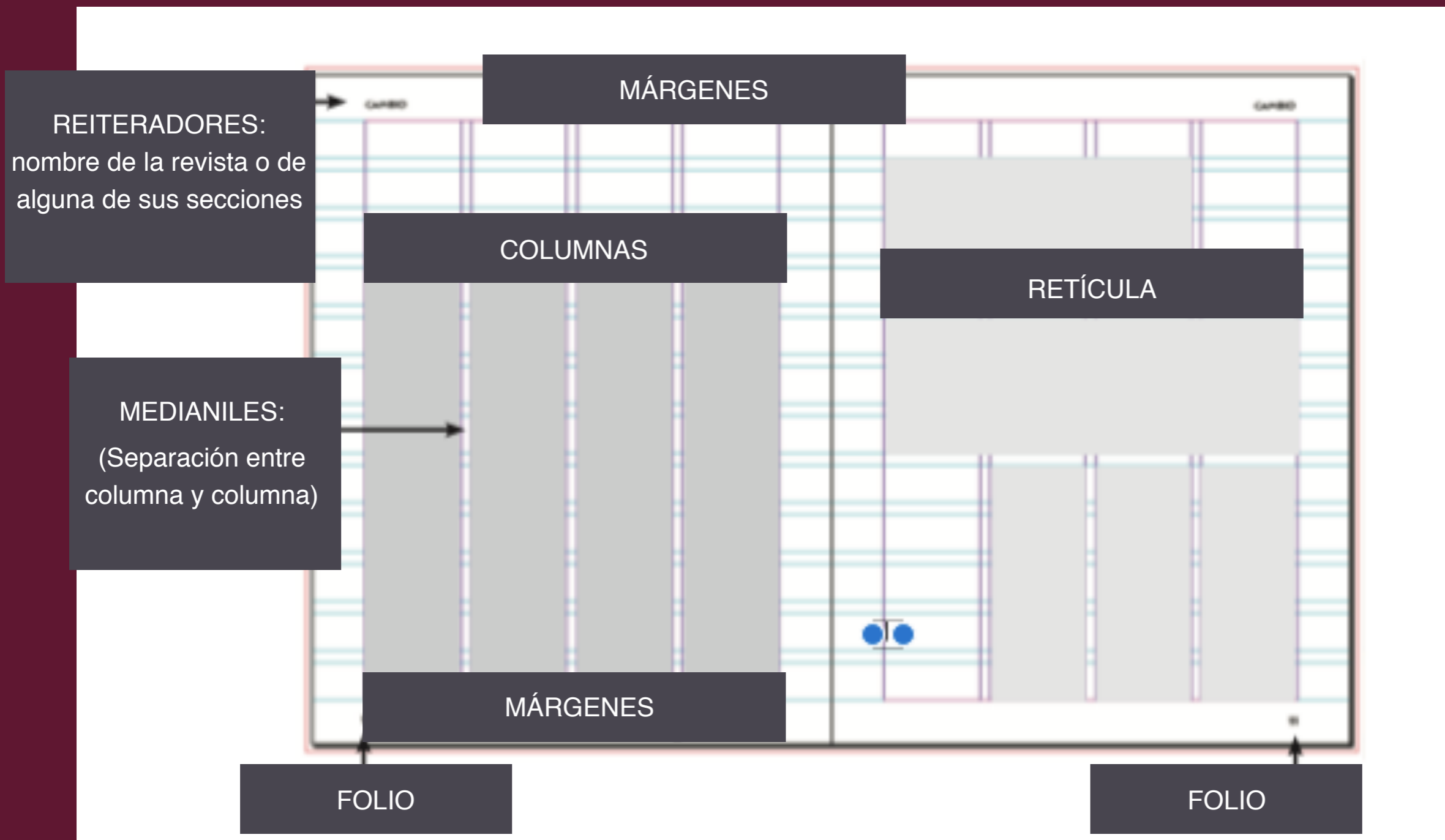
Retícula: Es la cuadrícula o rejilla formada por las líneas verticales y horizontales que definen las diferentes áreas de una maqueta; plano para el diseño de páginas.

Las retículas son un conjunto de guías que ayudan al diseñador a determinar la ubicación de y el uso del texto, las imágenes, los márgenes, los folios y las constantes. Determinando las plantillas para las secciones y la paginación.



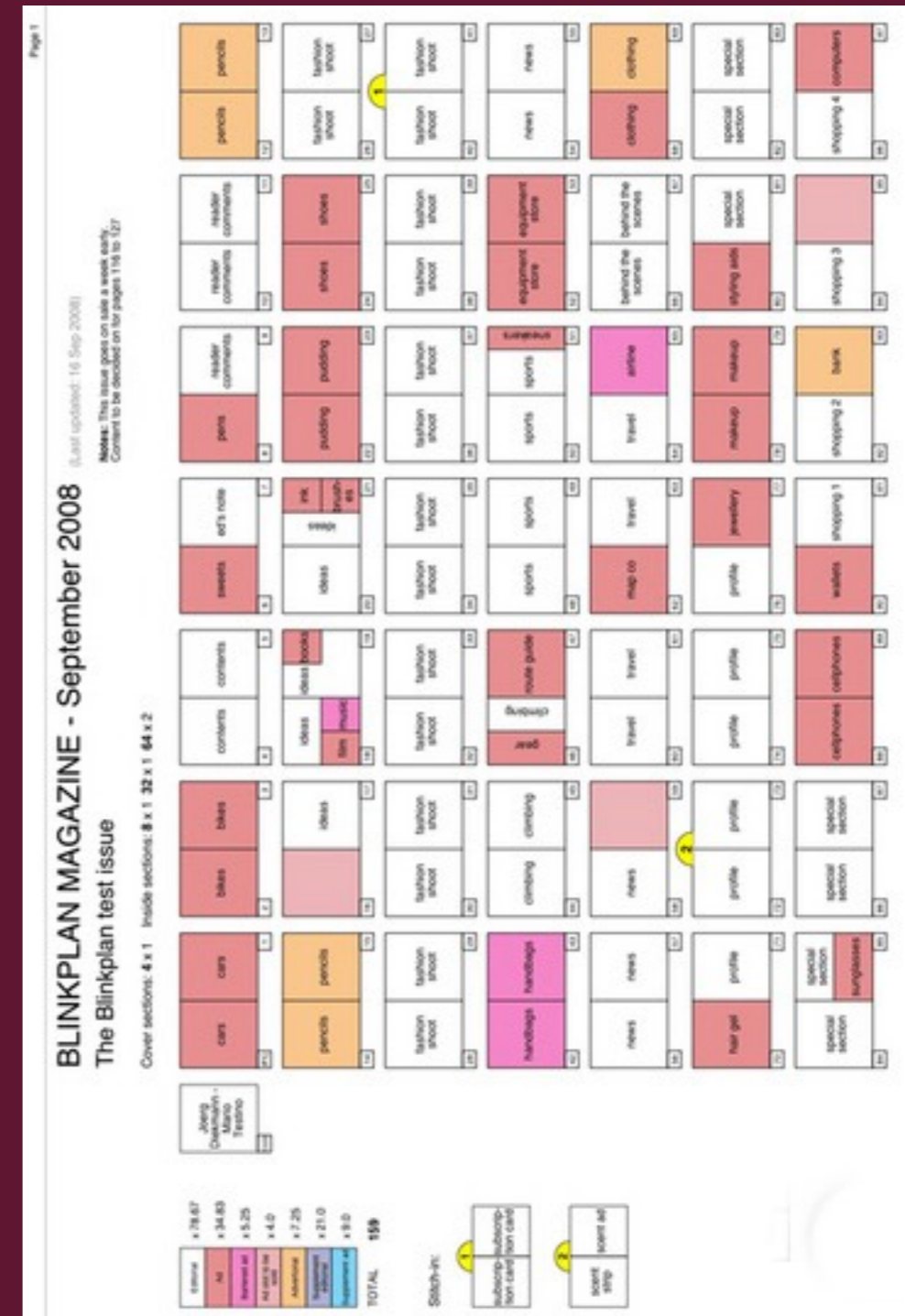
ELEMENTOS DE UNA RETÍCULA

PÁGINA INTERIOR



PLANILLO Ó PLAN DE PÁGINA

Un planillo es básicamente un dibujo esquemático de las páginas de la publicación colocadas en sucesión y con los elementos principales que afectan a la producción señalados de algún modo. Este ingenioso diagrama al detalle, permite a los implicados en el proceso de producción ver las páginas, el contenido, los pliegos, la proporción contenido editorial/publicitario y la paginación de manera esquemática.



ESTRUCTURA PUBLICITARIA

Para determinar la inserción de publicidad en una revista dependerá de qué tipo es, identificando de manera general su circulación, formato y contenido editorial.

Es importante los tamaños en que se comercializa la publicidad en revistas, aunque no sea una responsabilidad directa del diseñador, es un elemento que debe tomar en cuenta a la hora de diseñar, ya que la publicidad y la venta de la revista, son los dos factores que hacen que una publicación periódica subsista.

PÁGINAS COMPLETAS



FRACCIONES DE PÁGINAS



USO DE MATERIALES

Selección de papel

Existe una gama muy amplia de papeles para la impresión de revistas, (estucado o sin estucar, mate o brillante, traslucido o opaco, de gramaje alto o bajo, grado de blancura, reciclado) todo dependerá del aspecto que se quiera dar.



USO DE MATERIALES

Papel bond: Es un papel económico que ofrece una superficie mate, que sirve para imprimir publicaciones de buena calidad en tipografía, línea y medios tonos, no es recomendado para trabajos con plastas y selección de color.

Papel couche: Es el papel más utilizado en la impresión de **revistas**, es ideal para trabajos de medio tono, para las reproducciones de selección a color y plastas de color.

USO DE MATERIALES

Brillante o mate , papel o cartulina
Forros: Se utiliza cartulina couche o cartulina sulfatada, o cromacote, se dispone de dos gramajes de 210 y 300 grms.

Interiores: Se recomienda que sea en papel couche, y la variedad es de 90, 100, 135 y 150 grms.

Papeles de 57 x 87 cm. Para revistas tamaño carta o media carta.



IMPRESIÓN OFFSET

Es un método de reproducción de documentos e imágenes sobre papel, o materiales similares, que consiste en aplicar una tinta, generalmente oleosa, sobre una plancha metálica, compuesta generalmente de una aleación de aluminio. Utilizando el modo de color CMYK.



ACABADOS

De acuerdo al presupuesto del que se disponga serán los acabados de la revista, aunque de manera normal incluye los refines, el dobléz y la encuadernación.

ENCUADERNACIÓN: Es cualquiera de los procesos para unir las páginas o secciones de modo que compongan un libro, revista, folleto o cualquier otro formato por medio de grapas, alambre, pegamento u otros medios.

Engrapado a caballete:

Método de encuadernación utilizado para folletos, catálogos y revistas. Los pliegos se igualan y se engrapan por el lomo.

- **Mínimo** 8 páginas
- **Máximo** 64 páginas
- **Páginas** multiplos de 4

ACABADOS

Encuadernación pegada o hot melt o americana: Es una encuadernación resistente y flexible pero cuando se le aplica demasiada tensión se rompe con facilidad, esta se recomienda para revistas de 64 páginas en adelante. Otras alternativas: Encuadernación cosida, encuadernación wiro o canutillo, encuadernación canadiense o semicanadiense, encuadernación japonesa, encuadernación de tapa dura.

Acabados especiales

Barniz, laminado o plastificado, tintas directas, duotono, troquelado, relieves o bajorrelieves, etc.

PREPARACIÓN DE ARCHIVOS PARA IMPRESIÓN

IMPOSICIÓN

Cuando se realiza una revista se tienen que ordenar las páginas en el pliego a imprimir de tal manera que cuando se doblen las hojas impresas para encuadernarlas, las páginas del documento estén en el orden correcto.

1. **-La imposición manual** se realiza colocando las páginas sobre en un soporte de mica, llamado astralón y se pegan en él.
2. **-La forma electrónica** es más rápida y precisa. Se realiza desde los programas de autoedición como es el caso de Page Marker, Quark Xpress e InDesing, generando un formato **eps o pdf**.

IMPOSICIÓN PARA FORROS

Los forros se arman arman a parte por que van en otro couche de 210 grms.de cabeza con cabeza y el mismo armado sirve para ambos lados, solo se le da la vuelta al pliego de papel, de esta manera se ahorra en el tiraje.



IMPOSICIÓN PARA INTERIORES

Este ejemplo es de una revista de 16 páginas, armada para impresión de 4 x 4 páginas, utiliza el plegado o dobléz en cruz, de tal forma que se doblan y se juntan los dos pliegos para formar cuadernillos de 8 páginas, que se engraparán y después se refinaran.



MANEJO DE SOFTWARE

Es de vital importancia tener conocimiento del manejo de algunos de los programas para maquetación editorial como los siguientes:

Page Marker

Quark Xpress

InDesign



FOTOGRAFÍAS E ILUSTRACIONES

Se recomienda que las imágenes estén escaneadas a **300 DPI** (Puntos por pulgada) para una impresión de buena calidad.

Que se inserten al documento al tamaño y si tienen alguna inclinación es recomendable que se haga desde PhotoShop.

Formatos más utilizados: TIFF, JPG, EPS, PDF.



LINEATURA

Es la resolución que se utiliza en las filmadoras y se mide en líneas por pulgadas (LPP) y es denominada lineatura o densidad de trama, y se determina por el tipo de trabajo, el papel que se utilizará, así como la máquina en la que se va a imprimir el trabajo.

A continuación tenemos algunos ejemplos que serán de utilidad para el diseñador de las lineaturas más comunes, usadas para los distintos trabajos:

- a) La impresión de diarios se imprime a 85 líneas por pulgada
- b) Las revistas y Folletos a color son impresas entre 133 y 150 líneas por pulgada.
- c) Trabajos que requieren mucha calidad son impresos a 175 líneas por pulgada.

TIPOGRAFÍA

Existen infinidad de tipos de letras pero analizaremos los dos tipos importantes de fuentes:

Fuentes True Type: Funcionan bien en general pero presentan un problema cuando se imprime en una impresora PostScript, porque tienen que convertirse a trazos, y la calidad del impreso dependerá de la calidad de la conversión.

Fuentes PostScript: Esta conformada por descripciones matemáticas de los vectores del contorno de las letras, que pueden escalarse a cualquier tamaño sin perder exactitud de la nitidez en los trazos.

Se recomienda convertir a curvas, para evitar cualquier modificación.



FORMATO DE ARCHIVO

a) Abiertos: Son los archivos salvados en el formato nativo de la aplicación que se creó, por ejemplo en InDesign se empaqueta con fuentes e imágenes.

b) Cerrados: Son archivos independientes de la plataforma, por lo cual no existe riesgo de que el documento se altere, además si la imprenta no cuenta con la aplicación o la tipografía utilizada. Estos archivos especiales para el diseño editorial son los siguientes:

***EPS** (PostScript encapsulado) formato de archivo gráfico, utilizado para imprimir imágenes y gráficos, además de exportar archivos entre PhotoShop, QuarkXpress, PageMaker.*

***PDF** (Formato de Documento Portátil) Especialmente ideado para documentos susceptibles de ser impresos, no requiere procesos anteriores de ajuste ni de maquetación.*

CONTENIDO DEL ARCHIVO DIGITAL PARA IMPRENTA

a) Carpeta digital completa del trabajo:

- Archivo electrónico completo en algún programa de diseño editorial:
- Carpetas de fuentes
- Carpeta de imágenes
- Archivo convertido en formato EPS o PDF, es muy útil cuando el documento esta totalmente revisado y no requiere de modificaciones, además de que los archivos son comprimidos, pero sin perder calidad en textos e imágenes.



CONTENIDO DEL ARCHIVO DIGITAL

PARA IMPRENTA

b) Dummy completo: (con todos los elementos tal como se quiera que sea impreso)

Es importante que esta sea la última versión de tu archivo.

El Dummy tiene un papel primordial pues sirve como muestra para el impresor.

c) Indicaciones técnicas: Este aspecto es muy importante por la razón de que se indican las instrucciones generales y específicas para su reproducción (suajes, troqueles, barniz a registro).

SUPERVISIÓN DEL TRABAJO EN IMPRENTA

- a) Revisar que el archivo enviado no presente ningún problema al ser abierto en la computadora de la imprenta con la tipografía y las imágenes.
- b) Revisar los negativos y las placas, del producto editorial.
- c) Pedir al impresor una prueba del impreso a pie de máquina.
- d) Revisar los dobleces.
- e) Y los acabados.



FUENTES DE CONSULTA

Básico:

1. De Buen Unna, Jorge. *Manual de diseño editorial*. Trea. 2008
2. Edmund C. Arnold. *Diseño Total de un Periódico*. Ed. Edamex
3. Jeremy, Leslie. *Nuevo diseño de revistas*. Ed. Gustavo Gili. 2003
4. Josef Muller Brockman. *Sistema de Retículas*. Ed. G.G
5. Kloss, G. *Entre el Diseño y la Edición*. Universidad Autónoma Metropolitana. 2002

FUENTES DE CONSULTA

Complementario:

1. *Ambrose, Gavin y Harris, Paul (2013). Layout. Parramón*
2. *Caldwell, Cath y Zappaterra Yolanda (2014). Diseño editorial. Periódicos y revistas/ Medios impresos y digitales. Ed. G.G.*
3. *Giorgio Fioravanti. Diseño y Producción. Ed. G.G.*
4. *Hampshire, Mark y Stephenson, Keith (2008). Papel: Opciones de manipulación y acabado para Diseño Gráfico. Ed. G.G.*
5. *Jaume Guillamet. Conocer la Prensa. Ed. G.G.*
6. *Johansson, Kaj, Lundberg, Peter y Robert Ryberg (2011). Manual de producción gráfica. Recetas. Ed. G.G.*

FUENTES DE CONSULTA

7. Ruder, E. *Manual de Diseño Tipográfico*. Ed. GG México, 1992
8. Tschichold, Jan (2002). *El abecedario de la buena tipografía*. Campgrafic
9. VV.AA. (2008). *Retículas. Soluciones creativas para el diseñador gráfico*. Ed. G.G.
10. William Owe. *Diseño de Revistas*. Ed. G.G.
11. Zappaterra Yolanda. *Diseño editorial: periódicos y revistas*. Ed. G.G. 2012