

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Análisis Comparativo de los Recursos Gráficos de Diseño utilizados en las revistas, producidas en la Ciudad de Cuenca, y proceso de la elaboración de una revista informativa.

Estudiante

Rosa Mercedes Muñoz Pizarro

Tutor

Dis. Paúl Arévalo

Quito – Ecuador

Enero 2014

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

CERTIFICADO DE AUTORÍA

El documento de tesis con título **“Análisis Comparativo de los Recursos Gráficos de Diseño utilizados en las revistas, producidas en la Ciudad de Cuenca, y proceso de la elaboración de una revista informativa.”** ha sido desarrollado por Rosa Mercedes Muñoz Pizarro con C.C No 0105114490 persona que posee los derechos de autoría y responsabilidad, restringiéndose la copia de cada uno de los productos de esta tesis sin previa autorización.

Rosa Mercedes Muñoz Pizarro

DEDICATORIA

Este proyecto lo dedico primeramente a Dios, por darme vida, salud y por estar siempre conmigo; a mis padres José y Mercedes que con mucho amor siempre me supieron apoyar moralmente y económicamente para así poder culminar mis estudios; a mis hermanos y amigos.

Con gratitud a la Universidad Israel en cuyas aulas los profesores dieron todo de ellos para enseñarnos y educarnos.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios, por brindarme todo lo que tengo y por no abandonarme jamás.

A mis padres que siempre me han apoyado sin importar las circunstancias de la vida, que eternamente me han formado como una persona de bien, queridos padres a ustedes mis agradecimientos.

Quienes me han formado también se hacen merecedores de mi agradecimiento, a todos aquellos personajes que sin egoísmo me han compartido sus conocimientos, para ustedes profesores del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano.

A mis amigas, amigos, compañeras y compañeros de clase que compartimos varios momentos inolvidables y llenaron mi vida de amor y sabiduría.

Resumen

Los avances que se presentan día a día en los diferentes medios de Comunicación, en particular de los medios impresos han logrado fomentar, desarrollar diferentes formas de expresión muy amplias como son: periódicos, revistas, folletos, libros, etc.

Una característica principal es saber que el lector, al momento de contar con la información requerida, pueda revisarlo en cualquier momento de una manera favorable al encontrarlo impreso, establecido mediante una revista porque se lo visualiza de manera completa y por la variedad de temas que se establecen en cada una de ellas.

Tomando en cuenta que las revistas en la actualidad están posesionadas en el mercado debido a que cada una de ellas se especializa en infinidad de temas que atraen interés a los lectores, estas revistas se han dedicado a satisfacer diferentes intereses como : economía, salud, cultura , educación, entretenimiento, deportes y mas .

Es por esto que este proyecto pretende dar a conocer una orientación un análisis comparativo de los Recursos Gráficos utilizados en las Revistas que se producen en la Ciudad de Cuenca, y a la vez detallando el proceso de la creación de la Revista Informativa y a si pueda encontrar como una guía practica que le permita conocer paso a paso tipos de utilización de fotografías, que complementaran textos, diagramación entre otros

Es así para comprobar su eficacia se crea una revista informativa dirigida a estudiantes de Diseño, su elaboración esta detallada en este proyecto.

SUMMARY

The advances that occur every day in different communication media, particularly the print media have managed to promote, develop different forms of expression in a very broad way as newspapers, magazines, pamphlets, books, etc..

A main feature is that the reader knows at the time to have the required information, you can review it at any time in a favorable way to find printed, established by a magazine because it is displayed in full and the variety of topics established in each.

Considering that the magazines are recurrently on the market because each specializes in a lot of subjects that attract interest to readers, these magazines are dedicated to satisfy different interests as: economy, health, culture, education, entertainment, sports and more.

That is why this project aims to provide a comparative analysis targeting a Graphics Resource used in the Magazines that occur in the city of Cuenca, while detailing the process of creating an Informative Magazine and if I can find a practical guide that will enable him step by step photographs use types, to complement text, layout etc. Thus for effectiveness creates an informative magazine aimed at students of design, processing is detailed in this project.

TABLA DE CONTENIDOS

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN.....	2
1.1 Antecedentes.....	3
1.2 Formulación del problema.....	4
1.3 Objetivos.....	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivos Específicos.....	5
1.4 Justificación	5
1.4.1 Justificación Teórica.....	5
1.4.2 Justificación Práctica.....	6
1.4.2 Justificación Metodológica.....	6
1.5 Hipótesis.....	7

CAPITULO II

2 Marco de Referencia.....	9
2.1Historia de las revistas	9

2.2 Clases de Revistas.....	10
2.2.1 Masiva o General.....	10
2.2.2 Literaria.....	11
2.3 Funciones de la Revistas.....	11
2.3.1 Entretener.....	11
2.3.2 Informar.....	12
2.3.3 Comentar.....	12
2.3.4 Publicitar.....	12
2.4 Inicios de la Revistas Especializadas.....	13
2.4.1 Concepto y orígenes de la Revista Especializada.....	13
2.5 Ventajas y Desventajas de la revista Especializada.....	13
2.5.1 Ventajas	13
2.5.2 Desventajas.....	14
2.6 Recursos Gráficos.....	14
2.6.1 Diseño Editorial.....	15
2.7 Diseño exterior e Interior	17
2.7.1 Diseño Exterior	17

2.7.2 Diseño Interior.....	17
2.8 Legibilidad tipográfica en el Diseño Editorial.....	18
2.8.1 Tipografía.....	18
2.8.2 La tipografía en el diseño gráfico.....	19
2.8.3 El color.....	20
2.9 La imagen.....	21
2.10 Disposición.....	22
2.10.1 Fotografías e Ilustraciones.....	22
2.10.2 La fotografía.....	22
2.10.3 Retoqué gráfico.....	23
2.10.4 Ilustración Editorial.....	24
2.10.5 Los espacios en blanco.....	25
2.10.6 La caja tipográfica.....	25
2.11 Grilla o Réticula Editorial.....	26
2.12 Material o Soporte.....	27
2.13 Formato.....	27

2.13.1 Formato de una columna.....	27
2.13.2 Formato de dos columnas.....	27
2.13.3 Formato de tres columnas.....	27
2.14 Tipos de acabados.....	28
2.14.1 Cosido con grapas a caballete.....	28
2.15 Impresión	29
2.15.1 Pre prensa.....	29
2.15.2 Post prensa	29
2.16 Tipos de papel para Impresión.....	29
2.18 Composición	31
2.19 Logotipo.....	31
2.20 Contenido Publicitario.....	32
2.21 Recursos Técnicos.....	33
2.21.1 Servicio Virtual Issuu.....	33

CAPITULO III

3. Métodos de Investigación.....	35
3.2Clases de Métodos Lógicos de Investigación.....	35

3.3 Técnica	36
3.2.1 Técnicas de Investigación.....	37
3.2.2 La Observación.....	37
3.2.3 La Entrevista.....	39
3.2.4 La Encuesta.....	39
3.2.5 El Fichaje.....	39
3.2.6 El Test.....	40
3.3 Población y Muestra.....	41
3.4 Cálculo y Tamaño de la Muestra.....	40
3.5 Técnicas a utilizar.....	42
Encuesta.....,	42
3.5 Tabulación.....	49
3.5 Análisis y Planificación.	
Análisis:.....	62
3.5.1 Planificación.....	63

CAPITULO IV

4. Resultados.....	65
4.1 Análisis comparativo.....	65

4.2	Introducción.....	78
4.2.1	Proceso.....	78
4.2.3	Características Técnicas.....	78
4.2.4	Nombre de la Revista.....	78
4.2.5	Diseño del Logótipo.....	79
4.2.6	Número de Paginas	79
4.2.7	Formato.....	80
4.2.8	Material.....	80
4.2.9	Publicación y Distribución	80
4.2.10	Tipo de Revista.....	80
4.2.11	Publico Lector.....	81
4.2.12	Valor del Producto.....	81
4.2.13	Selección de contenido e Imágenes.....	81
4.2.14	Selección de Texto.....	81
4.2.15	Paginas de Contenido.....	83
4.15	Diagramación.....	83
4.2.18	Tema central con el proceso del Pop Up.....	84
4.15	Diseño Final.....	84

4.3.1 Diagramación	84
4.3.2 Diseño de la portada y contraportada.....	87
4.3.3 Portada y contraportada Post.....	87
4.3.5 Hojas Interiores.....	87
4.4 Manual de Estilo.....	115
4.5 Publicación de la Revista en la pagina web ISSUU.....	115

CAPITULO V

5. Conclusiones y Recomendaciones.....	115
5.1 Conclusiones.....	116
5.2 Recomendaciones.....	118
5.3 Bibliografía.....	120

CAPÍTULO I

Introducción

1. INTRODUCCIÓN

Cada vez se desarrolla la Ciudad de Cuenca con las nuevas tecnologías en el área Editorial, por esta razón la creatividad debe ser mas elevada al realizar medios de comunicación impresos, por lo que es necesario realizar un análisis Comparativo de las Revistas producidas en la Ciudad de Cuenca, por la gran demanda que existe hoy en día, de revistas originarios de otros lugares generando un mejor resultado de aceptación para su adquisición.

Algunos de los productos impresos no reflejan un mayor impacto para la debida publicación y atracción al publico objetivo ,estamos en un mercado muy competitivo , que exige mayor calidad en los productos ; algunas revistas producidas, en la Ciudad de Cuenca cumplen con diferentes estándares planteados , lo que se ha constituido en un impedimento para su posicionamiento en el mercado ; de ahí la necesidad establecer un análisis comparativo y generar un prototipo de revista informativa, formando su diagramación , utilización de recursos gráficos, cromáticos y todas aquellas características técnicas que aboquen hacia un producto de alta calidad.

Y de esta manera mediante el proceso de creación de la revista conocer diferentes estándares que se necesita ser plasmada en la misma.

1.1 Antecedentes

Los orígenes de las revistas están ligados con la evolución del periódico, en unos inicios los mismos diarios se asemejaban lo que hoy conocemos como revista, esto inicio aproximadamente en forma de almanaques que se editaban anualmente, estos contenían datos acerca del clima, noticias de la actualidad, críticas sociales, moda, religión, cuya información va acompañada poemas cortas, con la finalidad de entretener a sus lectores en su tiempo ocio.

A medida de que el Movimiento Modernista se fortaleció la revista y esta evoluciono en una relación mutua como un producto optimo del Diseño Grafico naciendo así una era para los medios de comunicación escrita.

Entre la información obtenida, ha existido una época para el surgimiento de las revistas, ha existido un tiempo para el surgimiento de las revistas, se ha notado que a nivel general, el Diseño Editorial de las revistas que circulan en la Ciudad de Cuenca, presentan un diseño técnico, básico, monótono, y estático, no trascienden, sin establecer procesos necesarios para la culminación de cada uno de ellos, por esta razón no produce impacto visual positivo para poder posesionarse en el mercado, establecen el publico objetivo.

Las revistas, National Geographic, Time, Cosmopolitan, Vanidades, entre otras han trascendido por su buen manejo de recursos gráficos, información, diseño, color ,formatos y sobre todo innovación, creando paginas, representativas de perfil ,político , cultural, moda , farándula, entre otros enfocadas al interés de la sociedad , todo esto han sido las características que han contribuido a elevar la calidad,

diseñando modelos exclusivos en todo su contenido y generando un posicionamiento en el mercado rigiéndose a ciertos estándares generados en cada una de ellas.

1.2 Formulación del problema

En la Ciudad de Cuenca, cada vez enfrentan diversidad de retos a la hora de maquetar una revista, como es el caso de la aplicación del diseño editorial, Portada, Contraportada, Editorial, Índice, Textos, Fotos, Ilustraciones, etc . Y sobre todo el medio impreso sea manejado mediante un manual de técnicas de apoyo como reflejo de un proceso establecido y destinado esencialmente como un referente al público objetivo.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Realizar un análisis comparativo de los Recursos Gráficos de diseño utilizados en las revistas, producidas en la Ciudad de Cuenca, y creación de un prototipo de una revista informativa mediante un proceso, para que sirva como referente para los estudiantes de Diseño Gráfico.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Investigar sobre los recursos gráficos de revistas producidas en la Ciudad de Cuenca, BG Magazine, Avance y Cuenca Ilustre para conocer la utilización de los recursos gráficos que utiliza cada una de ellas.
- Establecer el proceso de Creación de un revista Informativa y Diseñar un prototipo impreso.
- Publicar la información mediante el servicio en línea como es Issuu, para la visualización del material Digitalizado.

1.4 Justificación

1.4.1 Justificación Teórica

Al plantear un análisis previo de los Recursos Gráficos, que se utilizan para la maquetación de las revistas Cuencanas, verificamos en algunas de ellas que diferentes usos de imágenes, texto, como punto principal, por estos motivos es importante asimilar, este análisis a la vez generar un proceso y una propuesta física,

proporcionando elementos e ideas adecuadas para facilitar que este medio sea de gran valor visual, como referente para los estudiantes de Diseño.

Mediante el proceso se Busca establecer, y generar métodos para plasmar la revista, estableciendo formato, maquetación para obtener una atracción visual, utilizando imágenes de alta calidad e información adecuada para los lectores.

1.4.2 Justificación Práctica

Crear un proceso para la creación de la Revista Informativa, utilizando imágenes, ilustraciones, texto, diagramación, entre otros para proyectarnos a mi público objetivo.

Esto servirá como un medio de referencia, como ayuda en su proceso de creación de carácter informativo en el área de Diseño, a la vez practica empleando diferentes usos de recursos gráficos se puede obtener una mayor atracción visual hacia los lectores y así tenga una mayor acogida.

1.4.3 Justificación Metodológica

Realizar un análisis de los recursos que utilizan para el desarrollo del proceso de creación de la Revista Informativa, utilización de los recursos gráficos como son: diagramación, color, Imágenes, tipografía, contenido, portada, contraportada etc . En el prototipo impreso se busca plasmar el proceso de creación en si captar la atención de los lectores con una comunicación visual.

Dentro de un servicio en línea como es Issu se publicara la revista para que sea difundida y sirva como un método de guía en el estudio o análisis virtual del proceso plasmado en ella y así facilitando como un aporte al público objetivo.

1.5 Hipótesis

Generar un análisis de los recursos gráficos, utilizados en las revistas que se producen en la Ciudad de Cuenca, creando un prototipo de Revista Informativa mediante un proceso para construir la ubicación de diferentes elementos gráficos por medio de puntos estratégicos, como la diagramación, acabados, portadas, contraportadas, tipo de papel, tipografía etc.

CAPÍTULO II

2 Marco de Referencia

2.1 Historia de las revistas

“Se conoce como Revista o Magazine a todo tipo de publicación de prensa o periódico compuesto por una gran variedad de artículos que narran diversos temas o un solo tema relacionado a un hecho específico.

Generalmente, una revista es producida por una editorial y sus ingresos se fundamentan en la publicidad que emiten o en la aceptación de su target de lectores. Su periodicidad puede ser semanal, mensual, o bimensual, a todo color o a blanco o negro.

Hoy en día muchos periódicos incluyen en sus tiradas secciones con un formato de revista que tratan temas tan amplios y genéricos como lo pueden ser sus lectores potenciales.

Los orígenes de la revista están estrechamente ligados con la evolución del periódico. En un inicio los mismos predecesores de “los diarios” se asemejaban a lo que hoy conocemos como revista. Pero su proceso de formación tardo en cristalizarse.”¹

“Sin embargo la creación de la Revista, en su sentido específico, no tiene auténticos precedentes antes de la revolución Industrial. Por lo tanto, a medida que el

¹ <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/411/3/Capitulo1>

Movimiento Modernista se fortaleció, la revista evoluciono en una forma de mutua dependencia como un producto del Diseño Grafico. Así también nació una nueva era para los medios de comunicación escrita para así convertirse en el medio ideal para la exploración Gráfica.

A lo largo del siglo XX, la publicación de las revistas se fueron consolidando como actividad rentable en todo el planeta. Pese a ello muchas dejaron de circular luego de la Segunda Guerra Mundial, debido al incremento de costes en la publicación y la aparición de otros medios de Comunicación masiva. Esto sumado al incremento de publico en sectores como la Televisión y el Internet, han suscitado que varias revistas, sobre todo especializadas, aprendan a llevar situaciones adversas para mantenerse en el mercado altamente competitivo. Publicaciones como Scientific American (1845) National Geographic (1888) y Art in America (1913), mantienen su primacía alrededor del mundo, con la premisa de objetividad e innovación que enfocan en sus editoriales.”²

2.2 Clases de Revistas

“De acuerdo a sus características generales se distinguen tres grandes categorías como son:

2.2.1 Masiva o General

- Dirigidas a un publico grande con artículos reales de carácter General.
- Circulación generalmente de millones de ejemplares.

² <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/411/3/Capitulo1.pdf>

- Atractiva para personas de diferentes etnias, ingresos, credos, ideologías.
- Su éxito quizá es contener elementos de revista y periódico.

2.2.2 Literaria

- Llamadas de calidad o clase porque atraen a un publico con mayor educación.
- Contenido de carácter literario.
- Presenta casi exclusivamente asuntos públicos en el campo de la literatura o el arte.
- Enfocadas a una minoría distintiva.
- Dependiendo de su circulación pueden llegar a ser masivas o de pocos lectores.
- El mayor número de revistas se incluyen en esta categoría.

Por su periodicidad

Semanales: Circulan uno, dos o tres veces por semana.

Quincenales: circulan cada quincena, también pueden incluirse las publicaciones que se editan dos o tres veces por semana.

Mensuales. Circulan cada mes.

2.3 Funciones de la Revistas

2.3.1 Entretener

- Se debe diferenciar entre entretener e informar.
- Procurar hacer lo infamativo, entretenido y viceversa.
- Diferenciar lo valiosos de lo útil y lo dañino.
- Evitar el morbo de las especulaciones y la falta de objetividad.
- Se incluyen en este campo publicaciones turísticas o de personajes famosos.

2.3.2 Informar

- Las tres categorías de las revistas cumplen con estas funciones.
- La principal función de la revista especializada es informar ya que mantiene al día en asuntos relacionados a profesiones o intereses personales.

2.3.3 Comentar

- La naturaleza del comentario dependerá del tipo de publicación.
- El comentario de la revistas puede aplicar los cánones del comentario periodístico.
- Identificar las políticas editoriales de la revista.

2.3.4 Publicitar

- Los anunciantes intervienen dinero en revistas especializadas por que tienen un público y productos selectos para el sector.
- La publicidad busca influir en las ideologías del lector mediante a cuatro atractivos fundamentales:
 - a) primario: enfocado a inducir la compra.
 - b) Selectivo: inducir la compra de una marca especifica.
 - c) Emocional: enfocado a las emociones mas que al intelecto
 - d) Racional: orientado únicamente al intelecto.”³

2.4 Inicios de la Revistas Especializadas

2.4.1 Concepto y orígenes de la Revista Especializada

La revista especializada es aquella que lleva información a un público selecto o segmentado. Los temas varían de acuerdo al tema central que la revista expone. Así las revistas especializadas informan exclusivamente sobre moda, educación, ciencia, tecnología, religión, política y centenares de temas de la actualidad que siempre resultan atractivos para el público relacionado con los mismos.

2.5 Ventajas y Desventajas de la revista Especializada

2.5.1 Ventajas

³ <http://www.tiposde.org/cotidianos/592-tipos-de-revistas/>

Al poseer una audiencia selecta se puede también identificar anunciantes con interés en el mercado.

Las revistas especializadas pueden llegar a tener un mayor alcance entre segmentos seleccionado de la audiencia.

La revista constituye el más permanente de los medios de comunicación de masa, por lo tanto la información y la publicidad se ven decenas de veces por una o varias personas. La revista ofrece a los publicistas un ambiente de credibilidad para sus anuncios.

2.5.2 Desventajas

La revista exige que la publicidad se entregue de seis a ocho semanas antes de la publicación. La larga espera puede fastidiar al cliente.

El público es selecto. Por lo tanto, se debe trabajar con mayor empeño ya que la competencia con publicaciones de circulación masiva es dura.

Se debe trabajar con la paciencia y hábilmente para que la revista quede consolidada en el mercado.

Revista de información

Las revistas de información son las que contienen datos, difunden programas y anuncian eventos en temas tales como: ciencia, técnica, educación, economía, política, de espectáculo etc.

2.6 Recursos Gráficos

” Estos recursos le ha permitido a los medios de comunicación imprimir páginas con un signo de innovación y actualidad acorde a las necesidades de un público que está acostumbrado a informarse a través de la imagen que le muestran en los.”⁴

A continuación designaremos los recursos mas utilizados para la elaboración de una revista.

2.6.1 Diseño Editorial

”Es la maquetación y composición de las publicaciones como libros, periódicos y revistas. El diseño editorial esta compuesta por una unidad armónica entre texto, imagen y diagramación, para así permitirá expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético y que impulse comercialmente a la publicación.”⁵

⁴<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/article/view/40/36>

⁵http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_editorial



Figura 1 Diseño Editorial⁶

2.7 Diseño exterior e Interior

2.7.1 Diseño Exterior

“Es la llave de acceso al contenido, por ello es de gran importancia obtener una grafica que responda al mensaje que se transmite en el texto, un Diseño de tapa y contratapa no acorde al texto puede generar confusión en los lectores.

⁶ <http://goo.gl/fuBfx>

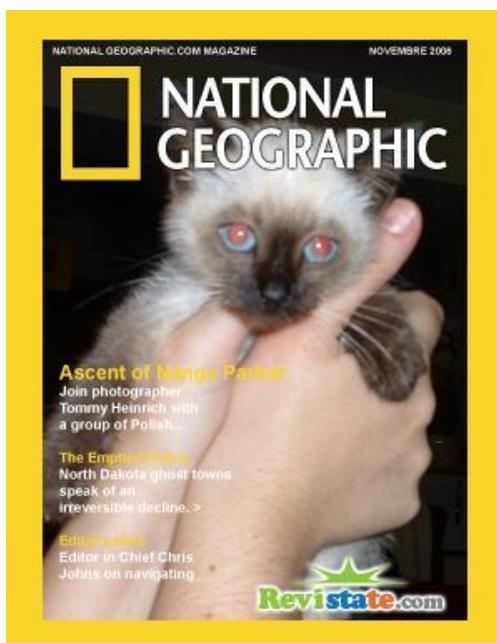


Figura 2 Diseño Exterior⁷

2.7.2 Diseño Interior

Reviste gran importancia ya que de la elección del formato, tipografía y organización de las imágenes depende de la lectura del texto. Un buen diseño editorial consiste en lograr la coherencia Gráfica y comunicativa entre el interior y el exterior y los contenidos de las publicaciones.

⁷ <http://goo.gl/s5AqF>



Figura 3 Diseño Interior⁸

2.8 Legibilidad tipográfica en el Diseño Editorial

2.8.1 Tipografía

Elegir muchas tipografías suele producir desorden y dificultan la lectura, seleccionar una o dos teniendo en cuenta el mayor grado de legibilidad tipográfica.

⁸ <http://goo.gl/H31Be>

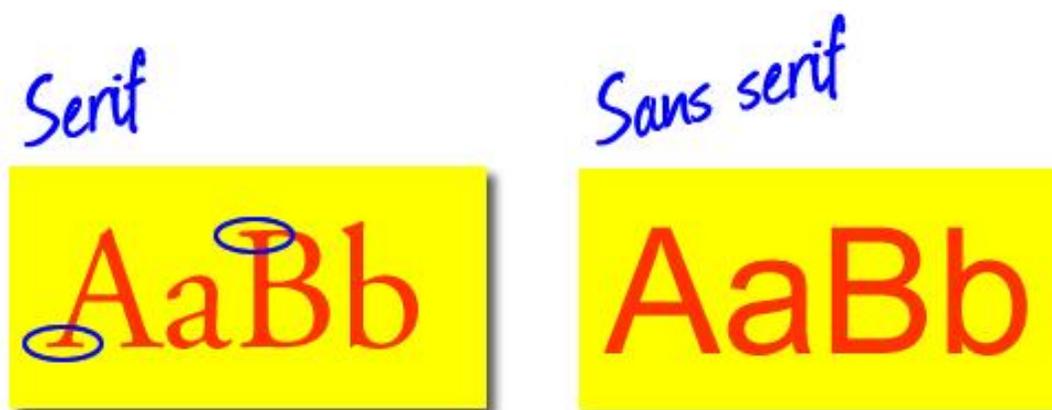


Figura 4 tipografía⁹

2.8.2 La tipografía en el diseño gráfico

”La finalidad de toda composición gráfica es transmitir un mensaje concreto. Para ello, el diseñador se vale de dos herramientas principales: las imágenes y los textos.

Las imágenes aportan un aspecto visual muy importante a toda composición. Estos con capaces de transmitir por sí solos un mensaje de forma adecuada.

Sin embargo, el medio de transmisión de ideas por excelencia es la palabra escrita. La esencia del buen diseño gráfico consiste en comunicar ideas por medio de la palabra escrita, combinada a menudo con dibujos o con fotografías.

Además de su componente significativo, cada letra de una palabra es por sí misma un elemento gráfico, que aporta riqueza y belleza a la composición final.

Es por esto, que el aspecto visual de cada una de las letras que forman los textos de una composición gráfica es muy importante.

⁹ <http://goo.gl/EFSf2>

De este planteamiento se deriva que el diseñador gráfico debe emplear las letras en una composición tanto para comunicar ideas como para configurar el aspecto visual de la misma, siendo necesario para ello conocer a fondo los diferentes tipos existentes y sus propiedades, conocimientos que se agrupan en la ciencia o arte de la tipografía.

El termino tipográfica se emplea para designar al estudio, diseño y clasificación de los tipos (letras) y las fuentes (familias de letras con características comunes), así como al diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes.”¹⁰

2.8.3 El color

El mayor nivel de legibilidad se logra si hay un contraste máximo entre tipografía y fondo, se puede buscar variación de color.

El color tiene un significado fácilmente reconocible cuando se encuentra asociado con imágenes familiares como señales, o se encuentra aplicado en figuras simples; lo contrario ocurre y hasta su significado puede cambiar al encontrarse en un entorno complicado.

Sin ser todos los colores ni todos los significados y asociaciones perceptivas, el objetivo no es crear una receta de acciones y reacciones o un manual de aplicaciones, pero sí sensibilizar la toma de decisiones una vez situado el contexto de uso del color desde el punto de vista mercadológico. Y desarrollar un criterio enriquecedor que como receptores del color, nos ayude a usarlo con conocimiento

¹⁰http://diseno.ciberaula.com/articulo/tipografia_diseno_grafico/

de causa y consistencia con los objetivos comunicacionales sin dejar de pensar que nada es indiferente, todo expresa algo y todo es significativo.”¹¹

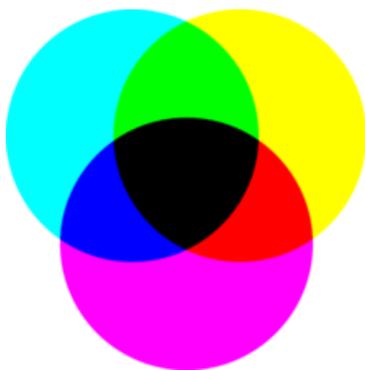


Figura 5 colores¹²

2.8.4 El Cuerpo

Depende de varios factores: como son, el interlineado, el ancho de las columnas y la cantidad de texto, si se trata de un bloque de texto ,el tamaño debe oscilar entre 8 y 11-12 puntos , de acuerdo al tipo de publico que se dirige la publicación.

2.9 La imagen

Imagen es el conjunto de creencias y asociaciones que poseen los públicos que reciben comunicaciones directas o indirectas de personas, productos servicios, marcas, empresas o instituciones. La imagen es una representación mental y virtual. Es una toma de posición emotiva. Puede haber casos en que una razón lógica y material haya articulado una imagen positiva o negativa, pero esta razón se

¹¹<http://www.latinbrain.net/modules/news/article.php?storyid=2>

¹²<http://goo.gl/rhCoH>

transforma en todos los casos en creencias y asociaciones; y la imagen configurada es siempre un hecho emocional.

2.10 Disposición

La imagen puede ubicarse en distintas partes y con diferente relación al texto, generando puntos de atracción diversos.

2.10.1 Fotografías e Ilustraciones

En las revistas y diarios la fotos se utilizan en los anuncios publicitarios para resaltar los productos y hacerlos mas llamativos.

Las ilustraciones, por otra parte se incluyen por otra parte por su valor estético y creativo, caracterizado por la originalidad, expresividad y poder de atracción.

2.10.2 La fotografía

”La fotografía es el arte y la técnica para obtener imágenes duraderas debidas a la acción de la luz. Es el proceso de capturar imágenes y fijarlas en un medio material sensible a la luz. Basándose en el principio de la cámara oscura, se proyecta una imagen captada por un pequeño agujero sobre una superficie, de tal forma que el tamaño de la imagen queda reducido. Para capturar y almacenar esta imagen, las cámaras fotográficas utilizaban hasta hace pocos años una película sensible, mientras que en la actualidad, en la fotografía digital, se emplean sensores CCD; CMOS y memorias digitales. Este término sirve para denominar tanto al conjunto del

proceso de obtención de esas imágenes como a su resultado: las propias imágenes obtenidas o «fotografías».”¹³



Figura 6 fotografía¹⁴

2.10.3 retoqué gráfico

”El retoque fotográfico es una técnica que permite obtener otra imagen modificada, ya sea para lograr una mejor calidad o más realismo, o para obtener una composición totalmente diferente que distorsione la realidad. Para llevar a cabo dicho proceso, se utilizan mayoritariamente programas informáticos.

Utilizando distintas técnicas de retoque fotográfico es bastante simple mejorar la calidad de las imágenes originales procesadas, consiguiendo así un resultado notablemente superior en calidad con respecto a la imagen original. Además también pueden conseguirse efectos impactantes o simplemente corregir diversos errores en las imágenes originales. Antes de la existencia de la fotografía en color era muy

¹³2 <http://es.wikipedia.org/wiki/Fotograf%C3%ADa>

¹⁴ <http://goo.gl/Q9CGV>

frecuente emplear acuarelas líquidas u otros pigmentos para ofrecer la imagen coloreada. También se retocaban los negativos fotográficos para eliminar imperfecciones.

Las técnicas de retoque fotográfico digital son hoy en día muy utilizadas como método de post-producción, sobre todo en ámbitos donde la imagen es lo que vende. Se da mucho su utilización en las producciones de modelaje, ya que la perfección en los modelos debe ser alcanzada a toda costa.

También se utiliza para publicidad cumpliendo una parte muy importante del trabajo final. Muchas veces nos encontramos con fotografías que son irreproducibles en la realidad solamente utilizando una cámara. Para esto se recurre al "fotomontaje" o retoque digital en donde se pueden manipular varias fotografías para crear una composición final. Hoy por hoy la tecnología permite un sin fin de propuestas gracias a los distintos software utilizados y las distintas técnicas (ilustración, CGI, 3D y más). El programa más usado en la actualidad es el Adobe Photoshop."¹⁵

2.10.4 Ilustración Editorial

La variedad de ilustración es muy amplia: médica, científica, infantil, publicitaria, etc.; así como las técnicas, que van de la tradicional a la digital. La ilustración editorial es conceptualizar el tema que se publicará en una revista, periódico o libro. Los niveles de representación varían, ya que puede ser una ilustración con tendencia a la abstracción hasta una muy realista.

¹⁵2 http://es.wikipedia.org/wiki/Retoque_fotogr%C3%A1fico

La ilustración es un Elemento gráfico que complementa o realza un texto. Esto significa que podemos producir imágenes que llevan un mensaje.

En este caso, en la mayoría de las revistas utilizan ilustraciones, para complementar sus textos y de esta manera ayude a un mayor interés para al lector.

2.10.5 Los espacios en blanco

Los espacios en blanco producen una gran sensación de libertad y claridad, sirven también como descansos y pausas en la lectura, como espacios de reflexión y como formas de equilibrar la composición.

2.10.6 La caja tipográfica

Es un límite virtual que define el sector que se imprimirá en cada una de las paginas, se generan cuatro márgenes (superior, inferior, lateral izquierdo y derecho) cuya dimensión se debe determinar en cada caso particular.

El margen próximo al lomo en el caso de revistas debe medirse de modo que no perjudique la lectura.

2.11 Grilla o Retícula Editorial

La retícula es un esquema que permite subdividir el campo visual dentro de la caja tipográfica en campos o espacios mas reducidos a modo de reja.

Los campos o espacios pueden o no tener las mismas dimensiones . la altura de los campos se mide por el numero de líneas de texto y su ancho depende del cuerpo de la tipografía.

Permite la organización coherente de la información y de las imágenes, teniendo en cuenta el objetivo principal de una publicación.

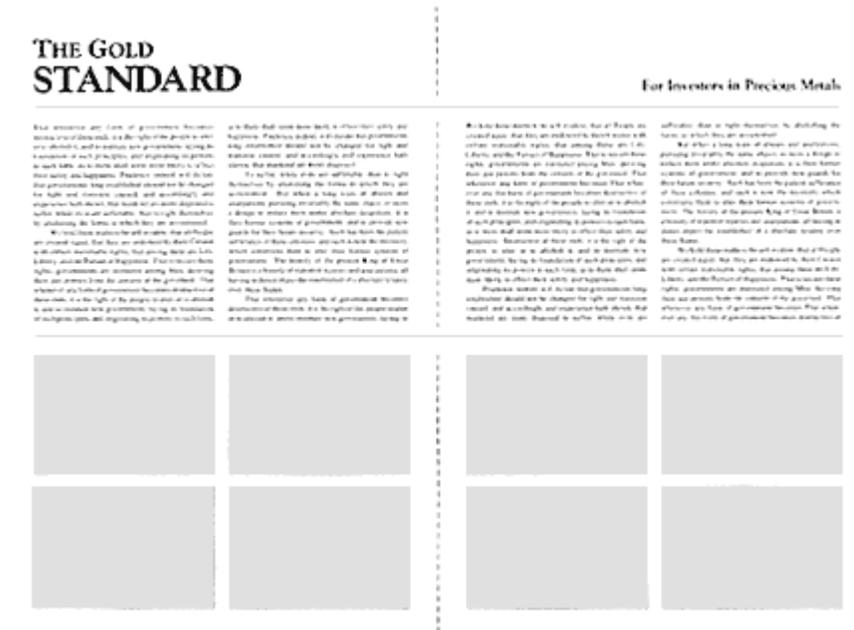


Figura 7 Retícula¹⁶

2.12 Material o Soporte

La elección el papel varia según el tipo de edición y su presupuesto, es importante tener en cuenta la calidad de papel que se va a utilizar.

¹⁶ <http://goo.gl/EjjHS>

Elegir el formato de pliego mas conveniente para evitar el desperdicio de papel de acuerdo con el tamaño de la pagina de la revista.

Se deberá dejar márgenes de seguridad teniendo en cuenta el corte final.

2.13 Formato

2.13.1 Formato de una columna.- se utiliza para los libros se muestra solo texto o imágenes.

2.13.2 Formato de dos columnas.- facilita la combinación de textos e imágenes.

2.13.3 Formato de tres columnas.-Ofrece muchas posibilidades para combinar imágenes y textos de diferentes tamaños.

El formato mas utilizado para la realización de revistas es de **cuatro columnas** facilita la composición cuando existe mucho texto.

Se debe tener en cuenta el tamaño de las columnas porque mediante esto se determinar el tamaño de la tipografía.”¹⁷

¹⁷ <http://www.slideshare.net/sjnietoc/diseo-editorial-4572825>



Figura 8 Tipo de Formato¹⁸

2.14 Tipos de acabados

Es importante conocer los distintos tipos de acabado para culminar el producto. El acabado es un proceso de fabricación empleado en la manufactura cuya finalidad es obtener una superficie con características adecuadas para la aplicación particular del producto que se está manufacturando; no es limitado a la estética del producto.

2.14.1 Cosido con grapas a caballete:

Consiste en coser con hilo de alambre, un cierto número de hojas, bien sea para realizar un bloque o para una publicación de una revista.

Hay 2 tipos de grapa distintas: grapa normal y grapa ,omega sobresale en forma de gancho para meter en una carpeta de anillas,. Tiene la limitación de un determinado número de hojas en función del grosor del papel utilizado.”¹⁹

2.15 Impresión

¹⁸ <http://goo.gl/CVpB3>

¹⁹ <http://www.grupomanas.com/acabados-especiales.htm>

2.15.1 Pre prensa

Una vez finalizado el diseño, comienza la segunda etapa: la pre prensa o pre impresión, consistente en los pasos a seguir antes de comenzar con la impresión del producto. Antes de mandar a imprimirse, el diseño tiene que pasar por un proceso que lo prepara y transfiere a las placas de impresión. Esto es lo que se conoce como pre prensa. Puede ser de modo tradicional o digital.

2.15.2 Post prensa

Las etapas finales en la producción gráfica son la prensa y posprensa, como la encuadernación y el troquelado. Si bien durante la impresión es posible compensar algunos de los defectos surgidos en las etapas anteriores, la única garantía para obtener un buen producto es (además de una buena impresión) un buen trabajo de diseño y matriz de impresión, que sólo puede lograrse mediante una adecuada comprensión de las responsabilidades de cada parte: diseñador y pre prensa. Asimismo, las tareas de pos prensa sólo podrán llevarse a cabo sin dificultad si en el momento de diseñar se tuvieron debidamente en cuenta los márgenes, sangrados, líneas de corte y plegado, troqueles y demás elementos auxiliares que requiera el trabajo.

2.16 Tipos de papel para Impresión

Es importante conocer el tipo de papel adecuado para una obtención óptima del producto final.

”Papel estucado: Es el que utilizamos en revistas, catálogos y folletos. Papel de textura fina y sin poro. Existen dos acabados:

-Estucado brillo o glossy

-Estucado mate

-Papel offset:

Es típico folio utilizado para la fotocopiadoras, en libretas o libros.

Según El grosor y su utilización:

-40 a 60 gr.: Utilizado en periódicos.

-80 a 100 gr.: Papel de folio clásico de oficina.

-90 a 170 gr.: El utilizado en impresión de Folletos y carteles. El más común 100-135 gr.

-200 a 250 gr.: Cartulina fina Utilizada para imprimir Tapas de revistas o Flyers.

-250 a 350 gr.: Utilizado en Tarjetas postales, Tarjetas de visita, o flyers Gruesos.

-350 a 450 gr.: Cartón utilizado para tarjetas de visita y cubiertas de libros o revistas.”²⁰

2.17 Tendencias

“Las tendencias, son una serie de grupos de un cierto estilo, estilísticos, que el diseño en si va adoptando. Se encuentran en continua evolución y marcan el estilo

²⁰<http://www.imprentaonline.net/tipos-papel.php>

de los diseños y futuras creaciones. Ahí, entra a formar parte el estilo, como forma de actuar, dando el toque personal al proyecto en curso.”²¹

2.18 Composición

“La composición se define como una distribución o disposición de todos los elementos que incluiremos en un diseño o composición, de una forma perfecta y equilibrada.

En un diseño, lo primero que se debe elegir son todos los elementos que aparecerán en él, luego debemos distribuirlos para colocarlos con el espacio disponible. Los elementos pueden ser tanto imágenes, como espacios en blanco, etc. Es muy importante tener en cuenta de que forma situaremos estos elementos en nuestra composición, para que tengan un equilibrio formal y un peso igualado.”²²

2.19 Logotipo

El logotipo surge de la necesidad de respaldar a los productos realizados en serie. Este es un mensaje abreviado de todos los valores de una marca y el cual esta compuesto de un grupo de letras, símbolos, abreviaturas, cifras etc; para facilitar una composición tipográfica que las personas identifiquen y asocien rápidamente con la empresa a la que le pertenece.”²³

Para las creación de una revista es de vital importancia la utilización de un nombre para la revista de esta manera representara y caracterizara a su empresa.

²¹<http://www.fotonostra.com/grafico/estilosytendencias.htm>

²²<http://www.fotonostra.com/grafico/tecnicascompos.htm>

²³http://www.trabajo.com.mx/que_es_un_logo_y_para_que_sirve.htm

2.20 Contenido Publicitario

”La publicidad es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación.

A través de la investigación, el análisis y estudio de numerosas disciplinas, tales como la psicología, la sociología, la antropología, la estadística, y la economía, que son halladas en el estudio de mercado, se podrá desarrollar un mensaje adecuado para el público.”²⁴

2.21 Recursos Técnicos

Los recursos a ser utilizados para la exposición de la revista alternativa será de los siguientes programas: Adobe Indesign ayudara a la diagramación de la revista ,Adobe Potoshop para retocar imágenes ,Adobe Ilustrador para realizar vectores ,Acrobat para generar los PDF y para una mejor presentación de la revista se utilizara Issuu por ser un servicio en línea permitirá presentar el material Digitalizado.

Este software será de gran utilidad para la obtención de resultados óptimos de lo que se plantea para la visualización de la Revista.

2.21.1 Servicio Virtual Issuu

”**Issuu** es un servicio en línea que permite la visualización de material digitalizado electrónicamente, como libros, portafolios, números de revistas, periódicos, y otros

²⁴<http://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad>

medios impresos de forma realística y personalizable. El servicio que ofrece Issuu en el área de publicación se puede comparar con lo que Flickr hace para compartir fotografías, y lo que YouTube hace para compartir video. El material subido al sitio es visto a través de un navegador web y está hecho para parecerse lo más posible a una publicación impresa, con un formato que permite la visualización de dos páginas a la vez (como un libro o una revista abiertos) y una vuelta a la página animada. Aunque los documentos en Issuu están diseñados para verse en línea, es posible guardar una copia de ellos. La compañía fue fundada en el 2006, y el servicio comenzó en diciembre del 2007. Issuu fue seleccionada como uno de los 50 mejores sitios del 2009 por la revista Time a la vez que fue homenajeada por los Premios Webby en el mismo año. Algunos clientes notables de Issuu son el Banco Mundial, la casa de publicaciones Routledge y la Universidad de Cambridge. En diciembre del 2008 lanzaron Smart Look, que le permite a otros sitios convertir sus documentos alojados en ediciones digitales. De esta forma, los lectores no tienen que descargar el documento para leerlo.”²⁵

2.22 POP up

“El epíteto **pop-up** se suele aplicar a cualquier libro tridimensional o móvil, aunque apropiadamente el término "libro móvil" abarca los *libros pop-ups*, *transformaciones*, *libros de (efecto de) túnel*, *volvelles*, *solapas que se levantan (flaps)*, *pestañas que se jalan (pull-tabs)*, *imágenes emergentes (pop-outs)*, *mecanismos de tiras que se jalan (pull-downs)* y más, cada uno de los cuales funciona de una manera diferente. También se incluyen las tarjetas de felicitación tridimensionales ya que emplean las mismas técnicas.

²⁵<http://es.wikipedia.org/wiki/Issuu>

Al diseño y creación de estos libros se le conoce como ingeniería de papel, un término que no debe confundirse con el término de la ciencia de la fabricación de papel. Es semejante en alguna medida al origami debido a que las dos artes emplean papel doblado. Sin embargo, el origami tiende a centrarse en la creación de objetos, mientras que los pop-ups tienden a ser esencialmente visuales y mecánicos en su naturaleza. Los siguientes son algunos ejemplos.”²⁶



Figura 9 pop up

²⁶ www.libros_popup.com

CAPÍTULO III

3. Métodos de Investigación

“Los términos provienen del griego análisis, disgregación, desmembración, y síntesis, combinación, asociación. El análisis y la síntesis son los procesos de desarticulación práctica o mental del todo en sus partes y de reunificación del todo a base de sus partes. El análisis y la síntesis son complementarios, en el sentido de que la mayor parte de los métodos se sirven de ellos conjuntamente, de modo que el uno verifique o perfeccione al otro. Ambos forman una unidad: son dos aspectos.

Dialécticamente unidos, del ser y del pensamiento.

El análisis y síntesis reales o experimentales consiste en ir de lo compuesto a los elementos componentes; o de los elementos al todo complejo que forman. Ambos se refieren a hechos o seres concretos, y constituyen el patrón de toda experimentación científica.

Muchas veces, el análisis real no puede ser seguido de una síntesis real y efectiva, entonces interviene el análisis intelectual, de ahí que, el análisis material o real es considerado un recurso subsidiario auxiliar para el análisis intelectual o lógico.”²⁷

3.1 Clases de Métodos Lógicos de Investigación

***Inductivo:**” Es un modo de razonar que nos lleva:

- a) De lo particular a lo general.
- b) De una parte a un todo.

²⁷ <http://es.scribd.com/doc/4874136/METODOS-DE-INVESTIGACION>

Inducir es ir más allá de lo evidente. La generalización de los eventos es un proceso que sirve de estructura a todas las ciencias experimentales, ya que éstas—como la física, la química y la biología— se basan (en principio) en la observación de un fenómeno (un caso particular) y posteriormente se realizan investigaciones y experimentos que conducen a los científicos a la generalización.

***Deductivo:** Es un tipo de razonamiento que nos lleva:

- a) De lo general a lo particular.
- b) De lo complejo a lo simple.

Pese a que el razonamiento deductivo es una maravillosa herramienta del conocimiento científico, si el avance de la ciencia se diera sólo en función de él, éste sería muy pequeño. Esto se debe a que nuestra experiencia como humanos es limitada, depende de nuestros sentidos y de nuestra memoria.

La inducción y la deducción no son formas diferentes de razonamiento, ambas son formas de inferencia.²⁸

3.2 Técnica

Es el conjunto de instrumentos y medios a través de los cual se efectúa el método y solo se aplica a una ciencia. La diferencia entre método y técnica es que el método se el conjunto de pasos y etapas que debe cumplir una investigación y este se aplica a varias ciencias mientras que técnica es el conjunto de instrumentos en el cual se efectúa el método.

²⁸ <http://planeacionestrategica.blogspot.es/1236115440/>

3.2.1 Técnicas de Investigación

“La técnica es indispensable en el proceso de la investigación científica, ya que integra la estructura por medio de la cual se organiza la investigación, La técnica pretende los siguientes objetivos:

- Ordenar las etapas de la investigación.
- Aportar instrumentos para manejar la información.
- Llevar un control de los datos.
- Orientar la obtención de conocimientos.”²⁹

Dentro de las técnicas de investigación tenemos las siguientes:

3.2.2 La Observación

"Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia a sido lograda mediante la observación.

²⁹Lcda. Ena Ramos Chagoya (2008), Métodos y técnicas de investigación (2008)
<http://www.gestiopolis.com/economia/metodos-y-tecnicas-de-investigacion.htm> (Octubre, 2012)

Existen dos clases de observación: la Observación no científica y la observación científica. La diferencia básica entre una y otra esta en la intencionalidad: observar científicamente significa observar con un objetivo claro, definido y preciso: el investigador sabe qué es lo que desea observar y para qué quiere hacerlo, lo cual implica que debe preparar cuidadosamente la observación. Observar no científicamente significa observar sin intención, sin objetivo definido y por tanto, sin preparación previa.

3.2.3 La Entrevista

Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador "investigador" y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación.

La entrevista es una técnica antigua, pues ha sido utilizada desde hace mucho en psicología y, desde su notable desarrollo, en sociología y en educación. De hecho, en estas ciencias, la entrevista constituye una técnica indispensable porque permite obtener datos que de otro modo serían muy difíciles conseguir.

3.2.4 La Encuesta

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario.

Es impersonal porque el cuestionario no lleve el nombre ni otra identificación de la persona que lo responde, ya que no interesan esos datos.

Es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas.

Varios autores llaman cuestionario a la técnica misma. Los mismos u otros, unen en un mismo concepto a la entrevista y al cuestionario, denominándolo encuesta, debido a que en los dos casos se trata de obtener datos de personas que tienen alguna relación con el problema que es materia de investigación.

3.2.5 El Fichaje

El fichaje es una técnica auxiliar de todas las demás técnicas empleada en investigación científica; consiste en registrar los datos que se van obteniendo en los instrumentos llamados fichas, las cuales, debidamente elaboradas y ordenadas contienen la mayor parte de la información que se recopila en una investigación por lo cual constituye un valioso auxiliar en esa tarea, al ahorra mucho tiempo, espacio y dinero.

3.2.6 El Test

Es una técnica derivada de la entrevista y la encuesta tiene como objeto lograr información sobre rasgos definidos de la personalidad, la conducta o determinados comportamientos y características individuales o colectivas de la persona (inteligencia, interés, actitudes, aptitudes, rendimiento, memoria, manipulación, etc.). A través de preguntas, actividades, manipulaciones, etc., que son observadas y evaluadas por el investigador.

Se han creado y desarrollado millones de tesis que se ajustan a la necesidad u objetivos del investigador. Son muy utilizados en Psicología (es especialmente la Psicología Experimental) en Ciencias Sociales, en educación; Actualmente gozan de popularidad por su aplicación en ramas novedosas de las Ciencias Sociales, como las "Relaciones Humanas" y la Psicología de consumo cotidiano que utiliza revistas y periódicos para aplicarlos. Los Test constituyen un recurso propio de la evaluación científica."³⁰

3.3 Población y Muestra

La población es el conjunto de todos los elementos que son objeto del estudio estadístico, la muestra es un subconjunto, extraído de la población, cuyo estudio nos permite deducir características de toda la población y el individuo es cada uno de los elementos que forman la población o la muestra.

³⁰ <http://www.rppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>

3.4 Cálculo y Tamaño de la Muestra

Dada la dificultad de investigar a todo un universo de población que conforma la zona de varias ciudades se ha procedido a extraer la muestra representativa del número de estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico, que conforman en la Ciudad de Cuenca, con la finalidad de poder abordar con mayor finalidad los problemas que se presentan, de la siguiente manera.

En la Ciudad de Cuenca datos del INEC en el último censo nos indica una población de 712.127 habitantes de los cuales 250.581 son personas en 15 a 26, 30 a 45, 57 – 65 de los cuales se empleara una muestra de 935 personas que estudian la carrera de Diseño Grafico en diferentes establecimientos de la Ciudad de Cuenca comprendidos en edades de 17 – 28 un rango establecido para obtener información y realizar un comparación de conocimientos. Empleando una grado de confianza 95% que equivales a 1.96 y un margen de error 95% se aplica la siguiente formula.

3.5 Técnicas a utilizar

3.5.1 Encuesta

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{e^2(N-1) + \sigma^2Z^2}$$

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población, número de Estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico /

935

δ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 .

e = Límite aceptable de error muestra que, generalmente cuando no se tiene su valor, error muestral 5% (0.05)

$$\frac{(935)(0.5^2)(1.96^2)}{}$$

$$(0.05^2)(935-1)+(0.05^2)(1.96^2)$$

$$\frac{897.6}{}$$

$$3.29$$

$$n = 273$$

Error Muestral 0,007

Nivel de confianza 1,96

3.4 Metodología herramientas de recolección de datos

3.4.1 Modelo de la Encuesta Aplicada

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

MODELO DE ENCUESTA

Edad: _____

NOTA: Es importante que responda de la mejor manera ya que es de vital importancia para la realización de un proyecto

1. ¿Cada qué tiempo adquiere revistas?

Semanal.....

Quincenal.....

Mensual.....

Trimestral.....

Porque.....

.....

.....

2. Dentro de todas las revistas que es lo que a usted le motiva a comprarla

.....

Por

que

.....

.....

.....

3. ¿Que tipo de revista adquiere usted?

- Educativa
- Farándula
- Política
- Entretenimiento

4. ¿Cree usted que las imágenes son el centro de atención en las revistas.

Si

No

Porque_.....

.....

5. ¿Porque es llamativa una revista para usted

.....

.....

6. ¿Qué información le gustaría obtener a través de una revista?

.....

.....

7. ¿Cree usted que cada revista se caracteriza por su Diseño e información.

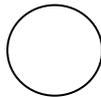
Si ____

No ____

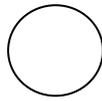
Porque -----

8. ¿Que espera de una Revista?

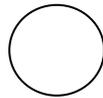
9. ¿Conoce usted las siguientes revistas marque ?



Revista Bg Magazine



Revista Avance



Revista Cuenca Ilustre

¿Cual de estas revistas le atrae?

.....

¿Que es lo que le gusta de las revistas?

.....

¿Que no le agrada de la revistas?

.....

¿Que le cambiaria a la revista que no le agrada?

.....

10. ¿Piensa usted que seria de gran interés efectuar una muestra de una revista informativa que le ayude como un método de referencia para conocer el proceso de creación del mismo de manera visual mediante los Recursos Gráficos utilizados?

Si ...

No ...

Porque -----

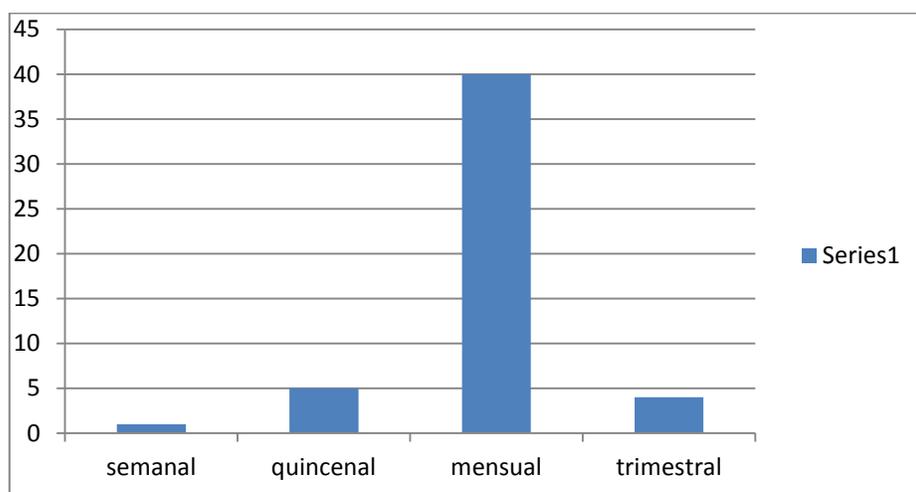
11. Para la creación de una nueva revista que nombre elegiría o que nombre le designaría usted?

- Mas Diseño
- Diseño Estudio
- Diseñadores

3.5 TABULACION

1. ¿Cada qué tiempo adquiere revistas?

semanal	25
quincenal	75
mensual	120
trimestral	53



Conclusión: los jóvenes adquieren las revistas mas de manera mensual porque ayuda a la obtención de información actualizada, es importante que los jóvenes vean cada información, y de esta forma les ayude a la obtención de más conocimiento.

2. ¿Dentro de todas las revistas que es lo que a usted le motiva a comprarla?

- Precio
- Información
- Llamativos Diseños
- Contenidos
- Información resumida/ importante
- Interés

Porque:

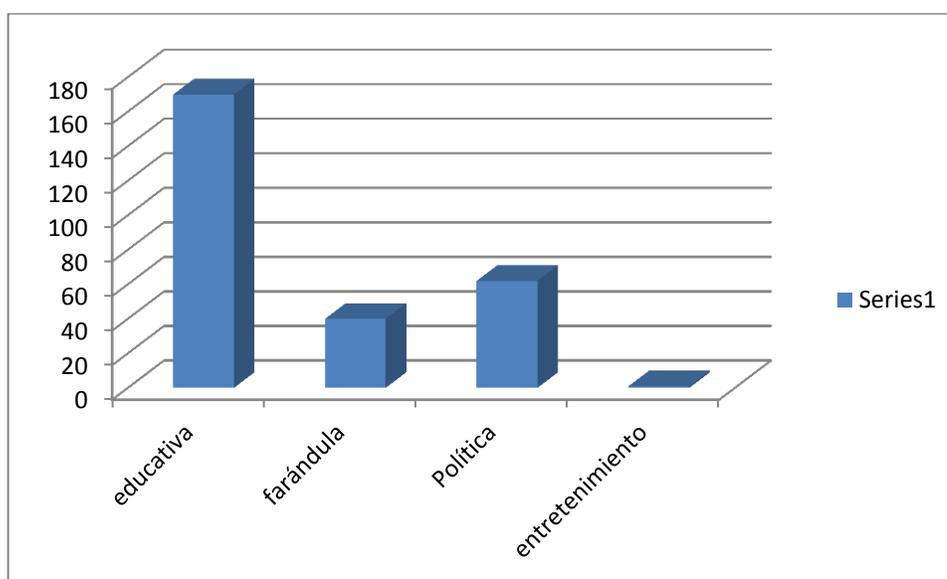
- Ayuda a que nos mantengamos informados.
- Son mas llamativos
- No son aburridas.
- Nos llenamos de conocimientos
- Nos mantiene al tanto de las novedades
- Ayuda a aprender y conocer
- A distraer la mente

- A motivarnos por sus diseños
- A tener nuevas ideas
- Vemos las informaciones mas destacadas

Conclusiones. Los jóvenes adquieren sus revista debido a sus contenidos ya que les proporciona un amplio conocimiento frente a cada revista, por la temática que presenta cada una de estas, mejora sus ideas, la información que emiten determina el grado de atracción, para llenar de curiosidad y conocimiento frente a cada lector.

3. ¿Que tipo de revista adquiere usted?

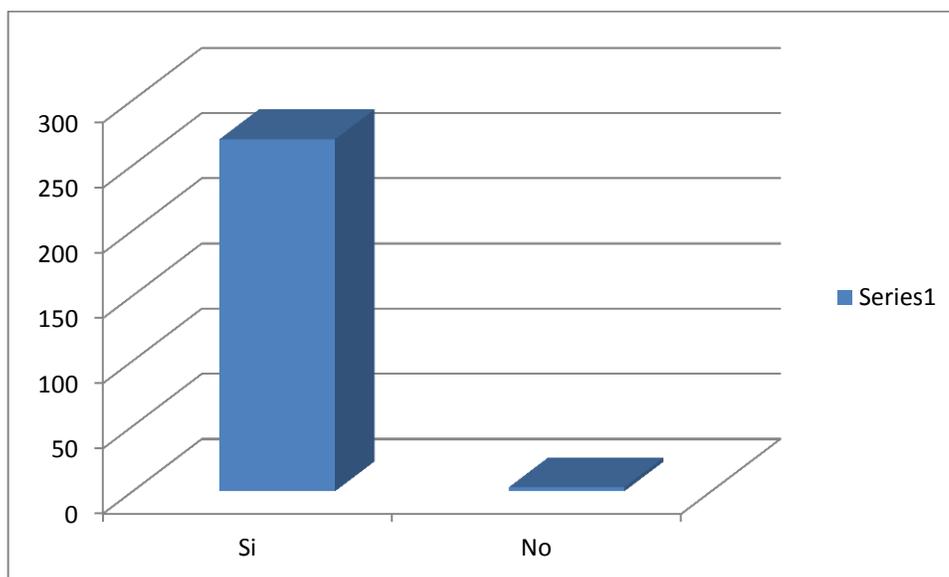
educativa	170
farándula	40
Política	62
entretenimiento	1



Conclusión: Esta es la mejor manera para que cada lector se instruya mas según los temas que establece cada revista, mientras mas interés este sea ayudara a la obtención de un amplio conocimiento frente a cada lector.

4. ¿Cree usted que las imágenes son el centro de atención en las revistas.

Si	270
No	3



Conclusión: la respuesta fluye de manera positiva porque mediante las imágenes genera más valor a los textos e influye a no causar aburrimiento en los lectores, cada imagen fortalece lo que desea representar.

5. ¿Porque es llamativa una revista para usted

- Diseño
- Por ser innovador
- Único
- Nuevo
- Incomparable
- Por la información que emite
- Información
- Diagramación
- Contenidos
- Colores
- Dimensión
- Publicidad

Conclusión. La representación grafica, informativa, maquetación y diagramación, son los que llaman mas la atención para la obtención de la revista dando un valor a cada una de estas.

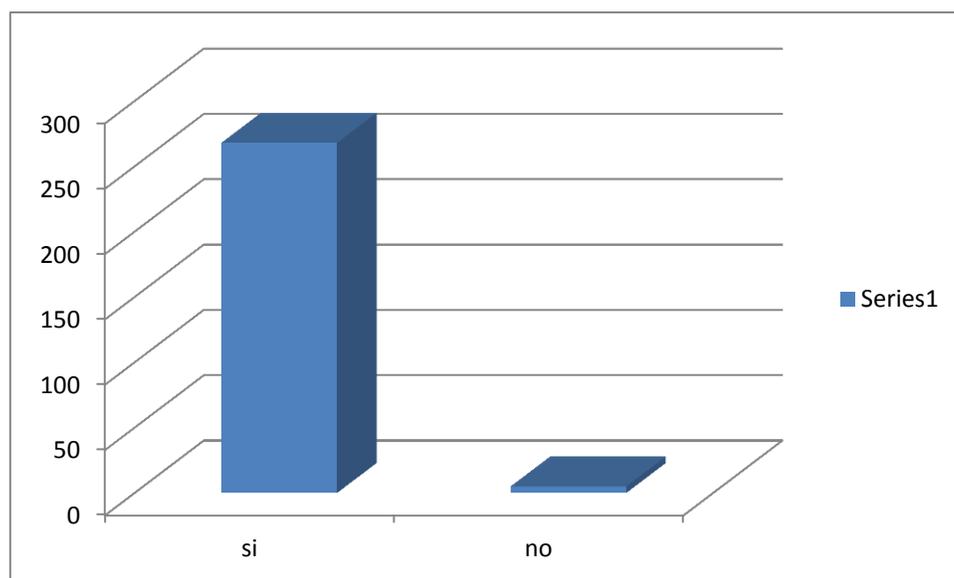
6. ¿Qué información le gustaría obtener a través de una revista?

- Que ayude a conocer lo actual
- Educacional
- Tendencias nuevas del Diseño
- Nos ayude a educarnos personalmente
- Acerca de las novedades de diseños que enseñen acerca de algún programa.
- Nos enseñen más sobre los temas importantes del Diseño Gráfico.
- Temas importantes

Conclusión: Para los lectores es importante adquirir revistas que eduquen a cada uno de estos lectores, mejoren conocimientos, y sobre todo mantengan al tanto de las noticias más novedosas e importantes.

7. ¿Cree usted que cada revista se caracteriza por su Diseño e información.

si	268
no	5



Conclusión: ayuda a caracterizar cada revista, la información y los diseños ayudan a reforzar todo lo que se quiere plasmar, y de esta manera los lectores tendrán más interés a la hora de leer.

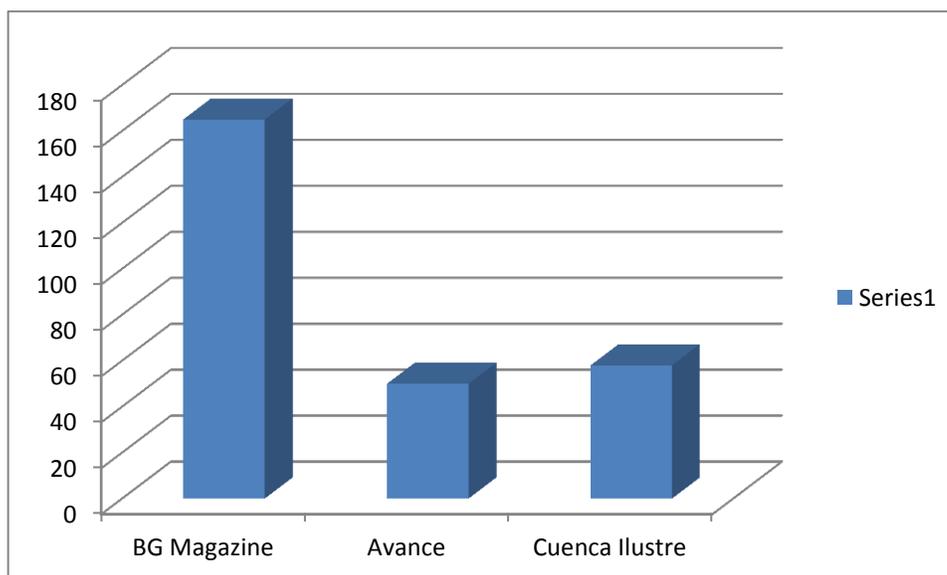
8. ¿Que espera de una Revista?

- Que sea diferente de las demás
- Plasme nuevas técnicas al representar una revista
- Que brinde información educacional
- Genere expectativa
- Propongan mas diseños
- Nos ayuden a conocer más sobre los temas de mas interés.
- Nos muestren cosas nuevas
- Ayuden generar mas creatividad

Conclusión: Los lectores esperan que cada revista presente información, diseños que plasmen y generen creatividad así sea de gran interés para los lectores que ayuden a la educación.

9. ¿Conoce usted las siguientes revistas marque?

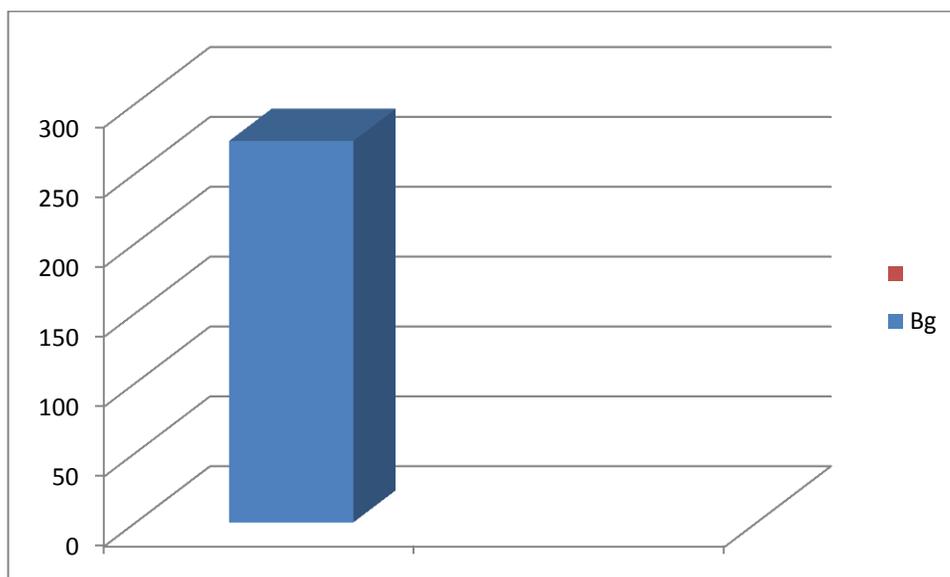
BG Magazine	165
Avance	50
Cuenca Ilustre	58



Conclusión: La revista que más aceptación, atracción y conocimiento a los encuestados es la Revista BG Magazine, por causar expectativa en todos sus contenidos de Moda.

Cual le gusta de estas

Bg	273
----	-----

**Que le gusta?**

Diseño

Ilustraciones

Información

Temas

Ventas

Que no le agrada?

Tamaño de la revista

Su precio

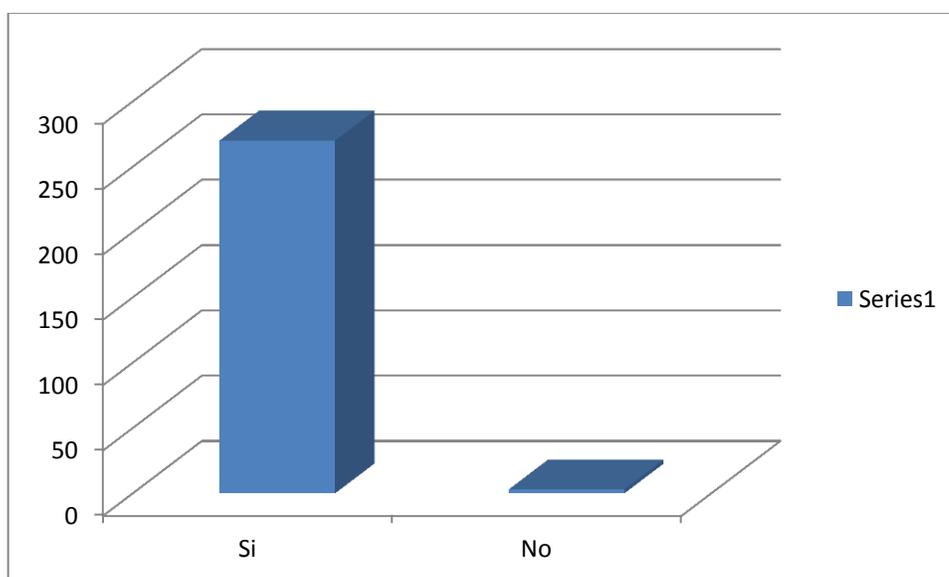
Que le cambiaria

Nada

Formato

10. ¿Piensa usted que sería de gran interés efectuar una muestra de una revista informativa que le ayude como un método de referencia para conocer el proceso de creación del mismo de manera visual mediante los Recursos Gráficos utilizados?

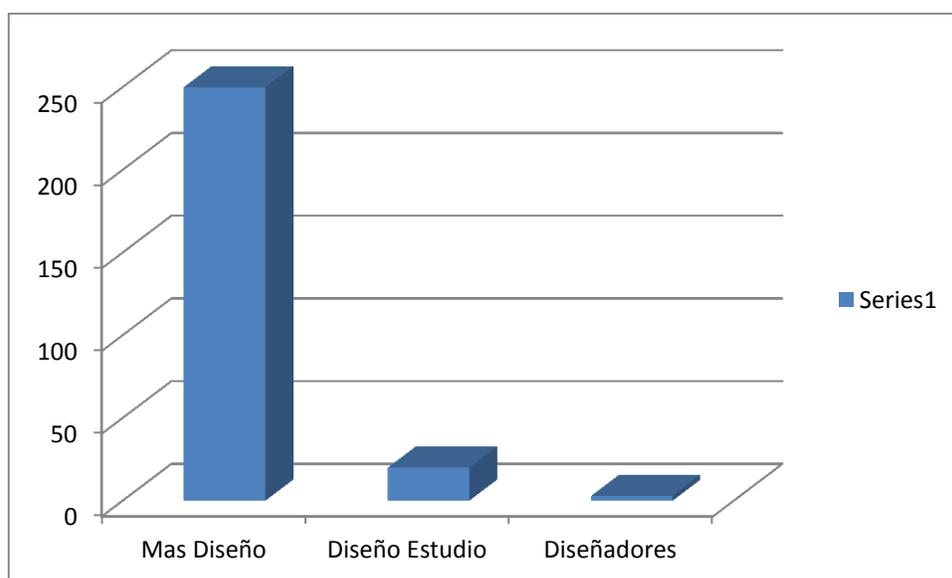
Si	270
No	3



Conclusión: Los jóvenes aprueban a que se genere esta propuesta ya que ayudaría como una referencia de manera visual para conocer el manejo y utilización de los recursos gráficos.

11. Para la creación de una nueva revista que nombre elegiría o que nombre le designaría usted?

Mas Diseño	250
Diseño	
Estudio	20
Diseñadores	3



Conclusión: El nombre que mas llamo la atención a los encuestados fue” MAS DISEÑO”. Gracias a la aceptación de este nombre se podrá, plasmar una nueva propuesta de revista y esta representara información educativa.

3.5 Análisis y Planificación.

3.5.1 Análisis:

Luego de haber realizado la tabulación de la encuesta presentada anteriormente y habiendo obtenido los resultados se ha llegado a la conclusión.

Las encuestas al estar segmentado a una porción de estudiantes en edades comprendidos de 17 a 28 años. Un 80% de los jóvenes adquiere las revistas por su atracción gráfica y sus contenidos de información y a la vez por el interés del diseño de cada revista, quienes comparten sus puntos de vista, de que es lo mas atractivo y lo que les desagrada de las revistas que conocen, generando opiniones de manera positiva para la realización de este proyecto.

Los resultados de las encuestas, para generar una Revista informativa con el nombre de "MAS DISEÑO" conforme a las opiniones de los jóvenes quienes han dado una aceptación positiva para realizar este proyecto en un 98 % de los encuestados, de la Carrera de Diseño, poseen una mayor utilidad a que se desarrolle el mismo, por que causa interés, de esta manera ayudara a la obtención de mayor conocimiento y un aporte a su educación al conocer la distribución de los Recursos Gráficos.

3.5.2 Planificación

Lo primero que se procederá a realizar, el respectivo análisis comparativo de la revistas producidas en la Ciudad de Cuenca, (BG Magazine, Avance, Cuenca Ilustre) y mediante esto se procederá a realizar el proceso de prototipo de la revista informativa a acompañado de un manual.

Tomando en cuenta la utilización de los recursos gráficos de cada una de las revistas analizadas, puntos principales a determinar la diagramación, formato, imágenes y contenido de textos, para plasmar en la Revista, para establecer un óptimo resultado.

Una vez que se haya recopilado la información necesaria se procederá a establecer la maquetación de la revista, esto implica , medidas , tipografía, retículas; con todo esto ya listo se empezara a estructurar la Revista para luego crear como parte final se creara su logotipo o iso logotipo ,portada y contraportada. Mediante un manual se fijara las técnicas de apoyo indicando, medidas, formato, el tipo de material en el que se va a imprimir los contenidos.

Al crear esta revista se convertirá en una guía grafica y sobre todo en un material de apoyo y así conozcan el manejo y utilización de los recursos gráficos.

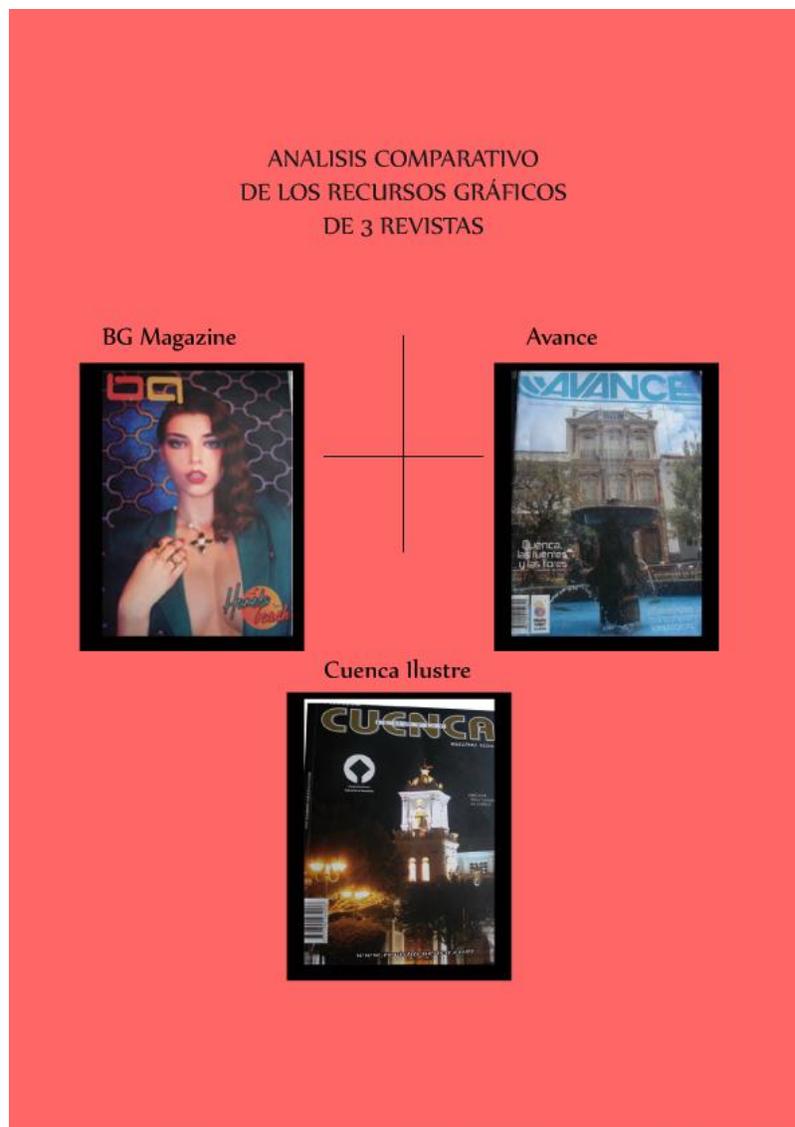
CAPITULO IV

Diseño

4. Resultados

4.1 Análisis comparativo de tres revistas producidas en la Ciudad de Cuenca.

Al haber adquirido muestras de las revistas producidas en la Ciudad de Cuenca como son, BG Magazine, Avance, y Cuenca Ilustre, se determino el siguiente análisis.



LOGOTÍPO e ISOTIPO



El logotipo BG magazine destaca por su sencillez, combina colores de la gama de los naranjas, acompañado de su isotipo generado por 9 puntos q forman un cuadrado, utilizando una tipografía sans serif .
El isotipo es acompañado por el nombre de la revista como es Bg Magazine ,resaltando en todo su entorno la palabra BG.

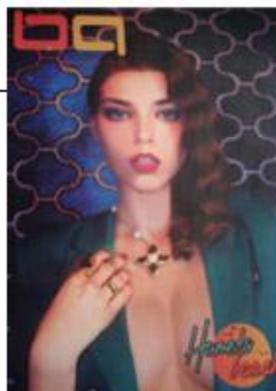


Este logotipo avance esta formado por la palabra completa y acompañada por su isologo en la parte inferior de la palabra, haciéndolo legible a la vista con una tipografía sans serif .
Los colores que representan el logotipo e isotipo es de la gama de los azules ,el isotipo genera la distinción .



Esta generada simplemente por el logotipo utilizando el nombre completo a la vez esta conformao por 4 textos , manejando colores dorados, blancos y negros en toda su combinación.
Con una mezcla de tipografía sans serif y serif

ANÁLISIS DE LA PORTADA



Análisis de una portada de Revista
Bg Magazine

1º Fotografía

Título de la revista: Humeda beach

Numero: edición 067

Características

Formato:

El tamaño de la revista, es de cualquier revista convencional, el tamaño A4.

Tipografía:

La tipografía del título es sans serif, acompañado de una imagen para resaltar el título.

Imagen:

Siempre son modelos femeninas y masculinas, retratos, cuerpos enteros, torsos desnudos.

En este caso utiliza una modelo semidesnuda que refleja vanidad y moda.

Público:

Esta revista se identifica claramente dirigida a un público masculino y femenino, moderno, jovial...

Color verdoso en su vestimenta

Imagen de una joven, quedando en la parte central de la portada, distinguiendo se con sus joyas.

Retoque Fotográfico en la imagen

Utiliza retoque como es desenfocado en su bisutería, y en su cuerpo, como fondo se encuentra una imagen que da la sensación de que es una malla.

ANÁLISIS DE LA PORTADA



Análisis de una portada de Revista
AVANCE

1º Fotografía

Título de la revista: Cuenca las fuentes y las Flores.

Numero: edición 252

Características

Formato:

El tamaño de la revista, es de cualquier revista convencional, el tamaño A4.

Tipografía:

La tipografía del título es sans serif, colocado en la parte izquierda de la imagen.

Imagen:

Utiliza imágenes representativas de la Ciudad de Cuenca.

Publico:

Esta revista se identifica claramente dirigida a un público adulto que tengan diferentes intereses en política, noticias etc
Imagen representado como primer plano la pileta y en segundo plano la figura arquitectónica.

Retoque Fotográfico en la imagen

No utiliza retoque fotográfico, se la conceptualiza como una foto impre- vista por los diferentes aspectos q aparecen en la portada.

Interviene

Fecha de edición de la revista ,pagina web, código de barras y el precio del producto.

ANÁLISIS DE LA PORTADA



Análisis de una portada de Revista
Revista CUENCA ILUSTRE nuestras raíces

1º Fotografía

Título de la revista: Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Numero de edición: nulo

Características

Formato:

El tamaño de la revista, es de cualquier revista convencional, el tamaño A4.

Tipografía:

La tipografía del título es sans serif, acompañado de una imagen para resaltar el título.

Imagen:

Siempre utiliza iconos de la Ciudad de Cuenca.

Publico:

Esta revista se identifica claramente dirigida a un público adulto ya que interviene temas de historia , turismo etc

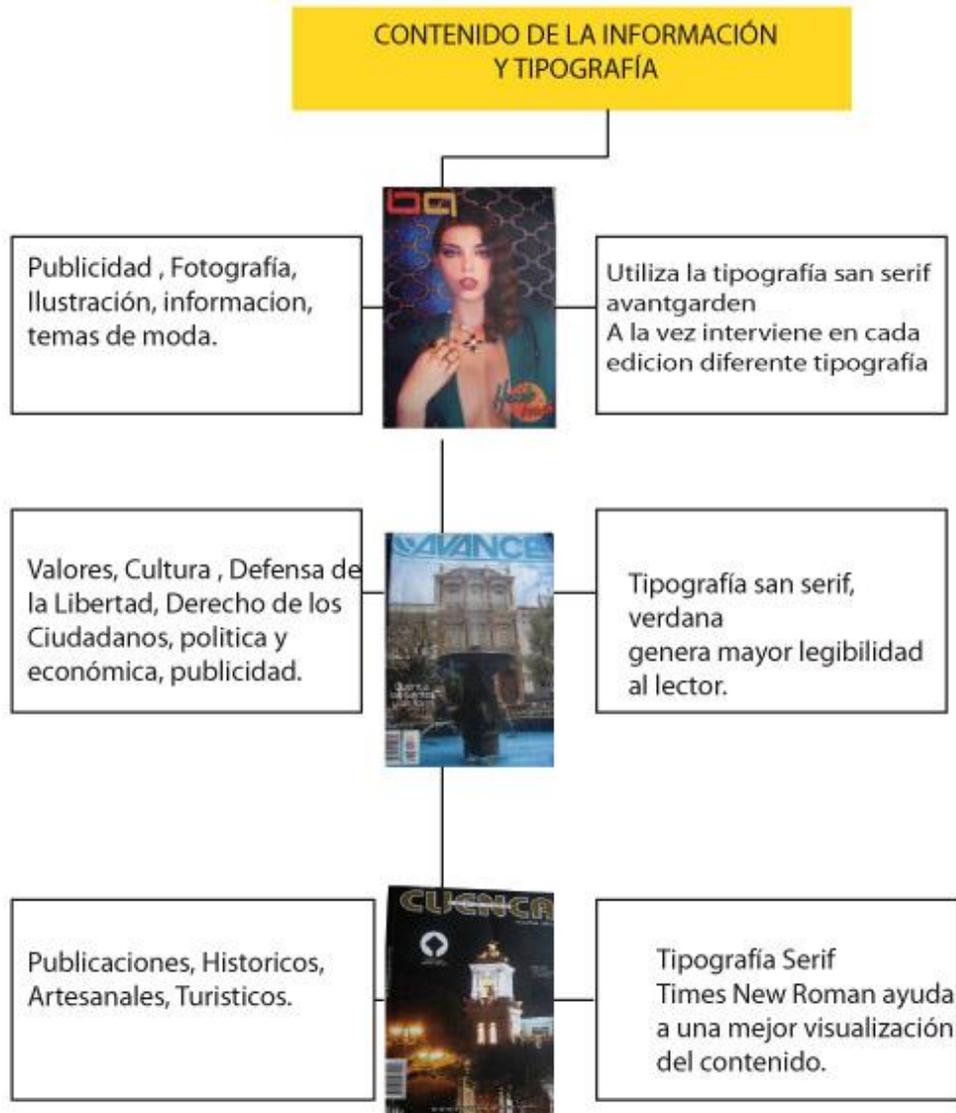
Imagen de una iglesia de la Ciudad de Cuenca.

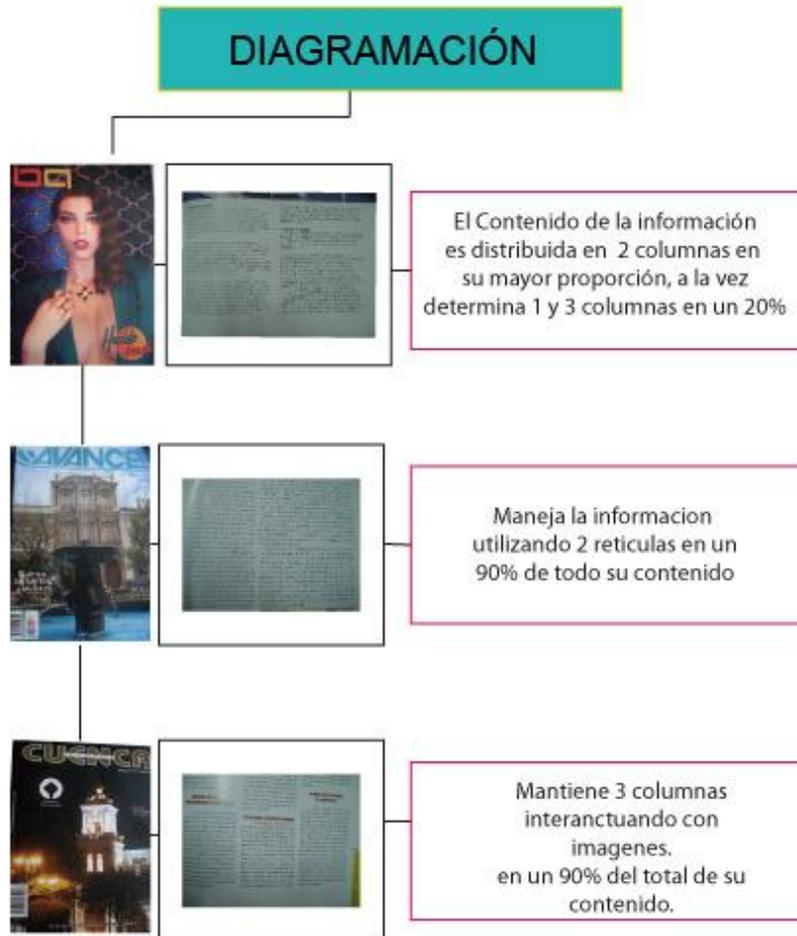
Retoque Fotográfico en la imagen

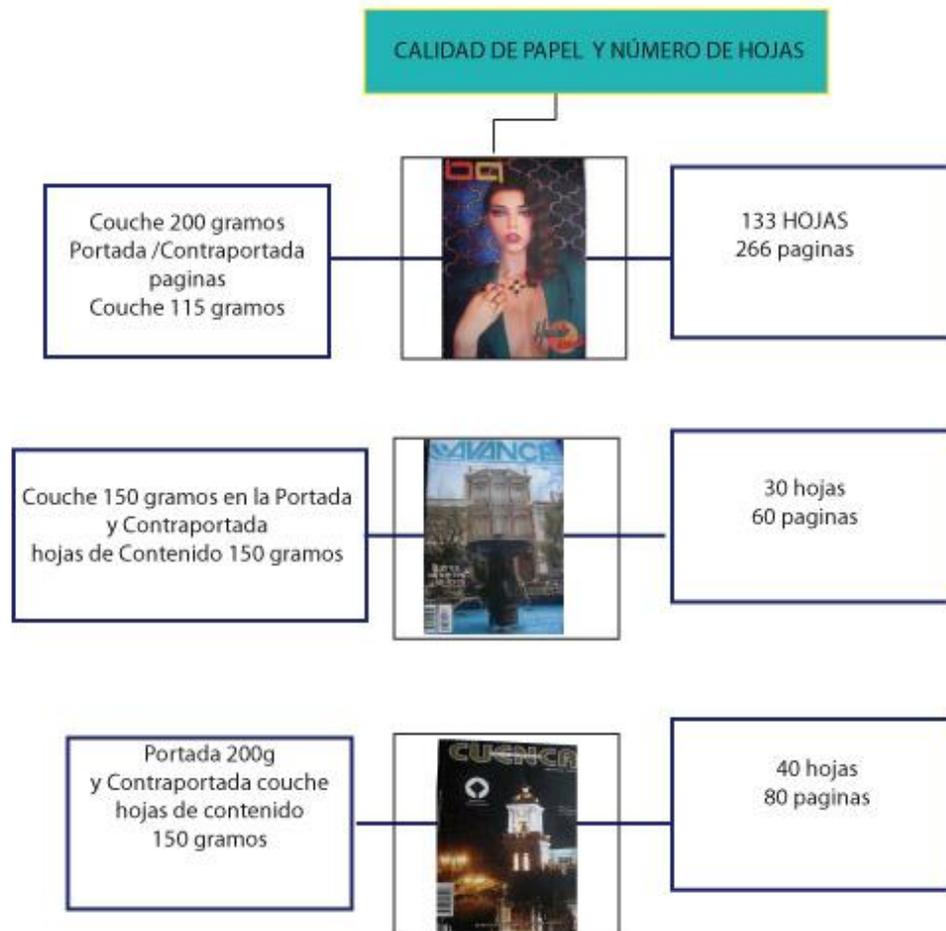
Genera retoque fotográfico en el fondo y en la imagen tiene una alta resolución de imagen.

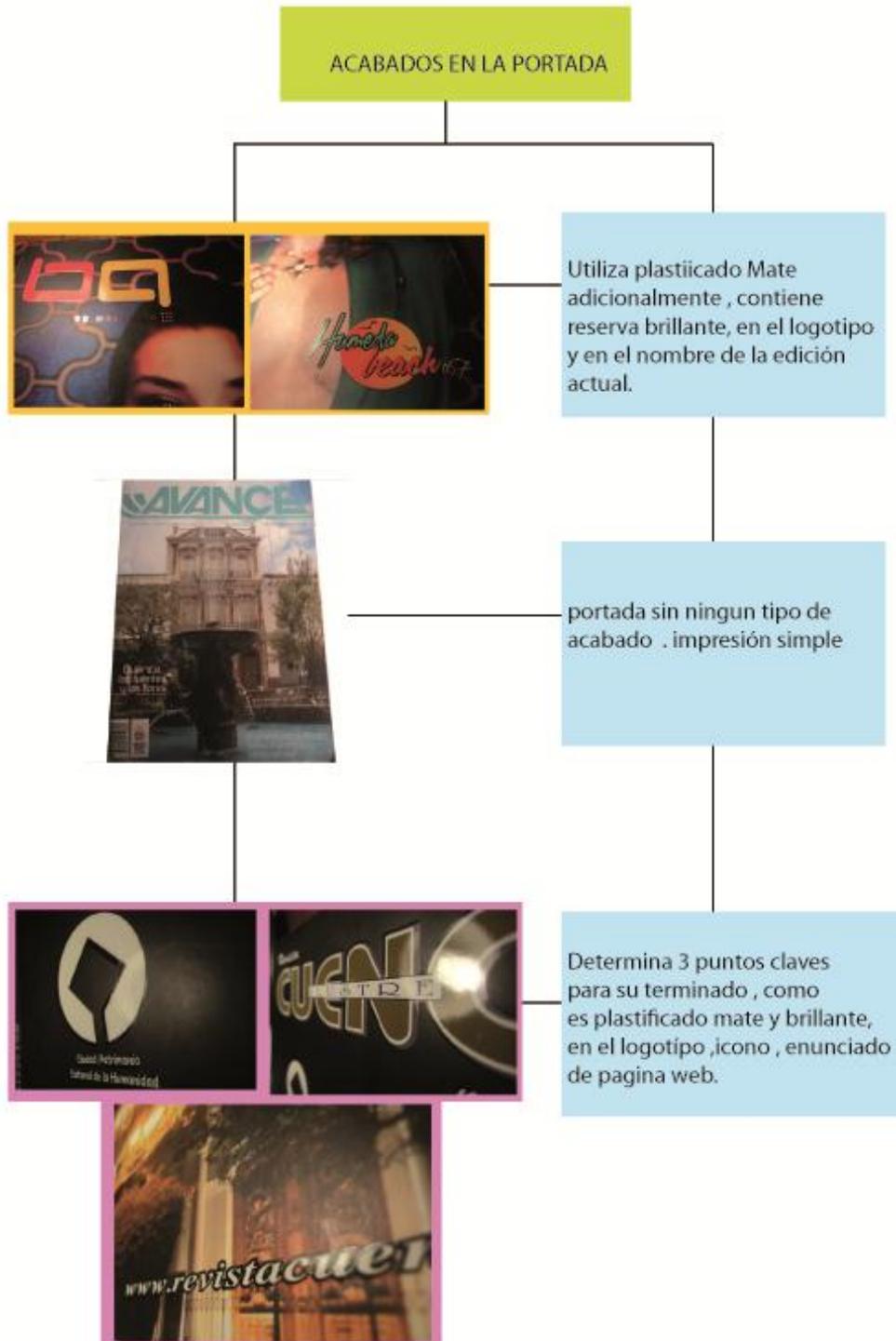
Interviene.

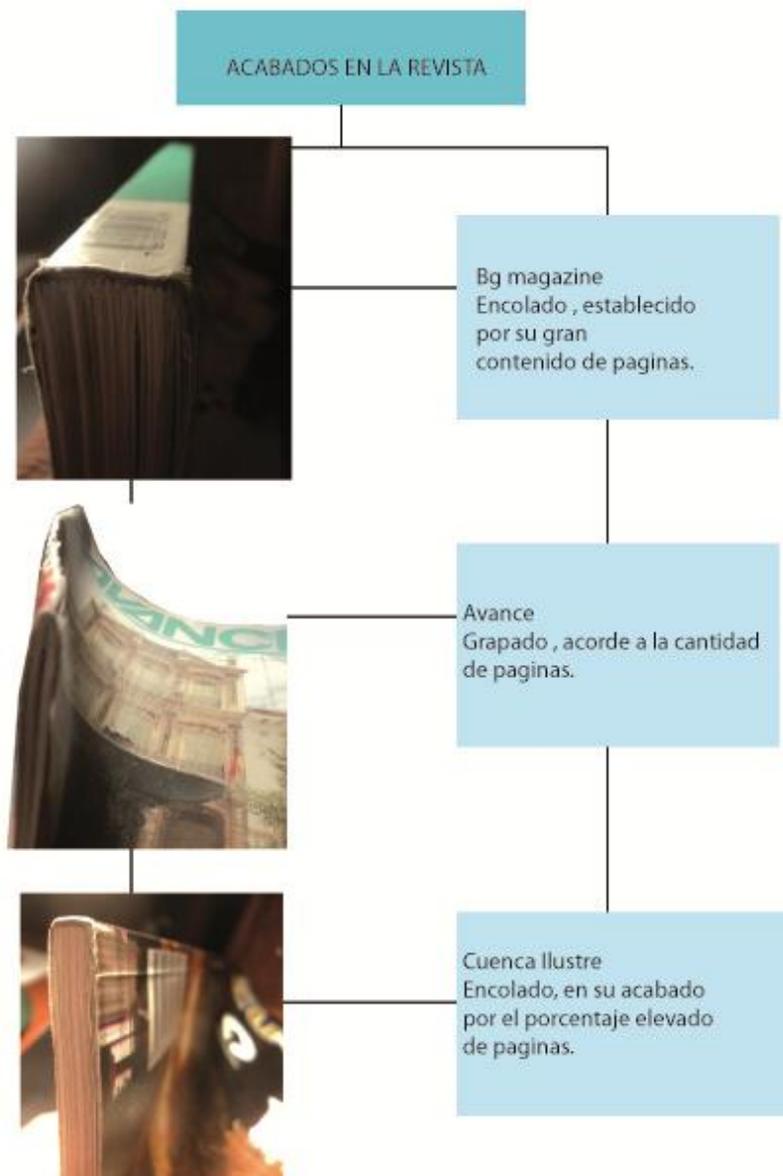
Código de Barras , pagina web , determina el valor agregado a la revista como es el plano completo de la Ciudad de Cuenca.











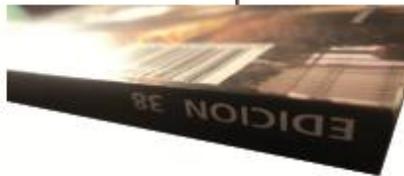
LOMO DE LA REVISTA



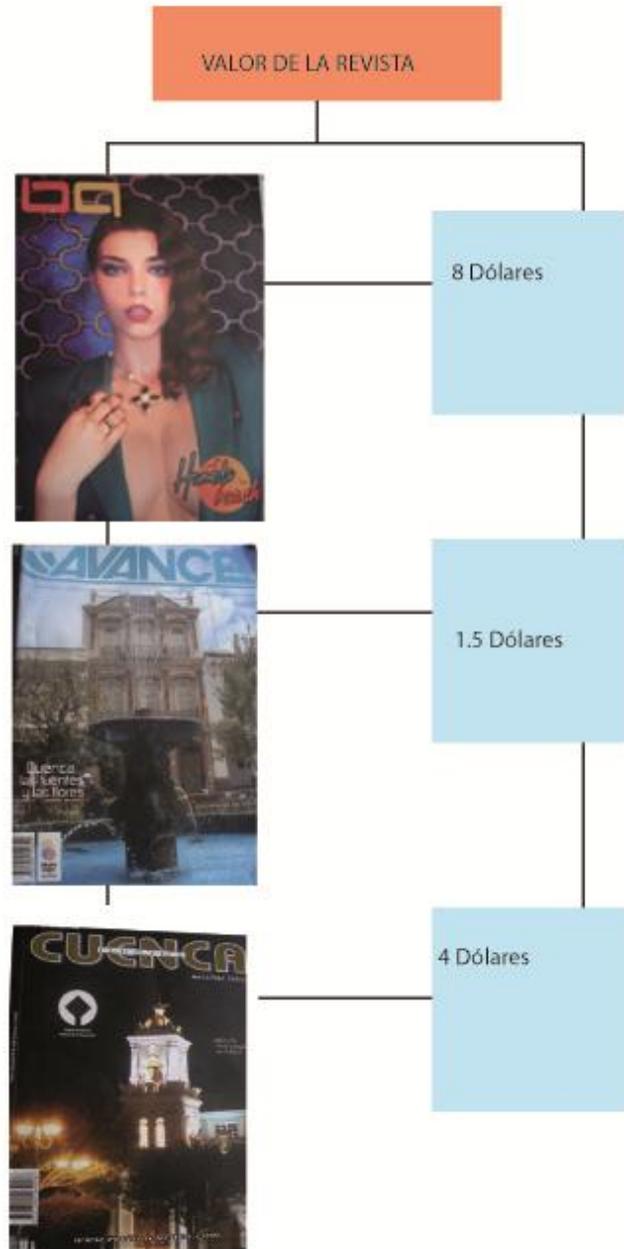
mide 2.5 cm
interviene
codigo de barras
pagina web
número de edición



sin lomo



mide 0.8 milímetros
interviene
fecha de edición
pagina web
número de edición



4.1.2 Análisis de Secciones de la Revista Bg Magazine

La revista cuenta con 266 paginas se divide en 25 secciones, 33 paginas de publicidad, cada sección tiene definido su temática sin repetirse ninguna de estas.

Manejando en si ilustraciones, fotografía, textos, publicidad, tendencia pop art en páginas establecidas.

Maneja una tipografía de su contenido legible.

Cada página nos permite apreciar de forma clara todos sus contenidos.

Contenidos relevante son : Personajes, close up, plus, galería visual , central , zoom , bios , turismo , espacio, tendencias, moda, etc.

Cada una de estas nos permiten apreciar de manera clara lo que nos quiere mostrar.

Análisis de la Revista Avance

La revista avance esta compuesta por 30 hojas 60 paginas, se divide en 15 secciones establece 6 publicidades, interactúa con 5 estilos tipográficos la que mas resalta es la verdana.

Cada sección maneja en un 80% de contenido informativo e imágenes.

Sus contenidos son, opinión, arranca el proceso eleccionario, en la leyenda de un país brumoso, espaldarazo del gobierno para las obras de cuenca, si arrogancia y el poder, saeta, la tragedia aleatoria etc. en si temas de interés político, cultural y social.

Al mencionar cada tema esta manejado por entradillas, utiliza iconos del logotipo en cada tema y en la numeración de la página.

Análisis de la Revista Cuenca Ilustre

La revista cuenca ilustres se divide en 16 secciones, maneja 19 paginas de publicidad, utiliza una tipografía legible, interactúa con fotografías.

Sus contenidos son, historia, cultura y turismo, maneja en un 70% información y un 30% imágenes. Al mencionar cada tema no maneja entradillas.

4.2 Introducción

El Diseñador es capaz de tomar una idea concepto o situación, su comunicación es visual y explícita, que puede ser visto en cualquier lugar que sea expuesto su trabajo, su misión es solucionar creativamente problemas, ofreciendo una mejor propuesta.

Es por esto se presenta una realización de una propuesta impresa, revista informativa con el fin de conocer su proceso.

4.2.1 Proceso

Según la encuesta realizada se inicio con el proceso de la revista MAS DISEÑO, un material gráfico, en donde a través de los diferentes Recursos Gráficos se puede emitir información del Diseño.

Con el contenido de esta edición se podrá demostrar de manera técnica y sustentada el proceso del contenido de tesis del proceso de creación de un prototipo de una revista informativa acompañada de un manual técnico.

4.2.3 Características Técnicas

Se refieren a los parámetros específicos que se definen al material como una revista informativa.

4.2.4 Nombre de la Revista

Se determino el nombre de la revista Mas diseño según la técnica de la investigación como fue las encuestas realizadas a los estudiantes de las diferentes universidades de la carrera de diseño.

4.2.7 Formato

Se eligió el tipo de Formato A4 para así sea visualizada de manera cómoda hacia el público objetivo.

4.2.8 Material

Dimensión del formato escogido es, 21 * 29,7 (A4) el material para la impresión es papel reciclado, portada y contraportada 200 gramos, páginas de contenidos múltiples, 150 gramos, se ha elegido este papel por ser fabricado con un revestimiento suave en sus dos lados para un mejor resultado final con una superficie más lisa.

Con el fin de desarrollar un producto de calidad.

4.2.9 Publicación y Distribución

Tendrá una publicación mensual

Será distribuida en las diferentes universidades que cuenten con la carrera de Diseño Gráfico con el fin de que sea un referente y un método de emitir información mediante temas de interés.

4.2.10 Tipo de Revista

Se generó una Revista Informativa, esta caracterizada por tener temas de interés en el Diseño, y a la vez como un referente en la ubicación de los diferentes recursos gráficos.

4.2.11 Público Lector

Luego de plantear los puntos específicos para la creación de la revista se procede a definir el público objetivo al que esta dirigido

Este producto esta segmentado para jóvenes estudiantes con edades comprendidas entre 17-28 por contener temas educativos.

4.2.12 Valor del Producto

La revista tendrá un valor de 10 dólares.

4.2.13 Selección de contenido e Imágenes

A continuación se procede a la selección y elaboración de los contenidos de la publicación.

4.2.14 Selección de Texto

Los temas están determinados por contenidos de temas de Diseño en un 50 % de la revista estos temas son tomados de la pagina de foro alfa cuyos temas son solventes y el otro 50 % se establece un tutorial contenidos obtenidos de la pagina Web de Diego Mattei.

4.2.15 Paginas de Contenido

Cada uno de estos temas son sugeridos por personas profesionales en este ámbito, la información proporcionada por la web, la pagina de Foro Alfa, siendo en si una pagina respaldada y segura, con el fin de que sirva como guía para los estudiantes con temas de interés que proporciona cada una de estas .

La revista esta compuesta en dos partes, como es :

1. temas de interés, relacionados con el Diseño.
2. Un tutorial, que se enfoca ala enseñanza efectos en imágenes.

Se utilizo cada tema en cuatro páginas, complementada por imágenes.

Parte 1

- Innovación y Originalidad en el Diseño
- Los mensajes Inconscientes de la Marcas
- La eco Imagen como Estrategia para el Consumo
- Software Libre para Diseñar
- La Enseñanza del Neuro Diseño
- Como desarrollar la Creatividad
- 12 consejos para mejorar su habilidad en el Diseño. Gráfico.

Parte media , técnica pop up

Parte 2

Cada tema es importante y una guía para solventar una ayuda al conocimiento en el área de diseño, a la vez se puede observar de manera limpia una lectura agradable.

Mientras que los contenidos del tutorial permite conocer paso a paso el proceso de cada efecto planteado con la ayuda de imágenes que sirve como una guía.

Tutorial

Que es el Photoshop

“EFECTOS EN IMAGENES”

- EFECTO HIGHLIGHT
- EFECTO OJOS DE ZOMBIE
- EFECTO FOTOGRAFÍA ANTIGUA
- EFECTO PINTURA AL OLEO
- EFECTO HDR
- EFECTO AGREGAR CABELLO

4.2.16 Software

Software se manejo para la Maquetación fue el programa Adobe Indesign, Illustrator y Photoshop, Para el armado, composición y edición de imágenes.

4.2.17 Imagen

Las imágenes van acorde a los temas para que de esta forma no exista confusión a la hora de informarse y sobre todo se maneja un mayor porcentaje de imágenes ilustradas.

4.2.18 Tema central con el proceso del Pop Up

Se determina una imagen acorde al tema que mas resalta en la revista observándolo de una forma tridimensional, un proceso en papel, nos accede manejar un valor agregado a la revista.

4.3 Diseño Final

Para Diseñar esta revista se realizo un Diseño atractivo tomando en cuenta los recursos necesarios y ala vez ubicación de los mismos en todo su contenido, con el propósito de satisfacer al grupo de lectores al que va destinado a la revista como es a los estudiantes de Diseño Gráfico.

Para el Diseño se procedió a la recopilación de datos para generar la revista, la impresión es full color , se estableció la organización de todo el texto , fotografías , gráficos de igual manera el numero de columnas.

4.3.1 Diagramación

En esta etapa se procedió a ubicar los textos y gráficos de cada tema, se establecen los márgenes , tipografía, color de la misma forma mantener el estilo.

4.3.2 Diseño de la portada

Se maneja una ilustración con proyección ala ilustración en el area del diseño en la que se mantienen nombres que incentivan ala compra y al interés de la revista en si todo su contenido.

Portada



Contraportada



4.3.3 Portada Post

Esta parte se maneja fondo blanco, se ubica en la parte superior izquierda, tema al que se refiere como es editorial dentro una forma rectangular, en la parte inferior se maneja fecha, colaboradores, fuentes bibliográficas, impresión, mail, numero de edición.

Continuamente en la parte inferior izquierdo se encuentra una ilustración de un hombre reflejando tranquilidad de color cyan.

4.3.4 Contraportada post

Se encuentra una imagen de contenido artístico que muestra un diseño de Cristhoper Trenary.

4.3.5 Hojas Interiores

El diseño de cada hoja se basa principalmente, en esquematizar una forma rectangular en la parte superior identificando en cada tema por un color diferente.

4.3.5 Pagina principal

Muestra una frase de Otl Aicher acompañado de una imagen del mismo autor, conformado por paginas de estilo minimalista fácil de entender el mensaje que se quiere emitir al lector.

Pagina 4-5 Contenidos

Indica en cada recuadro tema a tratar acompañado de una imagen relacionado al tema con una opacidad de 10% , a la vez maneja el numero de pagina definido con cada color que ayuda como una guía a la pagina que se desee.

Pagina 6-7 Innovación y Originalidad en el Diseño

Autor; Gabriel Simón

Sitio Web Foro Alfa

Se maneja para el armado 24 retículas modulares para la ubicación de texto e imágenes, constituido en si por dos columnas para la vista del lector.

Tipografía para manejo de titulo de cada tema “ Arial Rounded MT”

Tamaño de Letra; 12 pt

Color: Blanco

Sobre Figura rectangular determinado por un color

Ubicación “Superior izquierda”

Foto del Autor

Medida 2.7cm *2.2cm

Tipografía Microsoft

Tamaño 10 pt

Ubicación "superior"

Tipo de contenido.

Menciona que la actividad innovadora introduce en algo original en el mundo del Diseño.

Tipografía: Microsoft

Tamaño: 12 pt

Imágenes

Ilustración digital y análoga se mezclan, el arte contemporáneo y las imágenes surrealistas hacen parte de esta revista, un copilado de trabajos de varios diseñadores.

Cada imagen determina al autor de cada obra.

Pagina 8-9 Los mensajes Inconscientes de la Marcas

Autor; Vanessa Lerner

Sitio Web Foro Alfa

Se maneja para el armado 24 retículas modulares para la ubicación de texto e imágenes, constituido en si por dos columnas para la vista del lector.

Tipografía para manejo de titulo de cada tema “ Arial Rounded MT”

Tamaño de Letra; 12 pt

Color: Blanco

Sobre Figura rectangular determinado por un color

Ubicación “Superior izquierda”

Foto del Autor

Medida 2.7 cm *2.2cm

Tipografía Microsoft

Tamaño 10 pt

Ubicación “superior”

Tipo de contenido.

Crear el nombre de una marca para competir, sobre todo diferenciarse de los demás.

Tipografía: Microsoft

Tamaño: 12 pt

Imágenes

3 imágenes

Ilustración digital y análoga se mezclan, el arte contemporáneo y las imágenes surrealistas hacen parte de esta revista, un copilado de trabajos de varios diseñadores.

Cada imagen determina al autor de cada obra.

Pagina 14-15 La eco imagen como estrategia para el Consumo

Autor; Omar Franco

Sitio Web Foro Alfa

Se maneja para el armado 24 retículas modulares para la ubicación de texto e imágenes, constituido en si por dos columnas para la vista del lector.

Tipografía para manejo de titulo de cada tema “ Arial Rounded MT”

Tamaño de Letra; 12 pt

Color: Blanco

Sobre Figura rectangular determinado por un color

Ubicación “Superior izquierda”

Foto del Autor

Medida 2.7 cm *2.2cm

Tipografía Microsoft

Tamaño 10 pt

Ubicación "superior"

Tipo de contenido.

Los movimientos ecológicos un movimiento amigable.

Tipografía: Microsoft

Tamaño: 12 pt

Imágenes

2 imágenes

Ilustración digital y análoga se mezclan, el arte contemporáneo y las imágenes surrealistas hacen parte de esta revista, un copilado de trabajos de varios diseñadores.

Cada imagen determina al autor de cada obra.

Pagina 18-19 Analizar y Criticar Publicidad

Autor; Mario Alemán

Sitio Web Foro Alfa

Se maneja para el armado 24 retículas modulares para la ubicación de texto e imágenes, constituido en si por dos columnas para la vista del lector.

Tipografía para manejo de titulo de cada tema “ Arial Rounded MT”

Tamaño de Letra; 12 pt

Color: Blanco

Sobre Figura rectangular determinado por un color

Ubicación “Superior izquierda”

Foto del Autor

Medida 2.7 cm *2.2cm

Tipografía Microsoft

Tamaño 10 pt

Ubicación “superior”

Tipo de contenido.

Ser crítico una forma muy importante para analizar una publicidad.

Tipografía: Microsoft

Tamaño: 12 pt

Imágenes

2 imágenes

Ilustración digital y análoga se mezclan, el arte contemporáneo y las imágenes surrealistas hacen parte de esta revista, un copilado de trabajos de varios diseñadores.

Cada imagen determina al autor de cada obra.

Pagina 22-23 Software libre para Diseñar

Autor; Jaquin Sanchez

Sitio Web Foro Alfa

Se maneja para el armado 24 retículas modulares para la ubicación de texto e imágenes, constituido en si por dos columnas para la vista del lector.

Tipografía para manejo de titulo de cada tema “ Arial Rounded MT”

Tamaño de Letra; 12 pt

Color: Blanco

Sobre Figura rectangular determinado por un color

Ubicación “Superior izquierda”

Foto del Autor

Medida 2.7 cm *2.2cm

Tipografía Microsoft Diseñar

Tamaño 10 pt

Ubicación “superior”

Tipo de contenido.

Con un software adquirido uno es libre para diseñar.

Tipografía: Microsoft

Tamaño: 12 pt

Imágenes

2 imágenes

Ilustración digital y análoga se mezclan, el arte contemporáneo y las imágenes surrealistas hacen parte de esta revista, un copilado de trabajos de varios diseñadores.

Cada imagen determina al autor de cada obra.

Pagina 26-27 La enseñanza del Neuro Diseño

Autor; Jorge Luis Muñoz

Sitio Web Foro Alfa

Se maneja para el armado 24 retículas modulares para la ubicación de texto e imágenes, constituido en si por dos columnas para la vista del lector.

Tipografía para manejo de titulo de cada tema “ Arial Rounded MT”

Tamaño de Letra; 12 pt

Color: Blanco

Sobre Figura rectangular determinado por un color

Ubicación "Superior izquierda"

Foto del Autor

Medida 2.7 cm *2.2cm

Tipografía Microsoft

Tamaño 10 pt

Ubicación "superior"

Tipo de contenido.

La percepción que pasa en el Cerebro

Tipografía: Microsoft

Tamaño: 12 pt

Imágenes

2 imágenes

Ilustración digital y análoga se mezclan, el arte contemporáneo y las imágenes surrealistas hacen parte de esta revista, un copilado de trabajos de varios diseñadores.

Cada imagen determina al autor de cada obra.

Pagina 36-37 12 Consejos para mejorar tus habilidades en el Diseño

Sitio Web

Consejos de Diseño

Tipografía para manejo de titulo de cada tema “ Arial Rounded MT”

Tamaño de Letra; 12 pt

Color: Blanco

Sobre Figura rectangular determinado por un color

Ubicación “Superior izquierda”

Foto del Autor

Medida 2.7 cm *2.2cm

Tipografía Microsoft

Tamaño 10 pt

Ubicación “superior”

Tipo de contenido.

Aprender cosas nuevas siempre y practicar continuamente.

Tipografía: Microsoft

Tamaño: 12 pt

Imágenes

Ilustración digital y análoga se mezclan, el arte contemporáneo y las imágenes surrealistas hacen parte de esta revista, un copilado de trabajos de varios diseñadores.

Cada imagen determina al autor de cada obra.

Pagina 40-41 Photoshop , tutoriales

Sitio Web

Photoshop

Tipografía para manejo de titulo de cada tema “ Arial Rounded MT”

Tamaño de Letra; 12 pt

Color: Blanco

Sobre Figura rectangular determinado por un color

Ubicación “Superior izquierda”

Tipo de contenido.

Introducción del photoshop y portada que indica los tutoriales

Tipografía: Microsoft

Tamaño: 12 pt

Imágenes

2 imágenes

Acorde a cada tutorial todo su proceso.

Cada página que menciona tutoriales maneja un similar estilo como se presenta a continuación.

Pagina 42-43 Efecto HIGHLIGHT

Sitio Web

Diego Mattei

Tipografía para manejo de titulo de cada tema “ Arial Rounded MT”

Tamaño de Letra; 12 pt

Color: Blanco

Sobre Figura rectangular determinado por un color

Ubicación “Superior izquierda”

Tipo de contenido.

Efecto de imagen

Tipografía: Microsoft

Tamaño: 12 pt

Imágenes

4 imágenes

Acorde a cada tutorial todo su proceso.

4.4 Manual de Estilo

Indica el proceso medidas, formato, imágenes, tipo de papel , en si todos los Recursos necesarios y los puntos principales que indica una técnicas de apoyo para la creación del prototipo de la revista mas diseño.

4.5 Publicación de la Revista en la pagina web ISSUU.

Se publico la revista mas diseño en la red Issuu para poder observar y ala vez descargar todo el material digital.



CAPITULO V

5. Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

Luego de haber realizado el desarrollo de este proyecto, puedo concluir que fue de gran importancia haber analizado las Revistas como BG Magazine, Avance, Cuenca Ilustre, por que mediante esto se pudo generar una nueva propuesta editorial acompañado de un manual de estilo, tomando en cuenta cada parte y recurso gráfico utilizado en cada una de ellas, para proyectarme a mi segmento de mercado como son enfocados a los estudiantes para plasmar la revista informativa.

La revista esta regida a ciertos parámetros como son sangrados, márgenes, numero de columnas, y sobre todo su contenido con temas de gran interés enfocado para Diseñadores y a la vez sirva como un método de estudio ya que se expone un tutorial de efectos en los textos.

Se estableció el análisis entre las revistas producidas en la Ciudad de Cuenca, para luego basarme en la creación de una propuesta editorial tomando puntos claves de cada revista y finalmente se visualiza en el sistema virtual Issuu y con un medio impreso, Cumpliéndose así todos los objetivos planteados.

5.2 Recomendaciones

Preparar un breve esquema para la planificación de la revista.

Generar el número de paginas, tipografía, seleccionar contenidos, numero de columnas, si se va a utilizar retículas modulares establecer sus medidas, para la ubicación de textos e imágenes propuestos.

Es importante establecer un estudio de Campo que permita recolectar la información necesaria para generar este proyecto y una investigación de control ya que esta va encaminada a conocer los resultados óptimos.

- Verificar siempre los márgenes por que si se los modifica al final del proceso se modifica todo el documento y esto involucra mas tiempo a la hora de diagramar.
- Seleccionar la tipografía con el fin de que puede tener buena legibilidad a la hora de leerla, y finalmente la imágenes siempre deben tener alta resolución para que a la hora de imprimir estas no salgan defectuosas.
- Establecer nombre del autor en cada obra presentada en la revista
- Manejar una propuesta clara para el valor agregado como es la técnica Pop Up en la que se visualice de la mejor manera
- Manejar espacios para una visualización de cada contenido
- Para el manual de Estilo se debe establecer de manera clara todos los recursos gráficos que sirva como técnica de apoyo.

- Verificar el tipo de papel de impresión de alta calidad.
- Realizar la publicación del material digitalizado en página virtual Issuu con el nombre de la revista.

5.3 Bibliografía

Lcda. Ena Ramos Chagoya, Métodos y técnicas de investigación (2008)

<http://www.gestiopolis.com/economia/metodos-y-tecnicas-de-investigacion.htm>

(Octubre, 2012)

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/article/view/40/36>

http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_editorial

<http://es.wikipedia.org/wiki/Fotograf%C3%ADa>

<http://goo.gl/Q9CGV>

<http://www.rppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>

www.libros_popup.com