

**DISEÑO PROTIPO DE REVISTA DE DIVULGACIÓN ACADÉMICA, PROGRAMA DE
DISEÑO GRÁFICO UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA.**

ERIKA ESPERANZA BENAVIDES GAMBOA

C.C 1022364145 DE BOGOTÁ

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES

DISEÑO GRÁFICO

BOGOTÁ 2013- 1

**DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE REVISTA DE DIVULGACIÓN ACÁDEMICA,
PROGRAMA DE DISEÑO GRAFICO UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA**

ERIKA ESPERANZA BENAVIDES GAMBOA

C.C 1022364145 DE BOGOTÁ

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE
DISEÑADOR GRÁFICO**

ASESOR DE TESIS: JUAN PABLO GARCÍA RODRIGUEZ

ARQUITECTURA Y ARTES

DISEÑO GRÁFICO

BOGOTÁ

2013-1

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN	5-6
1. DISEÑO EDITORIAL.....	7-10
1.1 Principales elementos del diseño editorial.....	11--17
1.2 Diseño de revistas.....	18-26
2. MARCO DE REFERENCIA	
Universidad Piloto	27-28
Programa de Diseño Gráfico.....	29
Publicaciones Universidad Piloto de Colombia.....	30-34
3. DISEÑO METODOLÓGICO	
Entrevista (instrumento de medición).....	35- 41
Matriz de análisis (instrumento de medición).....	42-51
Encuesta.....	52-62
4. DECISIONES DE DISEÑO	
Naturaleza de la pieza- definición pieza gráfica.....	63-64
Análisis de resultados	65-66
Metodología de diseño	67- 83

5 .CONCLUSIONES..... 85-87

6. Bibliografía.....88

ANEXOS.....89-97

RESUMEN

Este proyecto, tiene como objetivo general el diseño de un prototipo de revista para el programa de diseño gráfico de la Universidad Piloto de Colombia, el proyecto surge de la necesidad de los estudiantes de diseño gráfico por tener un medio para divulgar su trabajo en diferentes campos del diseño.

El diseño editorial es uno de los campos de desarrollo del diseño gráfico, este tiene como fin la creación de publicaciones tales como revistas, periódicos, libros, entre otros. El objetivo del diseño editorial es informar a un público objetivo sobre algún tema en específico y mostrar esta información de forma agradable y clara utilizando conceptos y elementos básicos del diseño

El presente documento muestra el proceso de investigación que se llevo a cabo para llegar al diseño del prototipo, comenzando por la revisión bibliográfica para construir los conceptos básicos que se requerían para llevar a cabo el diseño de la pieza, luego de esto se aplicaron los instrumentos de medición necesarios para obtener información precisa que fuera útil para el proyecto, se realizó una entrevista, una encuesta y una matriz de análisis que serán explicadas detenidamente en el capítulo dos del proyecto.

El presente documento presenta también información respectiva al proceso de diseño del prototipo editorial, en donde se enfatiza en algunas de las secciones de la publicación y la portada. También se presentan las conclusiones que surgen a partir del proceso realizado teórica y prácticamente.

OBJETIVOS GENERAL

Diseñar un prototipo de revista para el programa de Diseño Gráfico de la Universidad Piloto de Colombia.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Los objetivos que se plantearon, las fases en las cuales se desarrollo el proyecto, y procesos de bocetación del prototipo. Los objetivos iniciales propuestos para esta investigación aplicada fueron los siguientes:

- Establecer los conceptos fundamentales del diseño editorial para tomar decisiones formales acerca del prototipo.
- Conocer y entender el papel del diseño en el ámbito editorial para así, diseñar un prototipo fuerte grafica y funcionalmente.
- Obtener información sobre los gustos y preferencias del público objetivo, para establecer parámetros de diseño en la publicación.

1. DISEÑO EDITORIAL

Para saber cómo realizar adecuadamente una publicación en este caso la revista del programa de diseño gráfico, debemos saber los aspectos más importantes del diseño editorial, como sus funciones, objetivos y elementos más importantes.

Historia

El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se enfoca en el diseño de publicaciones como libros, revistas, folletos. El diseño editorial puede ser considerado periodismo visual, término que lo diferencia de otras ramas de aplicación del diseño gráfico, como el branding que se dirige a la promoción exclusiva de un producto o marca. En cambio, el diseño editorial puede según, Yolanda Zapatera (2008), entretener, formar, instruir, comunicar, o educar.

El diseño editorial tiene sus inicios hace muchos años con la invención de la imprenta por Johannes Gutenberg quien logró crear los tipos móviles, desarrollando varios modelos de letras, Gutenberg dio al mundo el primer libro impreso, y así poco a poco se fue creando la industria editorial que ha crecido bastante en los siglos posteriores a la imprenta de Gutenberg.

El objetivo principal del diseño editorial es comunicar y transmitir información de una manera llamativa y organizada, el diseño juega un papel muy importante pues gracias a él, esta puede ser más clara y contundente. “cuando opera en el medio editorial, el diseño puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.” (Zapatera, 2008) Es así como el diseño editorial constantemente pone a prueba la creatividad del diseñador para

lograr una estética agradable para el usuario que le ayude a entender de una manera fácil y rápida la información que en él se presenta.

Según Jorge de Buen Uma , diseñador gráfico editorial y tipográfico mexicano, en el diseño editorial hay dos corrientes, la primera dice que “el diseño editorial persigue un fin forzoso exhibir las ideas del autor y no del diseñador, y la segunda que esto se puede lograr con mucha belleza, variedad y dignidad” (Unna, 2000) Claramente la segunda es la que toma más fuerza pues sin el trabajo que conlleva el diseño una pieza editorial solo sería la transcripción de información ya sea texto o imágenes, de una forma desordenada y monótona que no despertaría el interés del público. El diseño editorial comprende un quehacer que se vale de muchos elementos gráficos para mostrar la información de una manera interesante, de este modo es el diseñador es quien le da vida a la publicación.

La segunda corriente mencionada por Jorge Buen Uma encuentra apoyo en el en el libro introducción al diseño editorial de David Zañón quien dice que el diseño editorial es uno de los campos más competitivos del diseño ya que gracias a la Creatividad y destreza que se da en éste, es como logra volverse un soporte donde la unión de texto e imagen hace la información más eficaz e interesante.

Lo más importante en un diseño editorial es que tenga legibilidad “un buen texto y una buena edición hacen que la magia llegue y no nos abandone a lo largo de la lectura, la legibilidad es la fuente que sostiene la ilusión” (Unna, 2000) por legibilidad entendemos que el contenido de la publicación sea claramente entendible, no solo su cuerpo de texto si no también todos los elementos que conforman la publicación.

Además de legibilidad el diseño editorial, debe tener una lecturabilidad adecuada es decir debe guiar al lector de manera adecuada por la publicación y indicarle el orden de lectura de cada uno de los elementos.

Otro aspecto fundamental en el diseño editorial es su relación con el público objetivo, pues los productos editoriales determinan su estilo y contenidos de acuerdo al grupo al que se dirigen. Un diseño es exitoso si satisface las necesidades del cliente; “el diseño de una publicación depende totalmente de qué es y de para quién es. El buen diseño depende de que el diseñador comprenda ambas cosas en profundidad” (Zapaterra, 2008, pág. 29). El diseñador debe tener claro los objetivos y el propósito de la publicación, debe poder definir a su público no solo demográficamente sino como individuos, saber y entender la necesidades de sus lectores y también tener claro la estructura de la publicación, por ejemplo cuál es la cadena de mando, el presupuesto y la influencia de la publicidad en la publicación.

En este proyecto es importante conocer el público objetivo de la publicación para decidir elementos del diseño y contenidos que hagan a la publicación exitosa, conocer las necesidades de la población para así mostrarles contenidos e información que les sean útiles.

Tipos de diseño editorial

Es importante conocer los tipos de diseño para así encajar el proyecto en el que cumpla con las expectativas y cumpla los objetivos propuestos por el proyecto, para poder elegir un tipo de publicación en específico se debe conocer a rasgos generales las características de los tipos de diseño editorial más importantes.

Dentro del diseño editorial al igual que en los demás campos del diseño, existe una jerarquía en los productos que este realiza, “el puesto más alto se lo disputan sin duda alguna, las revistas,

los periódicos y suplementos” (Zapaterra, 2008, pág. 7) ya que son estos los que más acogida tienen dentro del público y los que la gente más consulta por diferentes razones.

Dentro de los tipos de diseño editorial principalmente se encuentran los periódicos, libros y revistas, también los suplementos, brochures, fascículos, catálogos entre otros. A continuación se presentan las principales diferencias entre libros revistas y periódicos que son los más importantes productos de la industria editorial.

Libros

“Contenido abundante y detallado de información, no precedera que va acompañando generalmente de imágenes” (Ghinaglia, 2009, pág. 5) además de esto los libros tienen una producción más larga y costosa, pueden ser leídos más de una vez, y en su impresión se usan diferentes tintas blanco y negro, full color o duotonos.

La historia del libro data desde siglo xxv donde eran solo utilizados por personas eruditas principalmente de la iglesia, el conocimiento estaba reducido a unas pocas personas y los libros eran un artículo cultural muy importante y su adquisición era selectiva.

En términos de diseño la composición de un libro, “implica la toma de decisiones por parte del diseñador en cuanto a la ubicación exacta de todos los elementos en la página” CITA, el diseñador juega un papel importante en el posicionamiento de un libro ya que aunque el contenido sea muy importante la forma en que se muestra y el diseño de este es lo que hace que el público escoja un libro en vez de otro. Si la composición está desordenada, la impresión es mala, y el espaciado insuficiente el texto se devaluará por muy elocuente que parezca si la impresión de una página transmite confianza, orden, una construcción cuidada o incluso un desorden deliberado, la prelectura de este código semiótico puede aumentar el valor del texto

una vez más reiteramos la importancia del diseño en la comunicación de información en diferentes soporte en este caso el libro.

Periódicos: "contenido resumido o concreto de información que deja de ser importante con rapidez ya que hace referencia a información inmediata" (Ghinaglia, 2009, pág. 5) un periódico generalmente no se lee más de dos veces, su reproducción es alta y su producción es económica debido a que su mayor parte se imprime a blanco y negro en materiales reciclados.

Revistas: "Contenido resumido o concreto de información que deja de ser importante con rapidez ya que hace referencia a información reciente" (Ghinaglia, 2009, pág. 5). La revista puede ser leída varias veces, su reproducción depende del público al que está vaya dirigido y también al presupuesto con el que se cuenta para su producción, es decir puede ser costosa o económica, imprimirse en blanco y negro o en color dependiendo de el efecto que se quiera tener en el público. "La palabra revista en inglés (magazine) viene del árabe y esa lengua significa almacén" (Zapatero, 2008, pág. 7) , con esto podemos deducir que una revista es una publicación donde se encuentran diferentes elementos que se unen con características comunes como los artículos que encontramos en un almacén de ropa o de zapatos.

A lo largo del documento se explicaran los principales elementos de diseño en una revista y cuál es el propósito de estos dentro de la publicación.

Elementos fundamentales a la hora de estructurar el diseño de una publicación.

En el diseño editorial existen elementos principales que se deben tener en cuenta a la hora de determinar la publicación, conocerlos y definirlos nos ayuda a tener claro el estilo gráfico de la publicación y a tener mejores resultados a la hora de comunicar.

El formato

Este es el primer elemento que se define en la publicación, “el formato de una revista es definido por la forma y el tamaño de la página es importante escoger bien el formato de la publicación ya que de esto depende la practicidad a la hora de la lectura y también en la forma en que el público podrá portarla, “un formato muy grande o con una forma atípica puede ser una incomodidad si se desea guardar o archivar para futuras lecturas” (Zapatero, 2008, pág. 128).

La importancia de escoger un buen formato, privilegia los costos de producción de la publicación, un formato óptimo es indispensable para que la producción de la publicación sea rentable, para poder escoger bien un formato, debemos saber que “la mayor parte del material impreso se adapta a los formatos normalizados DIN” CITA, el formato básico es un pliego, a este formato se le van realizando pliegues que determinan así medio pliego, un cuarto o un octavo, y los diferentes formatos que existen.

Para el material impreso se desarrollan formatos A, B, C, D “ las dimensiones básicas de los pliegos son las series:

A= 841*1189 mm

B= 1000* 1414 mm

C= 917*1297 mm

La serie A es la base de las demás. La serie B son formatos sin cortar, la serie C son formatos de envoltura y sobres para la serie A, las series C y D son llamadas adicionales”CITA

Es importante que el diseñador conozca los formatos del papel, y se ajuste a alguno ya predeterminado, como se ha dicho anteriormente esto reduce costos y hace más fácil la producción, un formato que este a la margen de los ya establecidos hará que se desperdicie papel y así se encarecerá la producción.

Otro punto importante para escoger el formato es pensar en su portabilidad, los formatos ya establecidos se conservan mejor y tiene lugares destinados como ficheros o revisteros en los que pueden almacenarse perfectamente.

El público objetivo también determina el formato que se debe trabajar, dependiendo del contenido, las necesidades del público por ejemplo un libro para niños puede tener un formato diferente a un libro para adultos.

RETÍCULA

Con ella se busca organizar todos los elementos que irán dentro de la página. Para hacer la división de la retícula se debe tener claro qué tipo de publicación va a ser, y también los elementos que acompañaran los textos. La retícula es una estructura visible que no se imprime, que permite equilibrar pesos y dar coherencia a una publicación. Esta es importante porque estructura la publicación y le da unidad visual a todas las páginas.

Se crea a partir de módulos, los cuales están separados por espacios que crean las columnas horizontalmente y las filas verticalmente. La importancia de la retícula en un proyecto editorial,

en este caso una revista es un fundamental ya que ayuda a organizar los elementos de la página y a crear dinamismo entre estos. La mayoría de las publicaciones periódicas deben tener una retícula establecida que asegure una adecuada organización.

A lo largo del tiempo se han desarrollado varias clases de retículas, las principales son las siguientes:

Retícula manuscrito es la más sencilla y parte de una sola caja de texto, las márgenes son las que dan espacio para los folios, títulos y pies de página. Esta retícula es adecuada para un texto que tenga un texto corrido; aunque sea solo texto hay algunos elementos como el color, la tipografía y el interlineado que harán que la lectura sea más entretenida.

Retícula de columnas es una retícula que se basa en columnas que pueden ser igual de anchas o diferentes dependiendo del elemento para el que sean; puede haber unas para texto principal otra para imágenes u otras para textos secundarios o destacados. En el diseño editorial son muy usadas las retículas de 2 o 3 columnas para darle proporción y dinamismo a los elementos.

Retícula modular

Este tipo de retícula, es flexible y permite dinamismo en la publicación, “los proyectos de gran complejidad requieren cierto nivel de control más allá del que ofrecería una retícula de columnas” (Muller-Brockmann, 1982) esta retícula divide el espacio “con un gran número de líneas de flujo horizontales que subdividen las columnas en filas, creando una matriz de celdas que se denominan módulos”, a estos módulos se les asignan funciones específicas y cada uno es un espacio informativo importante. En esta retícula es importante tomar en cuenta las

proporciones de las márgenes con relación a los módulos, la retícula modular tiene una gran acogida dentro ambiente del diseño porque “ha desarrollado una imagen estética, conceptual que algunos diseñadores encuentran atractiva” CITA la retícula modular tiene sus bases en el pensamiento racional de la Bauhaus, que tiene como objetivo la racionalidad y el orden, la reducción de elementos para llegar a lo esencial y tener claridad comunicativa.

Retícula jerárquica es una retícula más flexible y es más intuitiva para colocar cada uno de los elementos que componen la página y la mayoría de veces no obedece a repeticiones regulares. La retícula jerárquica se basa en darle un lugar a cada elemento como título, subtítulo, encabezado, imágenes dependiendo de la importancia o lo dominantes que sean en el tema de la página; así se crea una jerarquía visual que ayuda a entender mejor el tema y que le dé una mejor legibilidad.

Finalmente sabemos que la retícula es importante en cualquier proyecto de diseño para organizar la información. Algunos proyectos como carteles o un diseño que no sean tan extensos no necesitan una retícula determinada, pero las revistas o libros que son publicaciones periódicas y con varias páginas deben tener clara la organización de sus elementos.

Las retículas que se explicaron anteriormente pueden sufrir muchas modificaciones dependiendo del impacto visual que se quiera tener, “otra forma de estructurar un proyecto consiste en componerlo ópticamente, es decir respondiendo a sus aspectos formales (...) es una forma de trabajo flexible y no hay nada predeterminado” (Zañon, 2007, pág. 29). Esta es una forma de trabajar en la cual se va inspirada por la relación con el público; sin embargo muchas personas comienzan por trabajar con una retícula básica y luego la modifican.

Las márgenes

Las márgenes son otro de los elementos importantes a la hora de diseñar una página de una publicación, “los blancos cumplen funciones cardinales en la tarea de comunicar de manera grata y precisa; las márgenes bien podrían ser consideradas como los blancos fundamentales en una edición “ (Unna, 2000, pág. 165). En el diseño de una página es importante un espacio que de aire a la lectura y que brinde armonía. La utilización de márgenes es muy recomendada por varios autores para lograr un diseño más limpio, puesto que “un buen juego de márgenes resulta atractivo para la lectura y, de manera concomitante, da a la obra una mayor ventaja comercial” (Unna, 2000). Tener un buen espacio para las márgenes da a la publicación un valor estético mayor y una mayor espacio para la buena lectura de la información.

Para crear las márgenes de la publicación se recomienda pensar siempre en un doble página, para que la composición sea simétrica; nunca es recomendable prescindir de las márgenes y su tamaño mínimo recomendado es de 10 mm.

Existen varias formas de hacer las márgenes para una publicación. A continuación veremos las más usadas:

Método diagonal

Esta es la más sencilla y consiste en trazar la diagonal de la doble página, y trazar la caja tipográfica, sobre las líneas de las diagonales

Escala universal:

Este es un método que fue inventado por Raúl Rosarivo, este método consiste en dividir la página en secciones verticales y horizontales iguales, que deben ser múltiplos de 3, para

determinar los márgenes se selecciona una sección vertical para el margen interior, 2 secciones para el margen exterior, una para el margen superior y dos para el margen inferior. La anchura de los márgenes resulta inversamente proporcional al número de divisiones” (Unna, 2000, pág. 171)

Esta clase de márgenes es visualmente buena, porque tiene espacio pensado para cada parte de la publicación, es decir el margen exterior siempre debería ser mayor que el interior debido a que este lado tendrá posteriormente un proceso de refile, y además el margen inferior debe ser superior ya que en la mayoría de los casos en este lugar de la página va el folio y los identificadores de sección.

Las columnas

Las columnas son otra parte importante del diseño editorial porque ayudan a organizar el texto de una forma que no es tediosa y además utiliza mejor el espacio, “la división de columnas no es, en principio un recurso estético, sigue propósitos eminentemente prácticos en la búsqueda de la mayor legibilidad “ (Unna, 2000, pág. 161).

Lo que se debe tener en cuenta al usar columnas es que no debemos colocar letras de gran tamaño en columnas estrechas; las columnas estrechas no son recomendadas porque las palabras largas se dividen en muchas partes. Además de esto “las columnas angostas, obstaculizan el entendimiento de las frases, pues dan lugar a que una composición simple quede disgregada en 2 o 3 renglones” (Unna, 2000, pág. 162). Hay que tener muy en cuenta también la división silábica de las palabras para no dividirlos de forma errada. La capacidad de dividir textos es una gran oportunidad pero debe usarse con cautela.

Según el autor Josef Muller-Brockmann en su libro Sistema de retículas, el uso de columnas no es solo una cuestión de diseño, también se debe tener en cuenta la legibilidad, para lograr una

legibilidad adecuada se deben tener en cuenta factores como el tamaño de la letra, la longitud de las líneas y el interlineado entre éstas. Con esto se quiere decir que las columnas además de ser un elemento que nos ayuda a utilizar el espacio, deben ser funcionales y permitir la legibilidad del texto.

“Cualquier dificultad en la lectura significa, pérdida de comunicación y capacidad de retener lo leído” la mejor manera de cautivar al público es mostrarle un texto amable y fácil de leer, también debemos tener en cuenta que según Muller-Brockmann las líneas muy largas dentro de una columna hacen la lectura pesada, ya que el ojo gasta mucha energía recorriendo una gran distancia horizontal.

Al saber usar adecuadamente los recursos de las columnas un texto se enriquece y se vuelve más fácil y agradable, al ser esta una revista manejar este recurso es indispensable para la lectura del público.

Tipografía

La tipografía es uno de los elementos que más se aplica en el diseño editorial. Según David Zañón “el arte de conocer las letras para situarlas en un espacio definido, formando palabras que a su vez compongan un texto cuyo sentido sea la legibilidad para el lector” (Zañón, 2007, pág. 33) . Esto se puede lograr de una manera atractiva y tomando la letra como forma para dar nuevas sensaciones a la hora de ver un título por ejemplo o un encabezado.

Una fuente tipográfica es “En sentido estricto, una fuente es un conjunto de caracteres en un cuerpo y en un estilo una familia es un grupo de fuentes relacionadas, con diferentes estilos y cuerpos” (Ghinaglia, 2009, pág. 11). En cuanto a fuentes hay miles de diseños distintos, que no

solo incluyen las letras sino también símbolos y signos de puntuación, así como los números de caja alta o baja.

Las versiones de una tipografía incluyen varios contrastes, entre estos se encuentran el bold, light, regular, condensada entre otras. Todas estas versiones se combinan de acuerdo al estilo gráfico de la publicación. Debemos saber que no existen unas reglas o condiciones para elegir la tipografía; sin embargo, las publicaciones de contenidos largos o densos recomiendan el uso de tipos con serif que cansan menos a la vista, teoría que algunos autores dejan entre dicho ya que consideran una tipografía palo seco o san serif igualmente funcional. Finalmente la tipografía con serif se asocia más a textos clásicos, formales o elegantes y la palo seco a texto más ligeros, contemporáneos o dinámicos.

Lo más importante de la tipografía es su funcionalidad y legibilidad. Esté “es uno de los elementos más flexibles dentro del diseño editorial y constituye la musculatura estilística de la publicación” (Zapaterra, 2008, pág. 133)

Hay muchos factores que ayudan a que la tipografía sea legible y que es importante conocer para tomarlos en cuenta la hora de determinar los cuerpos de texto, destacados o titulares de la publicación en este caso una revista, es importante conocer la relación forma y función que tiene la tipografía esto quiere decir que una fuente debe ir acorde con el texto que representa para esto debemos recordar que “los diseños de letras tienen tono, timbre, carácter, como las palabras y las oraciones” es decir que cada letra aparte de su forma tiene un significado que va acorde con una función específica (Elam, 2006), cuando un texto y una fuente se encuentran los dos deben ir en la misma dirección y deben querer contar lo mismo.

Debemos recordar que la tipografía es un arte y que consiste en saber elegir la fuente para cada ocasión y cada texto para que la fuente nos transmita la misma sensación que el texto.

A continuación se explican algunos de los factores a tener en cuenta al momento de crear texto para una publicación:

Interlineado: Este es el espacio comprendido entre cada línea de texto, es igual de importante al largo de la línea de texto ya que puede obstruir la lectura o hacerla mucho más fácil.

“Un buen interlineado puede conducir ópticamente al ojo de línea en línea, le presta apoyo y seguridad, el ritmo de lectura se puede estabilizar rápidamente lo leído se recibe y se conserva en la memoria más fácilmente” este elemento del diseño tipográfico es importante conocerlo porque nos permite crear cajas tipográficas que sean legibles no solo por la escogencia de la tipográfica sino también por la manera en que esta se dispone dentro de ella.

Un consejo para tener un bueno interlineado, es que en cuanto mayor sea la longitud de la línea de texto, mayor se debe ser el interlineado, pero si la línea resulta más corta el interlineado puede ser menor. No sobra decir que según Josef Muller- Brockman en su libro sistemas de retículas, un interlineado demasiado próximo cansa el ojo y uno demasiado amplio hace perder la línea de lectura, y pues demasiado espacio entre líneas hace perder la orientación del ojo.

El color

El uso del color en una publicación, es un tema difícil ya que las sensaciones y emociones que genera un color son muy subjetivas y dependen en gran parte de la cultura a la que pertenezca el público a la que va a dirigida.

Para aplicar el color a una publicación se debe tener en cuenta la psicología cultural del color; por ejemplo el color rojo puede ser muy atractivo en occidente pero en Sudáfrica significa luto y es el equivalente al negro en occidente. Así podemos encontrar varios colores que cambian de significado según la cultura.

La utilización del color es muy subjetiva, “aunque cualquier color pueda emplearse para subrayar y enfatizar y algunos colores específicos puedan tener significados simbólicos o despertar emociones y recuerdos, usar el color como herramienta para vender la publicación tiene pocas garantías de éxito” (Zapatero, 2008, pág. 29). Con esto se quiere decir que el color es un complemento de la publicación pero no debe ser su eje central pues la utilización de este y la percepción en el público se hace de manera subjetiva.

DISEÑO DE REVISTAS

Las revistas son una publicación periódica que puede tratar diferentes temas, por ejemplo música, economía, moda etc; e integran varios elementos como fotografías texto y gráficas. En el diseño de revistas “la tarea del diseñador es doble: primero, el diseño ha de aportar expresión y personalidad a esos elementos para que se les reconozca como 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” (Foges, 2000, pág. 7). Las personas comienzan a ser leales a una publicación cuando coleccionan sus ediciones y están siempre pendientes de sus contenidos. A pesar del cambio de tecnologías las revistas son todavía un bien editorial que muchas personas atesoran.

La industria editorial es altamente competitiva en nuestros días; cada vez hay más publicaciones que deben luchar por mantener el equilibrio entre la publicidad el contenido y siempre estar a la vanguardia. Después de la llegada de la interfaz digital las revistas impresas han tenido que reinventarse para seguir siendo vigentes, “con el tiempo el diseño de revistas paso de las condiciones utilitarias a construir una autentica forma artística” (King, 2001, pág. 9). Con esto se quiere decir que gradualmente la construcción de medios editoriales con fortalezas en diseño está creciendo. Inicialmente las revistas tenían un enfoque más seco para mostrar la información; luego la revista tomó como recurso el diseño para llamar la atención del público y ser atractiva visualmente, tomando en cuenta recursos como el color, la tipografía, la fotografía, etc.

Las revistas comenzaron a manejar nuevos formatos y a interactuar con el lector; por ejemplo, los textos se colocaban invertidos para que fuera más divertido leerlos o se usaban texturas que generaban sensaciones. Todo esto hizo que el diseño se volviera experimental en algunos casos. Experimentar en el diseño da nuevas opciones y rompe con la monotonía, sin embargo algunas veces se olvido el objetivo principal de informar y ser legible, y algunas revistas se volvieron ilegibles y el público se alejo de ellas , “el gran público, por inteligente y progresista que fuera, continuaba esperando y apreciando un orden dentro de este caos “ (King, 2001, pág. 9). Es así como nacen unos conceptos básicos para el diseño de revistas. Según el libro *Diseño de revistas* (King,2001) estos principios son enseñados a los estudiantes para diseñar una revista exitosa.

El primero es el **formato**, define el aspecto general de la revista el tamaño, las secciones titulares y pies de páginas y su distribución. La segunda es la **formula** esta se enfoca en el contenido editorial de la revista, la extensión de los artículos, el estilo fotográfico entre otros.

El tercero es el **marco o frame**, son las márgenes de la publicación. Dan coherencia a todos los números de la revista, y el cuarto, y más importante es **la función**, que es tener claro el mensaje que se quiere transmitir y cómo conseguirlo.

Tener en cuenta estos cuatro conceptos ayuda a crea una identidad propia de la revista “el papel del diseño iguala la del contenido editorial en cuanto a comunicar la voz, el tono y el concepto de cada artículo. Al mismo tiempo refuerza la identidad de la revista como conjunto” (King, 2001, pág. 11), lo que quiere decir que cada parte de la revista debe ser coherente para que funcione como un todo que represente y cumpla la función que busca.

Es importante conocer el público al que va dirigida nuestra publicación porque la revista se diferencia de otras publicaciones porque depende de la audiencia, por lo cual los diseñadores deben conocer a su público “esto plantea a la vez una ventaja y un problema para los diseñadores, que deben penetrar en la mentalidad de unos lectores que puede ser distinta a la de ellos “ (King, 2001, pág. 10). Debemos recordar que hay diferentes tipos de público y que para cada uno de ellos hay una clase de diseño que les será más ameno; es ahí donde está la tarea del diseñador en analizar y buscar los medios para llegar de la mejor manera a su público.

Como había dicho anteriormente el mundo de las revistas es muy competitivo y la lección para un buen diseño es que “no importa lo pequeña que sea la plantilla personal de diseño o lo limitado del presupuesto – se puede alcanzar cuando los diseñadores comprendan a su público y reconocen sus razones de existencia” (King, 2001, pág. 11). Debido a que las personas se encuentran sobrecargadas de información muchas veces es difícil sobresalir entre miles de publicaciones sin embargo “las revistas cuyo objetivo y finalidades brillan por sí mismas no dejaran nunca de sobresalir sobre la multitud” (King, 2001, pág. 11).

Principales Elementos de una revista

La portada es una parte fundamental en la revista ya que es la primera impresión que el público tiene de la publicación, “las portadas son para las revistas, lo que los pétalos son para las flores. Llamam la atención y persuaden a los visitantes para que prueben lo más importante lo de adentro“ (Foges, Diseño de revistas, 2000, pág. 39). Es por esto que una portada debe ser dinámica y cautivadora sea cual sea el tema de la publicación. La portada contiene a su vez elementos que son indispensables para una revista y persuaden al lector para que vea la revista, principalmente estos se encuentran alrededor de una figura central o al final de la página.

Además de estos elementos la portada debe tener información adicional que la hace más completa, como la fecha de salida, el precio y el código de barras. Las personas se interesan mucho en la fecha para saber si están comprando una revista actual.

Conocer el impacto y la importancia de la portada en una publicación, no sirve para tener en cuenta los elementos que vamos a colocar en ella y como esto nos ayuda a captar la atención del público.

Existen varias clases de portadas a continuación se mencionan algunas de las más importantes

Cubiertas Tipográficas:

Estas cubiertas no incorporan imágenes y pueden ser utilizadas en cualquier temas o tipo de publicación, generalmente la tipografía se combina con colores vistosos y toma como base las palabras claves de la publicación

Las contraportadas usualmente no se utilizan para mostrar cualidades de la revista; a cambio de eso se utilizan para publicidad. En muchas ocasiones no tiene gran importancia para el diseño de

la revista. Sin embargo, algunas revistas la usan con fines editoriales y con esto marcan una gran diferencia y hacen la revista más valorada.

Cabezotes o cabeceras son otro elemento que no puede faltar en una revista. Van ubicadas en la parte superior del formato, en la mayoría de revistas el diseño de la cabecera es siempre igual; sin embargo, pueden cambiar los colores según la edición pero la tipografía siempre se mantendrá siendo la misma y con el mismo puntaje edición tras edición. “la cabecera es la firma de una revista” (Foges, 2000, pág. 21). Por eso es tan importante no deformarla ni hacer mal uso de ella.

Los cabezotes o cabeceras de las revista son su firma y generalmente por esto es que son reconocidas. Es importante entender el papel que tiene la cabecera dentro del diseño de la revista para así al diseñarla crear un firma propia y que la diferencie de los demás, cabe resaltar que el cabezote de una publicación debe ser llamativo y fácilmente recordado.

Las editoriales son una de las primeras partes que primero leemos en una revista. Generalmente se encuentra en la hoja de sumario; la mayoría de veces es escrita por el director y muestra opiniones personales hablando directamente al lector.

En la columna editorial o editoriales las personas “podrán obtener mucha información sobre el tono de la revista, una fotografía del director y su firma manuscrita transmiten cierta confianza y cercanía” (Foges, 2000, pág. 22).

Las páginas del sumario cumplen una función específica dentro de una revista, “resumir al lector el contenido de la revista y donde podrá encontrar cada reportaje” (Foges, 2000, pág. 66), o artículo que sea del interés del usuario. También dentro de estas páginas están incluidos los

créditos que citan a las personas que trabajan en la revista y sus diferentes cargos, se da información de colaboradores o agradecimientos.

En las páginas internas de la revista se muestran sus contenidos. Aunque los contenidos no son un elemento de diseño como tal en la revista, es necesario saber cómo se organizan dentro de la publicación. Generalmente los artículos son la forma en que el contenido se muestra, “básicamente, la mayoría de las revistas se dividen en artículos principales y artículos de relleno: los artículos principales suelen ocupar varias páginas y los de relleno suelen ser noticias o informaciones de interés, por ejemplo”, (Foges, Diseño de revistas, 2000, pág. 82). El diseño generalmente separa estos artículos ya sea los secundarios de los primarios, no hay una regla específica de cómo separar estas dos clases de artículos; sin embargo, se cree que el uso de columnas anchas, introducciones largas y titulares grandes dan cuenta de un artículo importante.

Un conjunto de artículos semejantes compone una **sección**, las secciones son diferenciadas también gracias al diseño. Los cambios de sección se logran, por ejemplo, asignando un color para cada sección o utilizando los divisores “los divisores pueden adoptar la forma de una doble página, o más habitualmente, se sitúan en la página izquierda con una ilustración y con el inicio del artículo en la página de al lado” (Foges, 2000, pág. 80). Su misión es crear un espacio libre para el lector en donde el pueda encontrar un aire que le indique que la sección ha cambiado. Las cabeceras de sección “estructuran las diferentes secciones de una publicación e indican o enfatizan de que trata la sección o el artículo” (Zapatero, 2008, pág. 83).

La introducción cumple la función de sumergir al lector en el tema del artículo. Actúa como un resumen y explica las ideas principales de la lectura que le precede, y también da a lector la

posibilidad de tomar la decisión de continuar leyendo o no. La introducción puede presentarse de diferentes formas; usualmente se encuentra en el primer párrafo del texto y está en negrita “las introducciones de más de cuarenta palabras, o tres o cuatro líneas son contraproducentes: quitan las ganas de leer el texto que intentan resumir” (Foges, 2000, pág. 86).

Otro elemento importante en las páginas interiores son **los destacados**. Son fragmentos del cuerpo de texto que se utilizan para llamar la atención del lector, por ejemplo señalando el inicio de un artículo con un titular en negrita, los números de página ayudan a ubicarse según la información que da el sumario, el número de página debe estar siempre en el mismo lugar para no desubicar al lector en su recorrido.

Además de los números de página y las introducciones algunas revistas usan encabezamientos de sección o destacados estos “le indican al lector en que parte de la revista se encuentra, o titulares abreviados que aparecen en todas las páginas de un artículo para recordarle al lector el artículo que está leyendo” (Foges, 2000, pág. 76). Los destacados son un recurso visual interesante ya que capta la atención del lector y es el complemento de la introducción, ya que generalmente los destacados se leen después de la introducción y luego si se lee el cuerpo de texto.

Las leyendas o pie de foto ayudan a unir el texto con la imagen, pueden cumplir varias funciones como información clave de una página, información complementaria en relación a una imagen determinada o información adicional al cuerpo de texto.

Tratamiento de imágenes

En la revista es importante la relación del texto con la imagen, de hecho es esta relación la que hace especiales a las revista, “las imágenes y el uso que el diseñador haga de ellas tienen un impacto enorme en la sensación que genera una publicación” (Zapaterra, 2008, pág. 66) generalmente en las revistas hay dos formas de usar las imágenes, una es por medio de la fotografía y otra es por medio de la ilustración.

La fotografía

La fotografía es un recurso que se puede utilizar ampliamente en el diseño de una publicación, existen muchas formas de editar y arreglar una fotografía para que valla acorde con el estilo gráfico de una publicación, generalmente las grandes revistas tienen designados fotógrafos que toman las fotografías para cada uno de los reportajes o artículos de la publicación, “la fotografía es una forma de realizar reportajes visuales, y narraciones la inmensa variedad de estilo y técnicas fotográficas al alcance del diseñador editorial, equivalen a la posibilidad de elegir entre una vasta galería de nuevos reporteros y narradores” (Zapaterra, 2008, pág. 67). Con esto se quiere decir que la fotografía brinda infinitas opciones para enriquecer visualmente una publicación hay tantas clases de fotografías como de reporteros o narradores.

Ilustración

La ilustración es otra manera de usar la imagen dentro de una publicación, la ilustración siempre ha sido ampliamente utilizada en el diseño de revistas, puesto que es un elemento que no tiene limitaciones y solo depende de la imaginación del ilustrador. La ilustración es la solución para acompañar textos con imágenes que hablan sobre temas abstractos o sobre los que no hay fotografías, “las imágenes hechas a mano también tienen su lugar en el diseño de revistas, pues

pueden tener calidez, un toque humano y los lectores lo encuentran atractivo, y les gusta.”
(Foges, 2000, pág. 122)

2. MARCO DE REFERENCIA

Para desarrollar el proyecto de manera satisfactoria es indispensable, saber y conocer algunos aspectos principales de la Universidad Piloto de Colombia y del programa de Diseño Gráfico, ya que finalmente a ellos se dirige el proyecto editorial.

Principalmente se abordara a grandes rasgos la historia de la Universidad Piloto de Colombia, también su misión, visión y principios para que tomándolos como referente este proyecto los refleje en su pieza gráfica final.

El programa de Diseño Gráfico de la Universidad Piloto de Colombia, tiene un perfil y características determinadas, además de unas líneas de énfasis específicas. Esta información es útil para estructurar los contenidos de la publicación además de definir el perfil del público al que va dirigida la publicación.

Universidad Piloto De Colombia

La Universidad Piloto de Colombia fue fundada por un movimiento estudiantil que buscaba la creación de una institución que tuviera en cuenta las necesidades de los estudiantes, este grupo de estudiantes se instalo en el teatro del Parque Nacional y crearón equipos de trabajo según sus carreras, finalmente el 14 de septiembre de 1962 se aprobaron los reglamentos institucionales y se firma el acto de fundación.

La universidad tiene su sede principal en Bogotá y otra sede en Girardot. Actualmente cuenta con 15 programas de pregrado, 10 especializaciones, 10 diplomados y una maestría. La Universidad Piloto de Colombia es una institución de carácter privado.

Los principios bajo los cuales se rige la institución son la libre discusión y la investigación

“está abierta a todas las formas del saber, orientada y comprometida con la formación y educación de los profesionales que requiere el país, con alto contenido social y capacidad de liderazgo” (Universidad Piloto De Colombia, 2010)

La Universidad Piloto de Colombia es una institución sin ánimo de lucro, de beneficio común que busca la aplicación de oportunidades para acceder a la formación superior sin ninguna clase de distinción por raza, género, religión o nacionalidad buscando siempre la calidad académica para: “Adaptar los estudios a las necesidades propias de la sociedad; desarrollar las facultades de trabajo disciplinario y productivo; mantener el nivel moral y hacerlos respetuosos de las creencias de los demás”. (Universidad Piloto De Colombia, 2010)

Misión

La Universidad Piloto de Colombia tiene como misión formar personas integrales y éticas altamente competitivas en su campo profesional, además, ciudadanos comprometidos con el desarrollo tanto económico, político, social y cultural de su comunidad y con un desarrollo sostenible.

Principalmente la Universidad Piloto busca proyectar estudiantes con:

- Coherencia ética como personas, profesionales y ciudadanos.

- Aprecio por el conocimiento.
- Aplicación del conocimiento para el bien personal y el bien común.
- Pensamiento crítico.
- Capacidad de investigar y aprender por cuenta propia.
- Capacidad emprendedora y de innovación.
- Capacidad de liderazgo.
- Visión y cultura internacional.
- Interés en actualizarse a lo largo de su vida profesional.

Visión

La Universidad Piloto de Colombia, tiene como visión para el año 2015 ser la institución educativa más reconocida a nivel nacional por:

El liderazgo y competitividad de sus egresados “La investigación y el desarrollo tecnológico que realizan, para impulsar la economía basada en el conocimiento; generar modelos de gestión y creación de empresas, colaborar en el mejoramiento de la administración pública y las políticas públicas, y crear modelos y sistemas innovadores para el desarrollo sostenible de la comunidad” (Universidad Piloto De Colombia, 2010)

Programa de Diseño Gráfico

El programa de diseño gráfico de la Universidad Piloto de Colombia, nació en el segundo semestre del año 2008, es decir que lleva alrededor de 5 años perteneciendo a los programas de pregrado de la universidad.

La misión del programa es formar diseñadores de acuerdo a las condiciones socioeconómicas y culturales del ambiente en que se desarrollen es decir su país o región.

Los profesionales graduados como diseñadores gráficos de la Universidad Piloto de Colombia “se caracterizan por comprender, proponer y promover productos orientados a la comunicación visual, realizados de manera creativa en contextos específicos, con una práctica crítica, ética, técnica y estética” (Universidad Piloto De Colombia, 2010) el programa de diseño gráfico a grande rasgos es entendido como la actividad creativa ,sistemática mediante la cual se proyectan propuestas efectivas en el campo de la comunicación visual a través del uso de lenguajes gráficos y audiovisuales basados en los conocimiento teóricos adquiridos.

Actualmente el plan de estudios del programa, se desarrolla con el total de 136 créditos, distribuidos en 8 semestres de estudio se desarrolla en jornada única y tiene un costo actual de \$5.627.000, su **Código SNIES: 53260** y de **Registro Calificado Res. M.E.N. 7333 del 29 de Noviembre de 2007.**

El programa tiene 3 líneas de orientación que son:

- Arte y creación digital
- Diseño y narración visual
- Branding y gestión en diseño

Publicaciones Universidad Piloto de Colombia

Las publicaciones de la Universidad Piloto de Colombia se realizan bajo los parámetros del manual de publicaciones, este lo podemos encontrar el página web de la universidad algunos aspectos generales importantes para el proyecto editorial piloto son:

El objetivo principal de las publicaciones de la Universidad Piloto de Colombia es la difusión de las obras de los miembros de la comunidad universitaria o miembros de otras comunidades académicas que puedan publicarse en diferentes medios. Estos contenidos deben ser una “una respuesta efectiva a las necesidades de cultivar y fomentar la cultura, la ciencia y la investigación, acorde con la misión y los principios institucionales de la Universidad” (Sello editorial Piloto , 2013). Al publicar en la Universidad Piloto de Colombia se hace público lo que la institución cree valioso para la sociedad.

La Universidad Piloto de Colombia reconoce diferentes tipos de publicaciones, que son las siguientes:

Textos de autor (investigación, académicos, institucionales)

Las Colecciones

Las compilaciones

Las coediciones

Las traducciones

Las publicaciones periódicas (revistas), revistas de investigación y revistas de divulgación.

Para el presente proyecto, es importante saber específicamente información sobre las revistas reconocidas por la universidad y las características generales que estas deben tener para ser publicadas por la Universidad Piloto de Colombia.

Los dos tipos de revistas reconocidas por la Universidad Piloto de Colombia son:

Revistas de investigación. Son publicaciones seriadas que cuentan con ISSN, pueden ser físicas o virtuales, estas publicaciones deben cumplir con las exigencias mínimas del escalafón c del sistema nacional de indexación y homologación de revistas especializadas de CT+I, Publindex

de COLCIENCIAS; las revistas de investigación solamente pueden ser de facultad y no de programa según la política de publicaciones de la Universidad Piloto de Colombia.

Revistas de divulgación: Son publicaciones seriadas que tratan temáticas variadas, puede contener material de investigación pero su fin no es académico, su objetivo principal es informar y divulgar información como eventos memorias crónicas entre otros.

Existen algunos requisitos para la creación de una revista, según el manual de publicaciones de la universidad los requisitos son los siguientes

Título de la revista (subtítulo si aplica)

Orientación editorial de la revista

Periodicidad

Número ISSN y código de barras

Volumen y número de ejemplar

Información de contacto: correo, teléfono y dirección.

Director nombre y apellidos correo electrónico

Editor nombres y apellidos completos correo electrónico

Comité editorial (nombres completos y su función dentro de las publicaciones)

Créditos de las personas que participen en la publicación

Directivas de la universidad, del sello editorial piloto y del programa

Texto legal

Se debe tener claro el presupuesto de la publicación y de donde proviene.

Es necesario involucrar al sello Editorial Piloto, con un editor encargado que garantice las características de la revista y que permita la continuidad de la publicación por al menos 5 años.

Páginas preliminares

Bandera completa, según las especificaciones del sello Editorial Piloto.

Índice o tabla de contenido (especificando la ubicación de cada artículo)

Editorial o presentación en español, y traducido al inglés como mínimo.

Artículos

Artículos que aplican como aporte científico para revista indexadas

Artículos de investigación científica y tecnológica

Artículos de reflexión

Artículos de revisión

Artículos que no son aporte científico

Artículos cortos

Reporte de caso

Revisión de tema

Cartas al editor

Editorial

Traducción

Documento de reflexión no derivado de investigación

Reseña bibliográfica

Dentro del marco de referencia están las publicaciones similares en temática o en diseño, al prototipo que se busca realizar, al ser este un proyecto para la Universidad Piloto de Colombia, se tomarán principalmente como referentes las publicaciones seriadas (revistas) que realiza la universidad.

Publicaciones similares

La primera de ellas es la revista “ALARIFE” : “Alarife es una revista editada y producida por la Facultad de Arquitectura y Artes de la Universidad Piloto de Colombia, su contenido editorial y gráfico, ilustra y expone artículos de diferentes características, dentro de Alarife se encuentra plasmada la opinión, las entrevistas, los ensayos y los artículos cortos entre otros. Ocupando un lugar muy importante se encuentran los artículos resultado de la investigación original realizada por docentes y/o estudiantes sobre temas alrededor del la Arquitectura y el Diseño. Artículos de Investigación científica y tecnológica, Artículos de Reflexión y Artículos de Revisión son tenidos en cuenta como documentos originales inéditos que nos enorgullecen y colaboran en los pasos que como institución estamos dando en pro del crecimiento y generación de conocimiento”

“Revista Institucional Brújula”

Es un medio de comunicación de la Universidad Jorge Tadeo Lozano “ hecho por estudiantes y para estudiantes”, donde se dan a conocer los acontecimientos y la realidad universitaria Tadeista”

Se realiza bajo la dirección de la Oficina de Comunicaciones. Está conformada por un Comité Editorial, un Editor General, un Corrector de Estilo, un Coordinador Gráfico, un Coordinador Administrativo y un equipo de redactores, diseñadores, diagramadores, ilustradores y fotógrafos, todos estudiantes de la Tadeo.

3. DISEÑO METODOLÓGICO

La metodología investigativa para el presente proyecto se realizó aplicando diferentes instrumentos de medición que permitieron obtener datos cualitativos y cuantitativos con el fin de tener información precisa y certera de cómo realizar la publicación, en este caso la revista del programa de Diseño Gráfico de la Universidad Piloto de Colombia.

Para esto se realizó una entrevista, una encuesta. Con la entrevista se buscaba obtener información cualitativa de los procesos editoriales de la universidad en general; la encuesta se realizó para obtener datos cuantitativos acerca de la participación de los estudiantes en la revista y algunas de sus preferencias y gustos en aspectos gráficos de la publicación.

Primer instrumento: *entrevista*

La entrevista es una técnica de investigación donde se realizan una serie de preguntas a un invitado con un perfil y características determinadas con el fin de obtener información clave para la investigación.

En este caso se realizó una entrevista semi-estructurada que no tenía preguntas fijas sino un guion temático sobre el que se trabaja durante la conversación. El objetivo de la entrevista era obtener información acerca de los procesos editoriales de la universidad, las publicaciones que se realizan y la importancia que se le da al diseño dentro de éstas. Este método de investigación proporciona información cualitativa.

El perfil de la población que podría ser entrevistada era personas que conocieran y tuvieran experiencia en los procesos editoriales de la Universidad Piloto de Colombia. Finalmente la persona escogida para hacerle la entrevista fue Diego Ramírez, el director de la revista “Alarife” y coordinador del Departamento de Publicaciones de la Universidad.

“Alarife” es una publicación con más de 10 años de antigüedad en la Universidad Piloto de Colombia, “Alarife es una revista editada y producida por la Facultad de Arquitectura y Artes de la Universidad Piloto de Colombia, su contenido editorial y gráfico, ilustra y expone artículos de diferentes características, dentro de Alarife se encuentra plasmada la opinión, las entrevistas, los ensayos y los artículos cortos entre otros” (Universidad Piloto De Colombia, 2010), así podemos ver que siendo el director de esta publicación Diego Ramírez es una persona con gran

experiencia tanto en el proceso de diseño, como en el proceso de producción y manejo de contenidos de las publicaciones.

Como ya se había explicado anteriormente la entrevista fue semi estructurada y el guión temático que se desarrollo fue el siguiente:

1. Proceso de producción de las publicaciones periódicas (revistas)

Este tema buscaba conocer información basada en la experiencia de esta persona, de cómo se realiza una revista y qué aspectos se deben tener en cuenta para que la publicación sea exitosa.

2. Publicaciones realizadas en la Universidad Piloto de Colombia

Este tema buscaba, obtener información sobre las revistas que se realizan en la Universidad Piloto de Colombia y cómo se clasifican a grandes rasgos.

3. Importancia del diseño dentro de las publicaciones de la Universidad Piloto de Colombia, especialmente en la revista “Alarife”.

Este tema buscaba obtener información sobre el papel que desempeña el diseño en general en las publicaciones de la universidad, muchas de las publicaciones de la universidad son científicas por esto era importante conocer si el diseño tenía importancia en las publicación o si lo único importante era la información que en ella se encuentra.

4. Importancia de las revistas como medio de divulgación para hacer más reconocido el trabajo de estudiantes y docentes de la misma facultad. Este tema buscaba, partiendo de la experiencia de Diego Ramírez, director “Alarife” conocer el papel que tienen las revista como medio de divulgación para el trabajo académico que se realiza en las diferentes facultades y programas.

5. Procesos de gestión de contenidos de las publicaciones. Aunque el proyecto sea un prototipo de publicación, para su desarrollo se necesitan algunos contenidos previos y es importante conocer cómo se realizan la gestión para obtener los contenidos y como se seleccionan.

RESULTADOS

De acuerdo a la conversación sostenida con Diego Ramírez estas fueron sus respuestas acerca de los temas planteados anteriormente, los siguientes resultados son el resumen de esta conversación.

Proceso de producción de una revista en general (Universidad Piloto de Colombia)

Respuesta/ Para el proceso de producción de una revista en el caso que esta sea impresa se deben tener en cuenta algunos aspectos principales como:

El número de páginas de la publicación debe ser siempre múltiplo de 4 o múltiplo de 8 para que el proceso de impresión sea exitoso.

El formato debe pensarse para que en un pliego de papel se desperdicie la menor cantidad posible de papel. Para esto hay formatos predefinidos que permiten obtener una buena optimización del material como por ejemplo formato carta, oficio o cuadrado.

En el momento de diseñar la publicación también se debe pensar en el encuadernado que ésta tendrá, ya que esto define las márgenes de la publicación, específicamente la encuadernación que se maneja en las publicaciones de la Universidad Piloto de Colombia la mayoría se hacen en encuadernado rústico. Sin embargo para publicaciones que no sean tan extensas se utiliza el cocido al caballete.

Otro aspecto técnico importante para que una publicación se pueda realizar, es tener todo el material para realizarla: esto se refiere a los textos e imágenes. Estas tienen unos requerimientos que son explicados en el manual de publicaciones; sin embargo lo que más se debe tener en cuenta es que las imágenes y fotos deben ser de una resolución de 300 dpi y en color CMYK para el caso de una publicación impresa.

Las publicaciones realizadas en la Universidad Piloto de Colombia

Respuesta/ En el manual de publicaciones de la Universidad Piloto de Colombia, encontramos explicadas cada una de las publicaciones que se reconocen dentro de ésta. En cuanto al tema de

revistas la Universidad Piloto de Colombia reconoce dos clases de revistas: las científicas y las de divulgación. Las revistas científicas deben ser realizadas por facultad es decir una revista científica puede ser de la facultad de artes; esta facultad incluye los programas de arquitectura, diseño gráfico y diseño de espacios y escenarios, por lo tanto debe contener temas de estos tres programas y su contenido es académico y contiene artículos de investigación.

En cambio las revistas de divulgación son de cada programa y su contenido no es estrictamente académico, puede contener diferentes tipos de artículos, entrevistas, artículos de información así como publicidad entre otros.

Un tema importante dentro de las publicaciones de la Universidad Piloto es el presupuesto que es destinado para su realización; no todas las revistas que se realizan son impresas, la mayoría son digitales y se cuelgan en la página web de la Universidad, las revistas que se imprimen cuentan con un presupuesto mayor, actualmente se imprimen las siguientes revistas: “Alarife”, “Pretil” y “Mirada Proyectual” las dos primeras son revistas científicas que muestran el resultados de investigaciones y la ultima es una revista de divulgación del programa de Arquitectura.

Importancia del diseño dentro de las publicaciones de la Universidad Piloto de Colombia, especialmente en la revista “Alarife”.

Respuesta/ El diseño para las publicaciones de la Universidad Piloto de Colombia es muy importante ya que se ha tratado de dar dinamismo y una estética particular a cada una de las publicaciones con el Sello Editorial Piloto. En el caso de la revista “Alarife” a pesar de ser una revista científica, le da una importancia grande al diseño: por ejemplo se manejan fotografías, ilustraciones, destacados y una gama de colores que la hace diferenciarse de otras publicaciones con temas similares pero que no tienen un nivel de diseño igual.

Generalmente el departamento de publicaciones busca que sus productos tengan un nivel de diseño alto y que independiente de su tema la manera de mostrar la información sea visualmente atractiva y amena para leer.

El proceso de diseño a grandes rasgos, es el siguiente: luego de que los contenidos de la publicación han pasado por un corrector de estilo y las imágenes y fotografías están en la resolución adecuada, lo que se hace es mirar cuanta cantidad de páginas tendrá cada artículo y se realiza una página maestra para cada uno. Anteriormente se han escogido las tipografías que se usarán en textos y en titulares y destacados generalmente se escogen tres tipografías que sean de la misma familia, también se escoge una paleta de color que tenga mínimo 6 colores, unos que se usarán como el color base para fondos y cuerpos de texto, otros que serán el color líder para fotografías y destacados y otros complementarios para realizar llamados de atención.

Importancia de las revistas como medio de divulgación para hacer más reconocido el trabajo de estudiantes y docentes de la misma facultad.

Respuesta /Las revistas han sido un medio para divulgar el trabajo de los estudiantes y docentes y para que la Universidad tenga más reconocimiento dentro del ámbito académico, ya que posicionan el trabajo de una facultad o un programa de tal manera que este se vuelve más reconocido. Puntualmente hay un ejemplo que evidencia la importancia de las revistas como medio de divulgación; este es la revista “mirada proyectual”, una revista de divulgación del programa de arquitectura. “mirada proyectual” es una revista que muestra los proyectos que realizan los estudiantes de arquitectura desde el primer hasta el último semestre, también expone los mejores proyectos de grado y algunos aportes de los docentes explicando el trabajo y la metodología del programa.

Esta revista ha servido para divulgar el trabajo del programa de arquitectura, tanto así que algunos ejemplares de la revista son enviados a RIBA(Royal Institute of british architects) una institución con alto renombre internacional, y que da su aval a los graduados de arquitectura de la Universidad Piloto de Colombia, es decir graduarse en la Universidad Piloto de Colombia es equivalente a graduarse en la RIBA. Además de esto el instituto da becas a los mejores estudiantes de la Universidad Piloto de Colombia y la revista “mirada proyectual” afianza esta unión con la RIBA y divulga el trabajo de la universidad para que sea conocido en el exterior.

Aparte de esto muchas otras publicaciones con sentido divulgativo son realizadas en la Universidad Piloto de Colombia, actualmente se publica la revista “Explorarq” que es una revista digital del programa de arquitectura que busca ser un canal de comunicación en el programa y muestra diferentes contenidos como artículos, trabajos de estudiantes, reseñas de eventos y demás temas de interés para la comunidad de arquitectura, la revista es trimestral.

Procesos de gestión de contenidos de las publicaciones

En cuanto a la gestión de contenidos para las publicaciones, cada persona responsable de la revista desde su programa o facultad escoge los contenidos y realiza las convocatorias. Generalmente los requisitos para aplicar a las convocatorias de las diferentes publicaciones se encuentran en la página web de la universidad, dentro de la ficha técnica de cada publicación, el departamento de publicaciones solamente entrega los textos a un corrector de estilo y revisa que las imágenes sean de buena calidad

Segundo instrumento: *Encuesta*

La encuesta es una técnica de investigación en la cual se obtiene información específica que sirve para la investigación. Generalmente es un cuestionario con un determinado número de preguntas que se hacen a un número determinado de personas que son la muestra representativa de la población a la cual se dirige la investigación.

El objetivo de la encuesta realizada fue conocer las preferencias y gustos del público al cual se dirige la revista, los datos que la encuesta dio como resultado fueron cuantitativos.

El perfil de la población a la cual se le realizó la encuesta, fueron los estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad Piloto de Colombia. El programa de diseño gráfico actualmente tiene alrededor de 176 o más estudiantes, la muestra representativa fue del 25% es decir la encuesta se aplico a 40 estudiantes, aproximadamente 5 estudiantes por semestre.

La encuesta realizada fue diseñada con preguntas de opción múltiple. Se dividieron en dos grupos, las preguntas sobre el contenido de la publicación y preguntas sobre el estilo gráfico de la revista.

Las preguntas de la 1 a la 5 indagan sobre las preferencias del público, en cuanto al contenido de la revista. A continuación se explicaran una a una las preguntas con su objetivo.

1. ¿Aplicaría usted en las convocatorias de la revista?
 - a. Si
 - b. No

2. ¿Con qué material le gustaría más aplicar?
 - a. Ilustraciones
 - b. Piezas de diseño (editorial, información, tipografía)
 - c. Piezas de branding
 - d. Artículos teóricos

La primera pregunta es si aplicaría a las convocatorias de la revista. Con esta pregunta se quería saber cuántos estudiantes estarían dispuestos a participar en la revista.

La segunda pregunta es con qué tipo de material le gustaría aplicar, ilustraciones, piezas de branding, piezas de diseño en general o artículos teóricos. Con esta pregunta se quería saber cuántos estudiantes preferían determinado tipo de material para así mismo pensar las secciones de la revista.

3. ¿Considera usted pertinente que la revista brinde información acerca de eventos relacionados con diseño?
 - a. Si
 - b. No

4. Si su respuesta a la pregunta número 3 es sí ¿Cuál de estos eventos le interesaría más?
 - a. Concursos
 - b. Conferencias
 - c. Convocatorias
 - d. Becas
 - e. Diplomados

La tercera y cuarta pregunta indaga sobre que contenidos le gustaría ver en la revista al público objetivo. La tercera específicamente indaga sobre cuántos estudiantes creen que la revista debería brindar información relacionada con eventos de diseño, y la cuarta indaga sobre cuáles eventos le gustaría más obtener información.

5. ¿Entre las siguientes publicaciones cuál prefiere teniendo en cuenta su estilo gráfico (tipografía, color y diagramación), y no sus contenidos?
 - a. Cartel Urbano
 - b. Bacánika

Esta pregunta tiene como objetivo, saber cuál de las publicaciones que se tomaron como referentes en la matriz de análisis, prefiere el público objetivo.

6. La tipografía es una de las partes que define el estilo gráfico de una publicación ¿Cuál de estas le gusta más considerando que se utilizara en titulares?

a. **CENTURY GOTHIC**

b. **COURIER**

7. La tipografía es una de las partes que define el estilo gráfico de una publicación, ¿Cuál de esta le gusta más considerando que se utilizara en el cuerpo de texto de la publicación?

a. CENTURY GOTHIC

b. COURIER

Las preguntas 6 y 7 indagan sobre qué clase de tipografía prefiere el público objetivo, se presentan dos opciones una tipografía palo seco y una serifada, tanto para titulares y también para el cuerpo de texto.

8. ¿Cuál de los siguientes formatos prefiere para la revista?

a. Análoga

b. Digital

El formato es una parte muy importante ya que es el soporte que tendrá la publicación. Esta pregunta tenía como objetivo saber cuál de los soportes era más cómodo para el público el análogo o el digital.

9. ¿Cuál de estos nombres le parece mejor para la revista?
 - a. Tipo piloto
 - b. La cúpula
 - c. Mirada
 - d. Cartel piloto

El nombre de una publicación es su identificador y la ayuda a ser recordada, esta pregunta buscaba saber cuál de los nombres propuestos tendría más acogida dentro de los estudiantes.

Este fue el cuestionario completo que se realizó a los estudiantes de diseño Gráfico de la Universidad Piloto de Colombia.

Buenos días, mi nombre es Erika Benavides, estudiante de octavo semestre de diseño gráfico, actualmente me encuentro realizando mi proyecto de grado “proyecto editorial piloto” es un prototipo de una revista para el programa de diseño gráfico, me gustaría contar con su opinión sobre algunos temas claves para el diseño y presentación de la publicación.

1. *¿Aplicaría usted en las convocatorias de la revista?*
 - a. *si*
 - b. *no*

2. *¿Con qué material le gustaría más aplicar?*
 - a. *Ilustraciones*
 - b. *Piezas de diseño (editorial, información, tipografía)*
 - c. *Piezas de branding*
 - d. *Artículos teóricos*

3. *¿Considera usted pertinente que la revista brinde información acerca de eventos relacionados con diseño?*
 - a. *Si*
 - b. *No*

4. *SI su respuesta a la pregunta número 3 fue si ¿Cuál de estos eventos le interesaría más?*
 - a. *Concursos*
 - b. *Conferencias*
 - c. *Convocatorias*
 - d. *Becas*
 - e. *Diplomados*

5. *¿Entre las siguientes publicaciones cuál prefiere teniendo en cuenta su estilo gráfico (tipografía, color y diagramación), y no sus contenidos?*
 - a. *Cartel Urbano*
 - b. *Bácanika*

6. *La tipografía es una de las partes que define el estilo gráfico de una publicación ¿Cuál de estas le gusta más considerando que se utilizara en titulares?*

a. CENTURY GOTHIC

b. Courier

7. La tipografía es una de las partes que define el estilo gráfico de una publicación, ¿Cuál de esta le gusta más considerandos que se utilizara en el cuerpo de texto de la publicación?

a. Century gothic

b. Courier

8. ¿Cuál de los siguientes formatos prefiere para la revista?

a. Análoga

b. Digital

9. ¿Cuál de estos nombres prefiere para la revista?

a. Tipo piloto

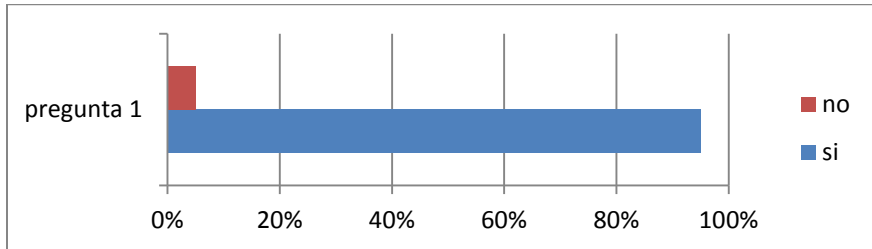
b. Cúpula

c. Mirada

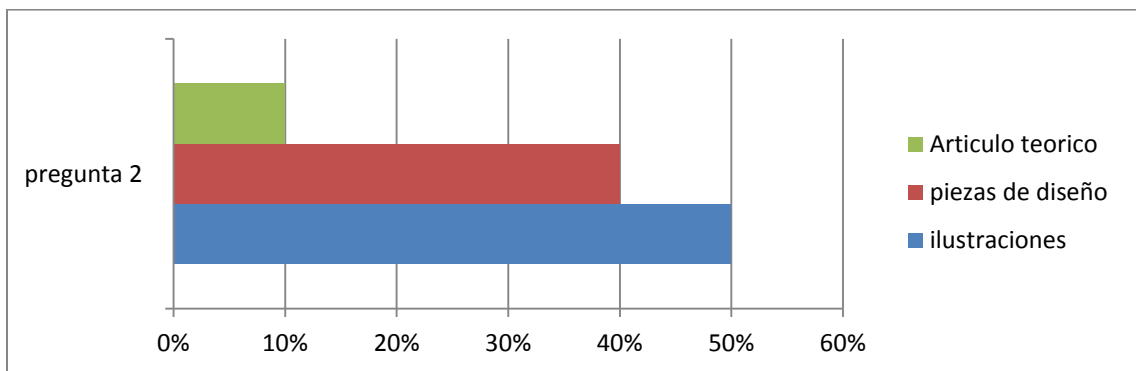
d. Cartel piloto

RESULTADOS

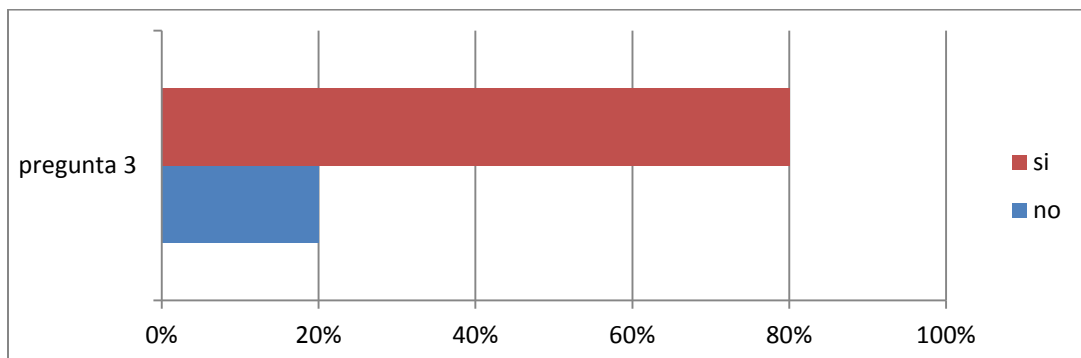
1. ¿Aplicaría usted en las convocatorias de la revista?



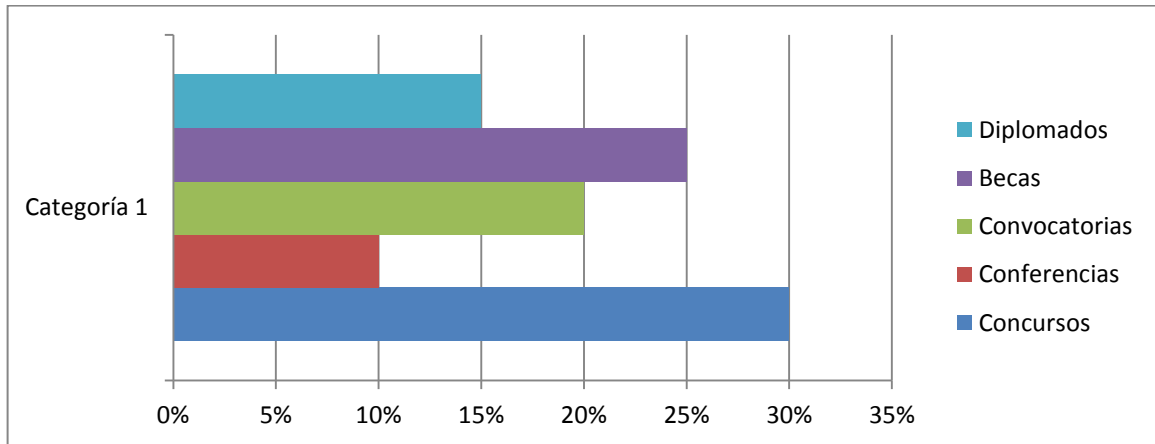
2. ¿Con qué material le gustaría más aplicar?



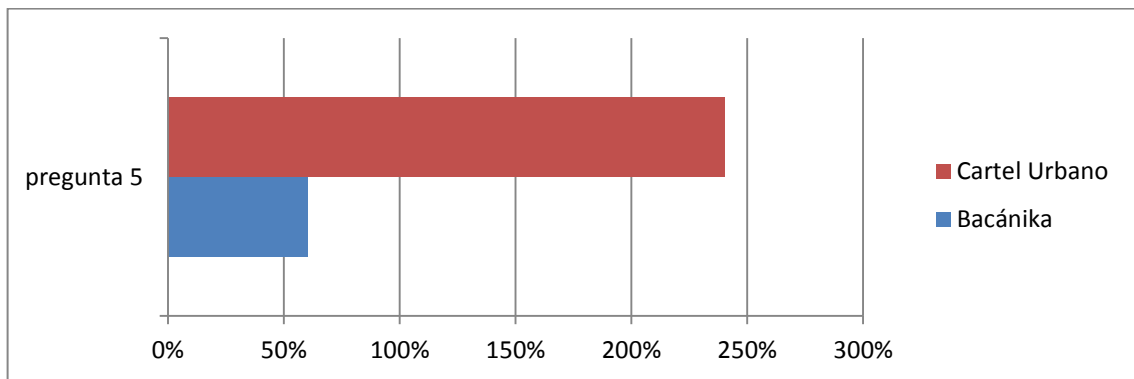
3. ¿Considera usted pertinente que la revista brinde información acerca de eventos relacionados con diseño?



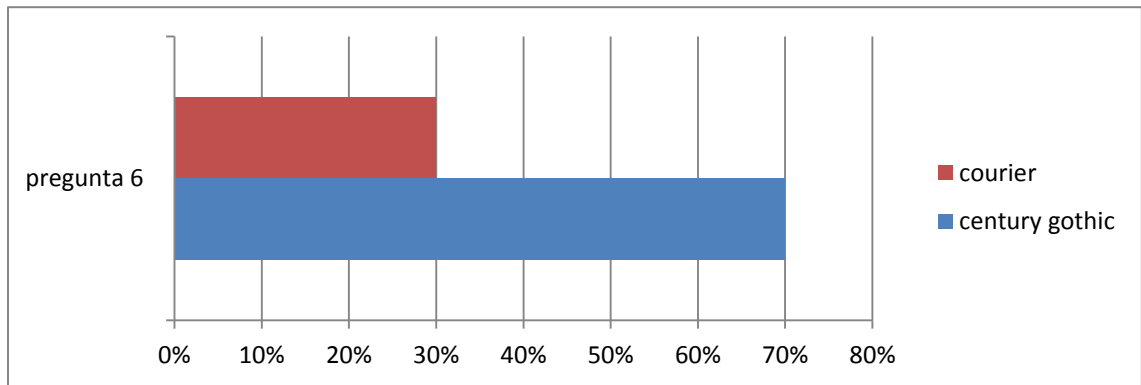
4. SI su respuesta a la pregunta número 3 fue si ¿Cuál de estos eventos le interesaría más?



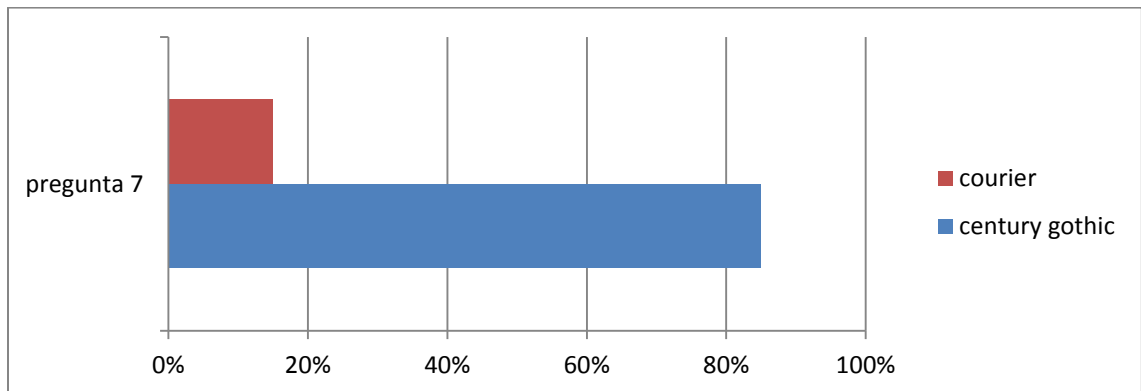
5. ¿Entre las siguientes publicaciones cuál prefiere teniendo en cuenta su estilo gráfico (tipografía, color y diagramación), y no sus contenidos?



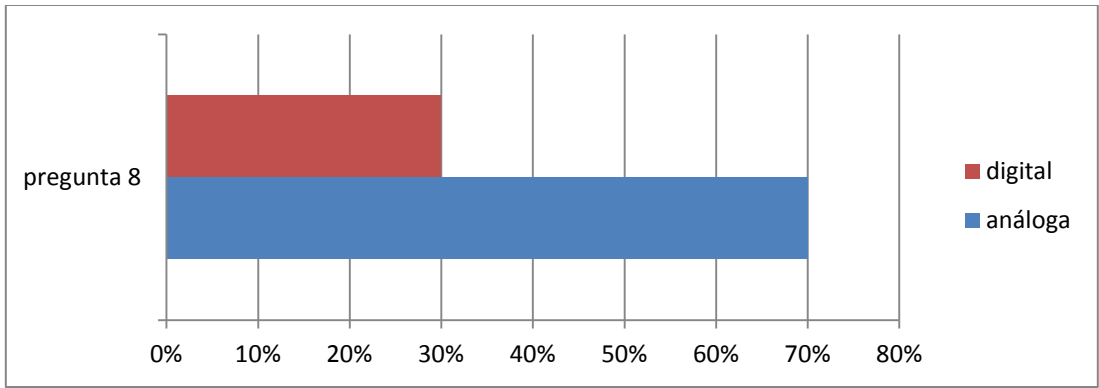
6. La tipografía es una de las partes que define el estilo gráfico de una publicación ¿Cuál de estas le gusta más considerando que se utilizara en titulares?



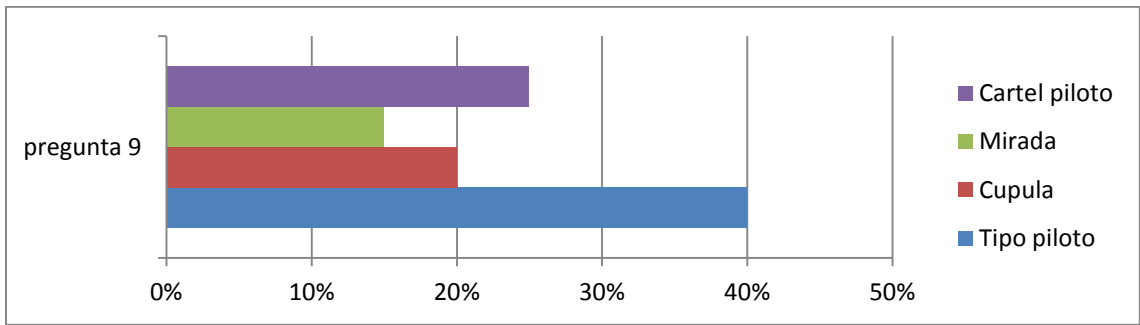
7. La tipografía es una de las partes que define el estilo gráfico de una publicación, ¿Cuál de esta le gusta más considerandos que se utilizara en el cuerpo de texto de la publicación?



8. ¿Cuál de los siguientes formatos prefiere para la revista?



9. ¿Cuál de estos nombres prefiere para la revista?



4. DECISIONES DE DISEÑO

Naturaleza de la pieza

La pieza gráfica propuesta es una revista académica de divulgación de 28 páginas interiores más portada y contraportada, el soporte de la revista será físico, su formato es cuadrado con las siguientes dimensiones: 21cms* 21 cms.

Definición pieza gráfica

Una revista es una publicación periódica, que trata sobre diferentes temas dependiendo de su objetivo y el público al que va dirigida, los temas de una revista pueden ser tales como moda, música, política entre otros. En el caso de este proyecto la definición de la pieza gráfica se da a partir de las clases de revista que reconoce la Universidad Piloto de Colombia en el ámbito académico, estas son de dos tipos, las revistas científicas y las revistas de divulgación, para este proyecto se realizó un prototipo de revista de divulgación, como se explica en el manual de publicaciones de la Universidad Piloto de Colombia las revistas de divulgación o revistas divulgativas “Son publicaciones seriadas que funcionan mas como un magazín de variadas temáticas, pueden contener material de investigaciones pero su finalidad no es la indexación, más bien es informar y publicar temas académicos, catedráticos, eventuales, simposios, talleres, memorias, recopilaciones, crónicas, etc.)” (Sello editorial Piloto , 2013)

La orientación editorial de la revista es divulgativa e informativa, divulgativa en el sentido en que busca mostrar los diferentes desarrollos y proyectos que se realizan en el programa., en ese sentido la divulgación debe tener en cuenta lo fundamental de la conexión entre revista y líneas fuertes de trabajo en el programa. Por lo anterior para la divulgación se toma como punto importante las diferentes líneas de orientación del programa, las cuales implican una orientación

y profundización en contenidos que los estudiantes desarrollan: branding y gestión en diseño, narración visual ilustración, arte y creación digital, mencionadas anteriormente.

Para el contenido de la primera edición, la gestión de contenidos se realizó de manera personal, se contactaron los estudiantes más sobresalientes en las diferentes áreas y se les planteo la idea de la revista y ellos entregaron imágenes y textos de cada uno de sus proyectos.

En el sentido informativo de la revista, los contenidos para la primera edición se tomaron de los boletines que se realizan cada mes en el programa, y la profesora Paola Vargas entrego un texto informativo del evento realizado en el programa, “reto de creación, identificador Diseño Gráfico” así mismo las imágenes de este evento.

Análisis de resultados

Teniendo en cuenta los instrumentos aplicados, se analizaron los resultados que estos arrojaron para ver como ayudan en la toma de decisiones tanto de diseño como de contenido del prototipo.

Entrevista: La entrevista como ya se explicó anteriormente tenía como objetivo conocer los procesos de las publicaciones de la Universidad Piloto de Colombia, el análisis de los resultados obtenidos en la entrevista fueron útiles para tomar decisiones como:

La decisión de realizar una revista de divulgación y no una revista académica, ya que este tipo de publicación solo puede ser realizada por una facultad en este caso la de Arquitectura y Artes.

En cambio la revista de divulgación son de programa y pueden contener diferentes artículos de información,

Encuesta

En los resultados obtenidos en la encuesta ayudaron para la toma de decisiones de la tipografía escogida para la publicación tanto en titulares como en cuerpo de texto. Los resultados mostraron la preferencia de una tipografía palo seco por encima de una serifada.

La encuesta también mostro resultado sobre cual nombre era mejor para la publicación y teniendo en cuenta este resultado se le dio nombre a la revista, entre los cinco nombres opcionados que eran cartel piloto, cúpula, mirada, tipo piloto, gano el último con una porcentaje de 40%.

Además de esto la encuesta sirvió para darse cuenta que tan interesados están los estudiantes en participar en una revista y que información quisieran obtener por medio de está. Gracias a la encuesta se visibilizo que la línea de orientación más fuerte en el programa es la de ilustración. Porque la mayoría de estudiantes quisieran aplicar a las convocatorias enviando sus trabajos en esta área del diseño.

Metodología de diseño

Para realizar cualquier proyecto de diseño se debe seguir paso a paso una metodología que asegure que el proceso llegará a un buen resultado tanto conceptual como gráficamente.

En el proyecto editorial se tuvo en cuenta que gran parte de la bibliografía de diseño editorial especifica las partes fundamentales de las revistas sobre las cuales se deben tener en cuenta distintas precisiones pero no fases específicas de una metodología, por lo cual se decidió tomar estas partes para generar coherencia entre sí, y se adoptó una metodología de diseño basada en la experiencia editorial de una persona experta en el diseño de publicaciones, sin embargo también

se adoptaron algunos de los pasos que plantea Johan costa para la llevar a cabo un proceso creativo.

Obtención de información o documentación

El primer paso para poder desarrollar un producto de diseño es la obtención de información o documentación, acerca de temas teóricos que ayuden a realizar la pieza gráfica en este paso se recopila toda la información necesaria para comprender el problema de comunicación y conocer todo lo relacionado con este.

El proceso de recopilación de información para este proyecto editorial se llevó a cabo partiendo de 3 temas principales. El primero fue diseño editorial en general; el segundo diseño de revistas y el tercero Publicaciones de la Universidad Piloto de Colombia.

Para cada uno de estos temas se consultaron fuentes bibliográficas en diseño editorial se consultaron las siguientes fuentes:

Introducción al diseño editorial –David Zañon

Manual de Diseño editorial – Jorge de Buen Unna

Para diseño de revistas se consultaron las siguientes fuentes:

Diseño editorial: periódicos y revistas- Yolanda Zapatterra

Diseño de revistas- Chris Foges

Diseño de revista- pasos para obtener el mejor diseño -King Stacey

Para conocer las principales ejes sobre los que se realizan las publicaciones de Universidad Piloto se consulto el manual de publicaciones de La Universidad Piloto De Colombia disponible en la página web, en la sección del departamento de publicaciones.

Además de esto se aplicaron instrumentos de medición para conocer alguna información que no se podía encontrar de manera bibliográfica, para obtener esta información se aplicaron tres instrumentos, una matriz de análisis, una entrevista y una encuesta que fueron explicados en el capítulo de diseño metodológico.

Teniendo la información teórica completa, el paso a seguir es definir el género editorial de la pieza y su función, esto fue explicado anteriormente al igual que el soporte que tendrá la pieza que será impresa.

El público objetivo de una publicación especialmente en la revista influye mucho en su aspecto gráfico, para realizar un buen producto editorial es necesario tener muy claro a que público se dirige, en este caso la publicación va dirigida en primer momento a los estudiantes y docentes del programa de Diseño Gráfico de la Universidad Piloto de Colombia y en segunda instancia a las personas interesadas en el campo del diseño gráfico (estudiantes de otras universidades, egresados , docentes entre otros).

En el campo del diseño editorial no existe una metodología clara sobre el orden en que se debe estructurar cada elemento de la publicación, según Juanita Giraldo docente experta en diseño editorial de la Universidad Piloto de Colombia el primer paso para comenzar el diseño de una publicación en este caso una revista es definir su formato y retícula. Seguido de la tipografía y color.

Formato

Para el prototipo de revista de divulgación del programa de Diseño Gráfico de la UPC, se decidió utilizar un formato cuadrado de 21 centímetros por 21 centímetros, esta decisión se toma teniendo en cuenta los lineamientos del manual de publicaciones de la UPC, además de esto este formato es óptimo, ya que no se desperdicia papel en el proceso de impresión.

Retícula:

La retícula que se aplicara al prototipo de la revista de divulgación, es una retícula modular, esta clase de rejilla permite una diagramación flexible y precisa ya que al contener mayor número de módulos, deja más espacio para organizar la información de manera organizada pero a la vez atractiva visualmente.

Al ser un prototipo de contenido visual mayormente las retículas de 2 o 3 columnas limitan la composición. Esta retícula va encadenada al tipo de márgenes usadas en la publicación, el método aplicado para las márgenes fue el de escala universal, con una pequeña variación al marcar las márgenes se dejaron dos secciones para el margen superior y una para el margen inferior, esta decisión se tomó teniendo en cuenta los anuncios de sección y el folio de la publicación.

Teniendo claro el formato y la retícula que tendrá la publicación, se especifican los estilos de texto que tendrá tanto para cuerpo de texto y titulares, en donde estos deben tener en cuenta que la mayor cualidad de la tipografía es la legibilidad.

Tipografía

La revista, maneja como tipografía para el cuerpo de texto en general la tipografía BEMBO STD, un fuente serifada su origen data del año 1945, fue creada junto a la tipografía Garamond y es considerada una de las tipografías antiguas más importantes, a pesar de ser una tipografía con serifa es bastante legible gracias a sus formas proporcionadas y a sus serifas funcionales, es una fuente con infinitud de uso gracias a su gran belleza.

El puntaje para cuerpo de texto será de 10 puntos con un interlineado de 13.

La tipografía que se usó para titulares destacados, entradillas, ladillos, fue la fuente Akzidenz-Grotesk, una fuente diseñada por Gunter Gerhard para una fundación, esta letra es la precursora de la Helvética, “Funciona especialmente bien en literatura técnica como tablas, hojas de balance o en otros casos donde haya poco espacio. También se puede utilizar en titulares de periódicos y revistas gracias a su gama de anchos y pesos.”, esta tipografía se escogió por que tiene una familia bastante grandes con diferentes pesos y calibres lo que permite un juego tipográfico en los títulos y demás texto cortos.

Otra tipografía usada fue la fuente Bodony Std, Su diseñador, Giambattista Bodoni (Parma, 1740-1813) fue un impresor muy famoso por la calidad de sus trabajos, esta tipografía tiene un alto contraste entre líneas finas y gruesas tiene remates delgados y una apariencia clara, por su alto contraste fue utilizada en el cabezote de la publicación y en algunos titulares.

Color

Los colores escogidos para el prototipo fueron los colores institucionales del programa, el rojo y el amarillo. Sin embargo es importante saber cuál es el significado de cada color y porque estos representan al programa de diseño gráfico de la UPC.

Decisiones de contenido

Según la información recopilada en cuanto a contenidos, las partes principales de una revista son la portada, editorial, índice, secciones, publicidad

Comenzado por las secciones, se decidió que en la parte de divulgación de trabajos la revista se dividiera en 2 secciones, cada una correspondiente a una línea de orientación académica del programa de diseño gráfico, las líneas de orientación son:

Branding y gestión en diseño

Narración visual ilustración.

Además de esto es importante no olvidar las materias teóricas que se ven a lo largo de la carrera y en las cuales se desarrolla un material muy valioso y enriquecedor para esto la revista tendrá una sección dedicada a un artículo teórico que hable sobre un tema de interés en el diseño gráfico y que se haya realizado en el marco de alguna asignatura sea de la línea teórica, investigativa, o de historia.

Para ir acorde con el objetivo de la revista, está tiene una sección llamada proyectate, los portafolios que los estudiantes de octavo semestre realizan son una excelente muestra del trabajo que se desarrolla a lo largo de la carrera, en ocasiones sirve para proyectar laboralmente a los estudiantes y los estudiantes se muestran interesados en divulgar estos en exhibiciones que han sucedido en los años anteriores en el programa.

Al ser una revista de divulgación cuenta con una sección que muestra eventos de interés para diseñadores gráficos en general, así como los eventos realizados en la facultad.

BOCETACIÓN

Según la profesora de diseño editorial de la Universidad Piloto de Colombia Juanita Giraldo, luego de tener claro el formato, la retícula, la tipografía y el color de la publicación, se continúa con el proceso de bocetación de las principales páginas de cada sección de la revista.

Sin embargo antes de empezar la bocetación del prototipo se debe tener claro cuántas páginas de la revista serán destinadas para cada sección.

La edición número uno de la revista, tendrá 24 páginas, incluida portada y contraportada lo cual quiere decir que tendrá 22 páginas interiores que se dividirán en las diferentes secciones anteriormente explicadas. La distribución interna de la primera edición de la revista es la siguiente:

2 páginas para índice y bandera, columna editorial

2 páginas para eventos gráfico

6 páginas proyecto de ilustración

4 páginas artículo teórico

4 páginas proyecto branding

4 páginas portafolios

Luego de decidir cuantas páginas tendrá cada sección, se comienzan a bocetar las principales paginas de la revista, a continuación se muestran los bocetos realizados para algunas secciones de la edición número 1, de la revista.

Proceso de Verificación

El proceso de verificación del proyecto se realizó con personas con experiencia en el diseño editorial, específicamente el diseño de revistas y con personas que contribuyen con contenidos.

En primera medida se realizo el proceso de verificación con la profesora Victoria Quinche, diseñadora gráfica egresada de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, se realizaron aproximadamente 4 sesiones de revisión del prototipo. La profesora hizo correcciones y apporto sus ideas para el prototipo en cuantos aspectos como diagramación, tratamiento de imágenes, tratamiento de textos y cabezote de la portada.

Luego se realizo un proceso de verificación con la Profesora de diseño editorial Juanita Giraldo y por último el prototipo fue mostrado a cada uno de los estudiantes que participaron con

contenidos dentro de la edición para saber cuál era su concepto de la pieza y si les parecía cumplir su objetivo final.

Proceso de distribución y reproducción

La periodicidad de la revista se plantea semestral, tiempo prudente para realizar procesos de convocatoria, revisión, selección y diseño al interior del programa, así mismo articulación con las asignaturas y ciclicidad de los periodos académicos.

Conforme a información recibida del coordinador de publicaciones del programa de diseño gráfico este es el tiempo prudente para realizar una publicación con contenidos y diseño excelente.

5. CONCLUSIONES

1. Como resultado del proceso de revisión bibliográfica en temas teóricos acerca del diseño editorial y diseño de revistas, se establecieron conceptos, partes y lineamientos específicos en diseño que fueron aplicados al diseño del prototipo de la revista.
2. El diseño editorial, es un campo del diseño ampliamente aplicado en diferentes contextos y procesos, en este proyecto se muestra como el diseño editorial es útil para solucionar problemas de comunicación y divulgación. Este proyecto muestra como el diseño aplicado en el campo editorial cumple una función integral, en este caso el diseño informa, persuade y crea un lazo de pertenencia con el público objetivo mediante la conexión coherente de diferentes elementos, como lo son la tipografía, la diagramación y la imagen, así mismo creando un estilo gráfico definido.
3. El desarrollo del trabajo de campo realizado, principalmente con el instrumento de la encuesta, arrojó resultados positivos en cuanto a la acogida que tendría una revista divulgativa entre los estudiantes de diseño gráfico, además de esto se pudo evidenciar como la mayoría de estudiantes le gustaría aplicar en las convocatorias de la revista principalmente con ilustraciones, esto demuestra que se está desarrollando una

producción fuerte del programa en ilustración y el interés visual en la línea que debía tener la revista. Así mismo se detecta que la revista siendo un medio de divulgación de trabajos y proyectos beneficiaría muchos estudiantes, finalmente la gestión de contenidos cuenta con el apoyo de los estudiantes por lo positivo que resulta a nivel profesional la divulgación de sus contenidos.

4. Una revista divulgativa para el programa de Diseño Gráfico, ayudaría a impulsar el reconocimiento de los proyectos realizados por estudiantes y a posicionar el programa frente a los programas de Diseño Gráfico de otras universidades, este proyecto busca posicionar el trabajo de un programa, por medio del diseño y de la manera en la que edición tras edición se muestren los contenidos de la revista. Crear un estilo gráfico propio que la haga reconocida y cree un lazo de identidad con la universidad, el programa y sus estudiantes.
5. La pieza gráfica física tendrá una salida alterna, para que más personas puedan ver el trabajo de los estudiantes del programa, por esta razón el prototipo de la revista también tiene una aplicación digital de page flip que puede subirse a la página web de la Universidad Piloto de Colombia.

BIBLIOGRAFÍA

(s.f.).

(2008). Obtenido de issu Bacánika: <http://issuu.com/bacanika>

Cartel urbano. (2005). Obtenido de <https://www.facebook.com/revistacartelurbano/info>

Elam, k. (2006). *Sistemas reticulares: principios para organizar la tipografía* .

Foges, C. (200). *Diseño de revistas*. Mexico DF: McGraw-Hill.

Foges, C. (2000). *Diseño de revistas*. México D.F : McGraw-Hill.

Ghinaglia, D. (2009). Taller de diseño editorial : entre corondeles y tipos.

King, S. (2001). *Diseño de revistas: pasos para conseguir el mejor diseño*. Mexico D.F: Gustavo Gili.

Muller-Brockmann, J. (1982). *Sistemas de retículas* .

Sello editorial Piloto . (28 de 01 de 2013). Obtenido de Universidad Piloto de Colombia :
<http://www.unipiloto.edu.co/resources/files/14022013040227237.pdf>

Universidad Piloto De Colombia. (11 de 05 de 2010). Obtenido de Universidad Piloto de Colombia:
<http://www.unipiloto.edu.co/?scc=123&cn=12425>

Unna, J. d. (2000). *Manual de diseño editorial* . México D.F : Santillana .

Zañon, D. (2007). *Introducción al diseño editorial* . Madrid: Vision net .

Zapaterra, Y. (2008). *Diseño editorial: Periódicos y revistas*. Gustavo Gili.