

Elaboración de material didáctico para el tema de diagramación de un periódico correspondiente a la unidad de diagramación.

Proyecto de Graduación presentado por:
María Lucrecia Palacios Marroquín
previo a optar el título de Técnico Profesional
en Diseño Gráfico.

Guatemala, noviembre de 1,999.

TEL: 233-2656

07 MADERA
BANCA: P...
MADERA (500)...

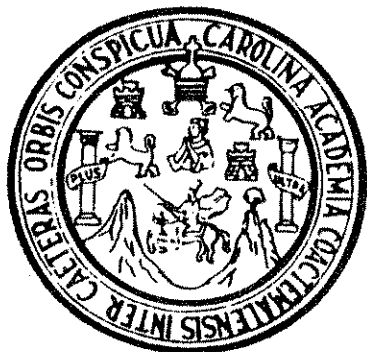
08 MUEBLES
MUEBLES...
MUEBLES...

11 TROPA
TROPAS...
TROPAS...

12 COMPRA-VENTA
COMPRA-VENTA...
COMPRA-VENTA...

Vertical text on the right side of the page, possibly a list of items or prices.

SA...
Vertical text on the right side of the page, possibly a list of items or prices.



Elaboración de material didáctico para el tema de diagramación de un periódico correspondiente a la unidad de diagramación.

Proyecto de Graduación presentado por:
María Lucrecia Palacios Marroquín
 previo a optar el título de Técnico Profesional
 en Diseño Gráfico.

Guatemala, noviembre de 1,999.

TEL: 238-2656

07 MADERA

BANCA: PUNTA AL QUIN...
 MADERA (50)...

08 MUEBLES

MUEBLES...
 MUEBLES...
 MUEBLES...

11 TROPAS

ATENCIÓN...
 TROPAS...
 TROPAS...

12 COMPRA-VENTA

COMPRA-VENTA...
 COMPRA-VENTA...

Vertical text on the right edge of the page, partially cut off, containing various small notices and advertisements.

NÓMINA DE AUTORIDADES

JUNTA DIRECTIVA FARUSAC

- Decano:** Arq. Rodolfo Portillo Arriola
- Secretario:** Arq. Julio Roberto Zuchini.
- Vocal I:** Arq. Edgar López
- Vocal II:** Arq. Jorge González
- Vocal III:** Arq. Silvia Morales
- Vocal IV:** Bach. Edín González
- Vocal V:** Bach. Carlos Díaz

TRIBUNAL EXAMINADOR

- D.G.** Eva Paz
- D.G.** Lorena Mérida
- D.G.** Erick Galindo

ASESORES DEL PROYECTO

- Asesor Gráfico:** D. G. Marco Antonio Morales.
- Asesor Metodológico:** Arq. Leonel de la Roca.

DEDICATORIA

Acto que dedico a:

Nuestro Señor Jesucristo:

Por guardarme y guiarme siempre, mostrándome su amor y su fidelidad en cada situación de mi vida y de mi carrera.

A mis padres:

A quienes amo con todo mi ser, por ser como son, por estar siempre allí, en las buenas y en las malas y porque por su apoyo y entusiasmo he logrado salir adelante. Por darme siempre su amor y su comprensión.

Quienes son mi motivación, y a quienes les debo mi vida entera.

A mis hermanas y hermanos:

Por contribuir en gran parte al desarrollo del presente proyecto con su apoyo incondicional, y porque también han sabido ser mis mejores amigos.

A todos mis amigos y amigas, por sus porras y porque siempre han estado allí en el momento adecuado; porque Dios los puso en mi camino. Gracias por ser mis amigos.

Y a todas las personas que de una o de otra forma contribuyeron al desarrollo del proyecto, especialmente a W.R.P. Mil Gracias.

“Porque no nos ha dado Dios espíritu de cobardía, sino de poder, de amor y de dominio propio”:

2 Timoteo 1:7

ÍNDICE

Introducción		1
Capítulo 1: Planteamiento del Problema		
1.1	Justificación	
1.2	Objetivos	3
Capítulo 2: Marco Teórico		
2.1	Diagramación de periódicos	4
2.2	Estilos de diagramar	5
2.3	La compaginación	8
2.4	Estructura de un periódico	9
2.4.1	Diseño y disposición del espacio de un periódico	11
2.5	Características del Periódico	13
2.6	El diseño de la página de un Periódico	18
2.7	Producción del anuncio como medio básico	19
2.8	Puntos importantes sobre el diseño de los tabloides	21
2.9	Diseño contemporáneo de periódicos	24
2.9.1	Tradiciones cambiantes	26
2.10	Material Didáctico	27
2.10.1	Recomendaciones para su uso	29
2.10.2	Clasificación del material didáctico	29
2.10.3	Recursos audiovisuales	30
Capítulo 3: Marco Contextual		32
Capítulo 4: Propuesta Gráfica Justificada		33
4.1	Método de Diseño	34
4.2	Descripción del proceso de elaboración de las piezas gráficas	37
4.3	Plan Creativo Folleto	47
4.4	Plan Creativo Acetaños	56
Capítulo 5: Comprobación de la eficacia de las piezas		
5.1	Generalidades	64
5.2	Presentación de datos	65
Conclusiones y recomendaciones		68
Bibliografía		69
Glosario		70
Anexos		71

INTRODUCCIÓN

En los cursos de Diseño Visual 1-5, del Programa de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se ve la necesidad de proponer y diseñar material gráfico como refuerzo visual, que sea útil, legible y de fácil comprensión para una mejor explicación del tema "Diagramación de un Periódico", ya que es un tema de suma importancia, para el diseñador gráfico al momento de reproducir sus ideas.

El presente proyecto de Graduación, pretende contribuir a mejorar la calidad del proceso enseñanza-aprendizaje en la unidad de Diagramación, en los cursos de Diseño Visual, para lo cual se ha planificado y diseñado piezas gráficas como material didáctico, formado por la creación de un folleto y proyección de acetatos de apoyo al contenido.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Debido a la carencia de material didáctico para la enseñanza del tema "Diseño y Diagramación de un Periódico", para unidad de Diagramación, correspondiente a Diseño Visual del Programa de Diseño Gráfico de La Universidad de San Carlos de Guatemala, ha sido necesario proponer y diseñar piezas gráficas de diseño que sean utilizadas como material de apoyo para la explicación del tema. Por las razones antes mencionadas se ha tomado en cuenta la presentación de un folleto y proyección de acetatos de apoyo al contenido, con el cuál se pretende que la información de dicho tema sea más efectiva, que pueda dar como resultado la fijación del tema, lo cual facilitará el proceso de enseñanza - aprendizaje.

1.1 JUSTIFICACIÓN

Debido a que el papel del diseñador gráfico en los medios de comunicación impresos es transmitir mensajes de una forma breve, es de suma importancia que éste, desde sus estudios, conozca las diferentes ramas del Diseño Gráfico, en este caso, la forma de diagramar en periódicos.

Por la carencia de material didáctico, se propuso la realización de un folleto y proyección de acetatos, para así lograr mejorar el proceso de enseñanza - aprendizaje en el curso de Diseño Visual. Por su diseño, éstas piezas explican clara y brevemente el tema de Diagramación de Periódicos; por lo que deberán ser utilizadas en la unidad de diagramación correspondiente al curso de Diseño Visual.

1.2 OBJETIVOS:

a. Objetivo General

Contribuir por medio del Diseño Gráfico a mejorar la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje en el curso de Diseño Visual , correspondiente al Programa de Diseño Gráfico, por medio de la elaboración creativa de piezas gráficas de diseño que puedan utilizarse como material didáctico en la unidad de Diagramación para el tema de "Diagramación de un Periódico".

b. Objetivo Específico

Que el estudiante evalúe la utilidad y eficacia del material didáctico presentado, el cuál será utilizado como material de apoyo para el tema de "Diagramación de un Periódico", por medio de un folleto y proyección de acetatos; para que desarrolle y reproduzca sus ideas a través de un medio de comunicación gráfico.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Diagramación de periódicos

Aprender a conocer el diagramado resulta siempre útil para quien se dedique a diseñar. El diagrama es un boceto susceptible de modificación en su idea original, hacia otras formas o estilos, de acuerdo con las necesidades planteadas por el vertiginoso y acelerado quehacer periodístico. Además es un tema que tiene mucho que ver con el estilo del periódico o del medio.

Por diagramar se entiende, la técnica de distribuir el material informativo en las páginas de un periódico, con un estilo establecido en forma flexible. En cuanto a su función artística, buscará conseguir siempre un efecto estético a través de un equilibrio óptico que conjunte el gusto visual y la mayor facilidad para la lectura. En este contexto, debemos entender por equilibrio el grado de proporción entre la forma y el fondo, procurando siempre una afinidad entre los temas y el diagramado.

Pueden mencionarse los siguientes estilos en el diagramado: *simétrico, horizontal, vertical, mixto*. Según Fraser Bond, 1.978; existen tres teorías básicas acerca de la correcta diagramación en la primera plana de un periódico:

- a. **Formación equilibrada:** Se distingue por llevar un acomodo sistemático, simétrico y armónico de las noticias e ilustraciones.
- b. **Formación de enfoque:** Se arregla el material en líneas diagonales que parten de una esquina a otra, procurando que la atención del ojo del lector vaya sobre la noticia de la esquina inferior izquierda.



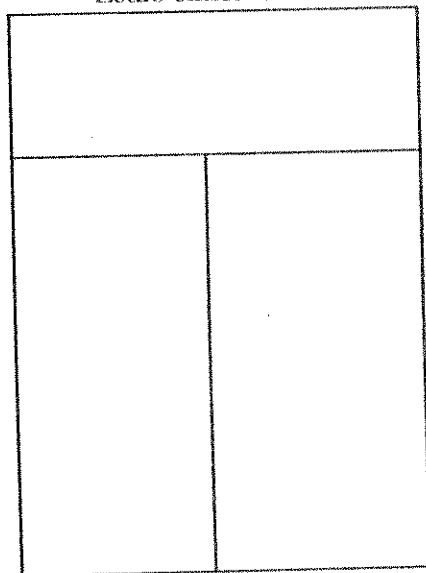
- c. **Formación de circo:** Es la que no posee una organización definida.

2.2 Estilos de diagramar

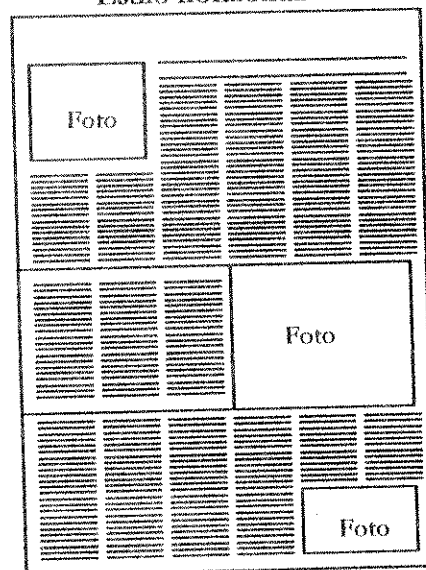
2.2.1 El estilo simétrico: Se utiliza donde la página se divide en dos o más partes iguales, cada una de ellas conteniendo un mensaje.

2.2.2 El estilo horizontal: consiste en dividir la página en espacios rectangulares de bases anchas. Su tipo de letra es más grande y el espacio de los textos más reducido (este estilo es muy común en periódicos tipo tabloide).

Estilo simétrico



Estilo horizontal

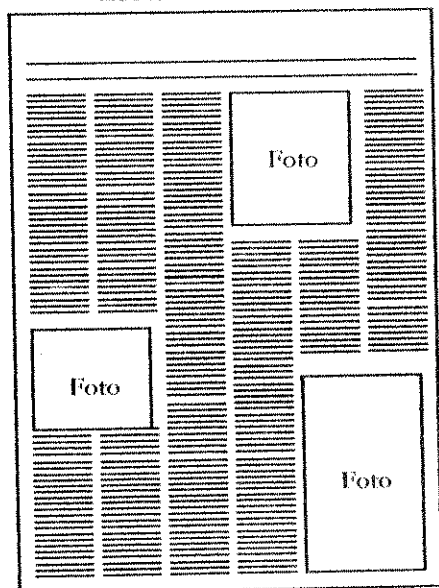


2.2.3 El estilo vertical: Sigue el curso normal de las columnas naturales que sirven de guía para hacer unidades rectangulares verticales. Al ser el espacio más angosto, se logra mayor sobriedad en la presentación de sus titulares.

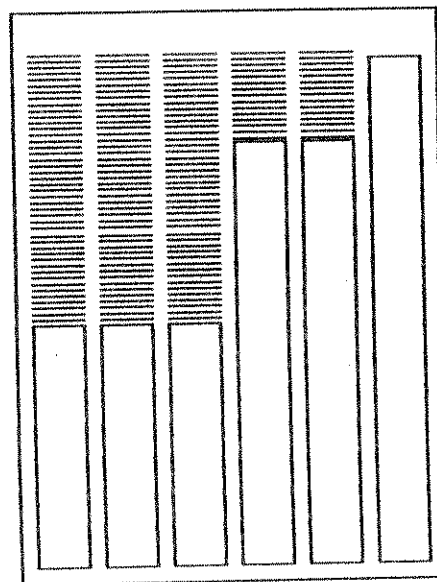
2.2.4 El estilo Mixto: Es la combinación de figuras apaizadas y rectángulos.

En posición vertical u horizontal existen cuatro combinaciones:
L invertida lateral izquierda y derecha,
U invertida y T.

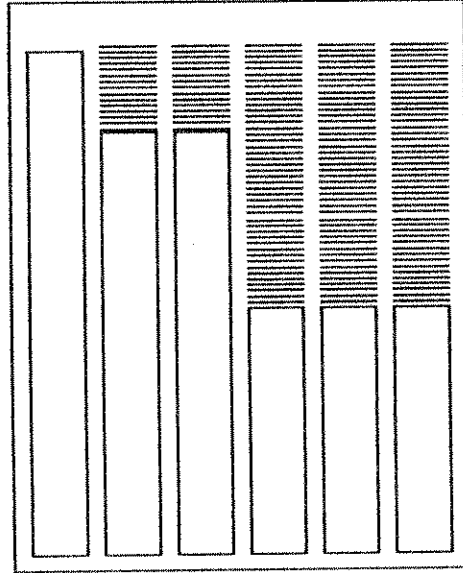
Estilo vertical



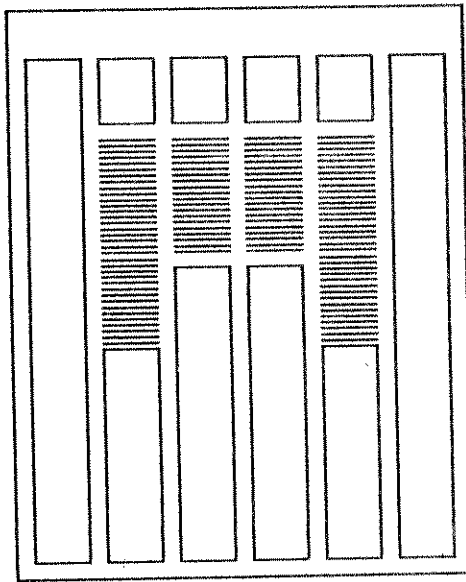
L invertida lateral izquierda



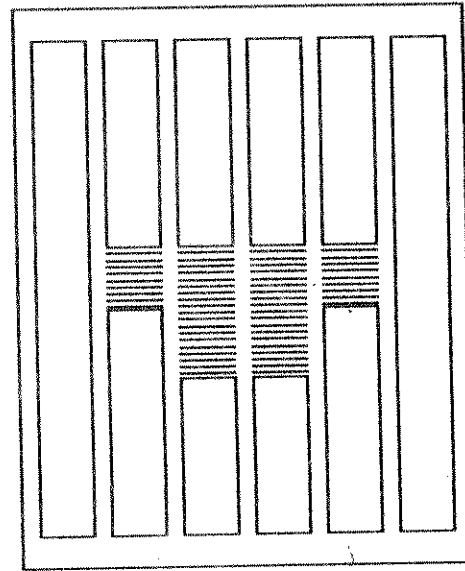
I. invertida lateral derecha



U invertida



T



2.3 La compaginación

El material a publicarse en el cuerpo de una edición periodística, se debe organizar de acuerdo con su valor informativo y con su ubicación; existe un método clásico para determinarlo. Si tenemos por ejemplo un diario de 24 páginas, se anota una columna de números ascendentes y a su lado otra de números descendentes, hasta el límite de hojas de la edición.

Ejemplo:

1	24
2	23
3	22
4	21
5	20
6	19
7	18
8	17
9	16
10	15
11	14
12	13

Los números 12 y 13 del ejemplo representan las hojas centrales. Su valor se gradúa desde la hoja 1 en forma ascendente, hasta una recuperación de texto en las descendentes, porque al ser desplegadas por el lector, presentan un área más amplia y ordenada.

2.3.1 Armonía en la compaginación de periódicos

El encargado de la compaginación se interesa en tres tipos de armonía:

1. La apariencia general de las páginas debe armonizar con el carácter o personalidad del periódico
2. Los tipos deben armonizar entre sí
3. Las páginas especiales deben armonizar con sus temas y lectores

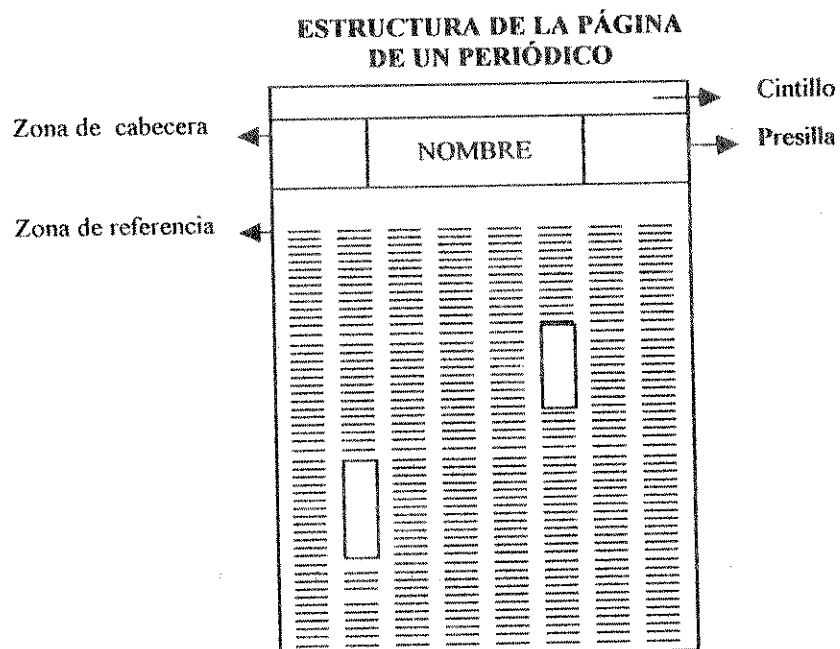
2.4 Estructura de un Periódico

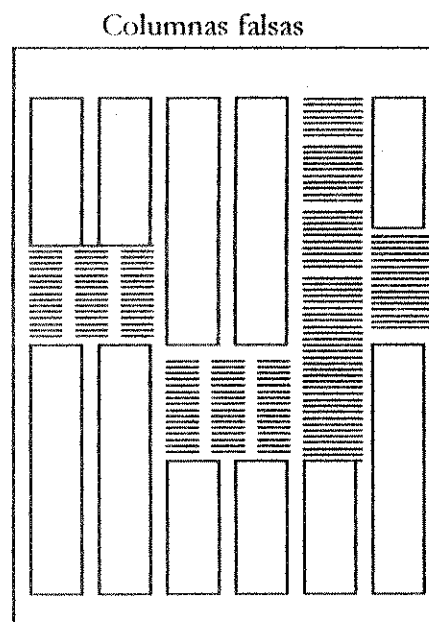
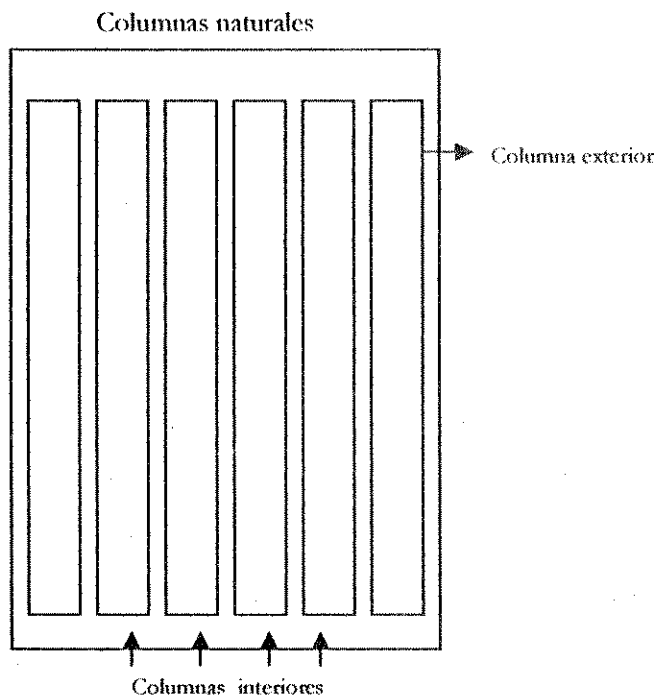
Los periódicos poseen siempre uno de los siguientes formatos o tamaños: *Estándar* tamaño grande, y el *tabloide* o medio estándar.

Para decidir el formato a utilizar, es muy importante tener en cuenta factores tales como: La disponibilidad de elementos, objetivos, materias primas, máquinas y el ambiente social o entorno en donde se vaya a introducir.

Las medidas aproximadas de un periódico estándar son de 38cm de ancho x 58cm de alto, y se compone de 8 columnas; Las de un tabloide 29cm x38cm, compuesto de 5 columnas, y tiene una columna natural y una falsa.

Una página de periódico presenta generalmente la siguiente estructura.





No existe un medio impreso cuya difusión sea tan rápida e inmediata como el periódico. Un anuncio preparado durante las últimas horas del día, puede ser leído al amanecer por cientos de miles de lectores en las principales ciudades de la República. La alta velocidad con que imprimen las máquinas rotativas ha hecho posible esta eficiencia.

La prensa tiene, según su formato y presentación, dos grandes líneas:

Periódico y Revista.

El Periódico es el medio tradicional del género PRENSA, y se produce en forma más rápida y económica. Se imprime en máquinas rotativas y sobre papeles especiales, en dos medidas clásicas: **estándar** y **tabloide**.

La formación de los periódicos es en columnas, cuya altura se mide en líneas ágata (o en centímetros), el ancho de las mismas se mide en cuadratines.

2.4.1 Diseño y disposición del espacio de un periódico.

De todos los medios impresos de comunicación, el que ha puesto menor énfasis en la forma a lo largo de la historia ha sido el periódico. (Turnbull, 1997:319)

Los diseñadores de los medios impresos, durante años han señalado a los periódicos como los menos atractivos de éstos medios.

Para poner este defecto en la perspectiva adecuada, es necesario comprender dos puntos. Lo primero es que ha habido buenas razones que explican la falta de atención al diseño por parte de los periódicos durante su historia. El segundo es que los progresos actuales han ido eliminando estas razones para muchos periódicos y consecuentemente has estado forzando un cambio al enfocar la apariencia de los periódicos.

2.4.2 Los tiempos cambian y también los periódicos

Efectos de la televisión

El desafío de atraer lectores a la página impresa y de lograr que lean lo que se encuentra impreso allí, es más grande que nunca. Sin embargo, tal vez el progreso más importante haya sido la captura, por parte de la televisión, de un importante papel del periódico: ser el primero con las noticias. No sólo puede la televisión revelar importantes detalles de los acontecimientos noticiosos antes que los periódicos sino que a menudo puede estar en la escena de los hechos mostrándolos a medida en que ocurren. (Turnbull, 1997:322)

Muchos periódicos han respondido con mayor profundidad de tratamiento y un mayor análisis de los temas adecuados, así como más especialización y departamentalización. El resultado final de tales cambios ha sido lograr que estos periódicos se asemejen más a una revista diaria que a un periódico tradicional.

2.4.3 Cambios en el diseño de las páginas de un periódico

El impacto de la televisión, las revistas y la nueva tecnología, ha producido para muchos periódicos contemporáneos un nuevo método para el empaquetamiento de su producto. Esencialmente, el cambio implica la aceptación de la proposición de que los periódicos deben darle más atención a su apariencia y un firme compromiso de aceptar los cambios que podrían ocasionarse.

Para muchos periódicos, el primer paso ha sido la contratación de un diseñador para establecer las prácticas tipográficas y de boceto que producen una apariencia tanto placentera como funcional. El segundo paso ha sido proveerse de personal y equipo necesarios para producir un producto más atractivo bajo la presión de fines de plazo.

Los resultados de estas tareas de rediseño han variado de acuerdo con la personalidad que se espera revelará la apariencia del periódico, las restricciones de las políticas que mantienen los editores, el talento de los diseñadores que intervienen y las limitaciones usuales del equipo y de los fines de plazo. Sin embargo, parecen haber prevalecido tres amplias categorías de periódicos. Estos son: 1) los que han optado totalmente por un enfoque "tipo revista", 2) los que han aceptado los principios que se relacionan directamente con un enfoque funcional de la presentación de las noticias, pero que han conservado algunos métodos tradicionales en el despliegue y en los encabezados noticiosos y 3) los que han hecho un mínimo de cambios debido a que desean conservar una personalidad tradicional. La primera de estas categorías es designada *contemporánea* y las otras dos son llamadas *tradicionalistas*. (Turnbull, 1,997:324)

Para un periódico, la posesión más valiosa es una personalidad que agrade y en la que crean los lectores. La apariencia es parte esencial, pero sólo parte de esa personalidad. A fin de cuentas, el contenido debe tener prioridad en el diseño de un periódico. En todo caso, la meta es presentar las noticias en la forma más efectiva. (Turnbull, 1,997:325)

2.5 Características del Periódico

Dentro de los medios de comunicación, el periódico se distingue por lo siguiente: Beltrán,1,989:19)

- a. Tiene capacidad de llegar a los más diversos públicos.
- b. Es el medio impreso que se distribuye con mayor rapidez.
- c. Es un medio informativo y formativo.
- d. Su precio es bajo; al alcance de todas las clases sociales.
- e. Se puede adquirir por suscripción.
- f. Tiene varias capacidades de alcance.
- g. Satisface muchas necesidades del lector.
- h. Acepta todas las ideologías.
- i. Aunque es un medio efímero, su contenido puede fácilmente ser archivado.
- j. Abundan sus lectores asiduos y permanentes.
- k. Su circulación es generalmente certificada.
- l. Los costos publicitarios en periódicos son los más bajos.
- m. Es un medio selectivo.



2.5.1 Análisis de cada una de las características

a. Tiene capacidad de llegar a los más diversos públicos.

Por lo variado de su contenido, el periódico es un medio que interesa a toda la familia. Tiene dos clases de públicos: **Primario** y **Secundario**; el lector primario, es aquel que compra el periódico y el secundario, es aquel que lo disfruta sin haberlo comprado.

Hay periódicos de carácter general que contienen diversas secciones de interés para públicos diferentes; los hay especializados, que solamente publican noticias y artículos sobre un determinado tema; algunos periódicos están dirigidos a cierta clase socioeconómica; otros toman en cuenta solamente el nivel intelectual de sus lectores. Algunos se publican diariamente y otros semanal o quincenalmente; otros además de tener un día determinado de publicación, tienen también señalada la hora en que saldrán a la venta.

La selección del público la hacen los editores del periódico, esto permite que la publicidad sea más eficaz: Sabiéndola aprovechar, el publicista sabe anticipadamente quién leerá el anuncio.

El sistema de impresión influye mucho para que el público prefiera uno u otro periódico, pues entre los lectores habrá quien guste leer en caracteres más grandes o más claros, otras personas desearán recibir profusa información con ilustraciones en color; hay periódicos impresos con tinta que mancha las manos y que cierto público rechaza, otros no publican muchas fotografías y otros más publican pocos anuncios, lo cual influye en la preferencia de su público.

Según la índole de publicación, sobre todo cuando es diaria, el publicista debe tomar en cuenta que cada periódico tiene días de mayor o menor demanda, y en esos días, ésta es más selectiva.



b. Es el medio impreso que se distribuye con mayor rapidez.

La distribución de la publicidad impresa es muy compleja. Algunas veces es necesario utilizar el correo; otras, personal especializado o sistemas móviles dentro o fuera del punto de venta.

En el caso de los periódicos, especialmente de los diarios, la distribución es mucho más dinámica. Debido a la rapidez y perfección de las rotativas, éstas entregan cada una de las secciones del periódico alzada, doblada y cortada, dejando pendiente solamente, el juntar todas dentro del doblez de la primera sección.

c. Es un medio informativo y formativo.

La esencia del periodismo es la información, pero dentro de ella, el periodista profesional tiene el deber de formar la opinión de sus lectores y de aportar conocimientos que aumenten su acervo cultural; según la forma e intensidad con que el periodista desarrolle estas actividades, el público seleccionará el periódico que sistemática y fielmente va a recibir.

Si un diario proporciona información política y sus fuentes son acreditadas, será preferido por políticos, hombres de negocios y por dirigentes de agrupaciones; si la información es deportiva, su público lector se localizará entre juventud y las personas aficionadas al deporte.

d. Su precio es bajo; al alcance de todas las clases sociales.

Los costos de producción de los periódicos son relativamente bajos, sobre todo si se considera que éstos sean cubiertos por el valor de las suscripciones y por la publicidad, lo que no debe interpretarse como una carga onerosa para el anunciante, sino como el pago por un servicio eficiente, eficaz y económico.

e. Se puede adquirir por suscripción

La suscripción representa una gran ventaja para quien la adquiere ya que no tiene que salir a la calle para comprar su ejemplar, pues éste le es entregado hasta la puerta de su domicilio, diariamente y a primera hora.

f. Tiene varias capacidades de alcance.

Los periódicos pueden ser seleccionados por el publicista, con base en su alcance, como en caso de los medios electrónicos, lo que es sumamente provechoso cuando se trata del anuncio de un producto de consumo popular o local.

Hay periódicos cuya circulación abarca todo el territorio, por lo que, si el mercado tiene estas dimensiones o el producto tiene capacidad de distribución nacional, este medio será el indicado para anunciarse. Otros periódicos son de carácter local y su distribución abarca generalmente un solo departamento o municipio y lugares circunvecinos por lo que pueden ser utilizados para anunciar productos cuya distribución cubra sólo ese mercado. Los productos técnicos agropecuarios usan preferencialmente esta selección de medios, ya que sus consumidores se localizan en áreas muy precisas y requieren del producto en diferente época del año y en distintas plazas, debido a los cambios climáticos.

g. Satisface muchas necesidades del lector.

En primer lugar los mantiene informados.

El hombre no puede permanecer aislado de los diarios acontecimientos del mundo y de los de su localidad. Necesita saber qué sucede en el campo de la política, de la vida social, de los deportes y espectáculos, para que su criterio personal y sus acciones sean congruentes con la época y "su mundo".

h. Acepta todas las ideologías

Como el público lector es heterogéneo, los periódicos de carácter más comercial dan cabida en sus columnas a escritores de todas las ideologías y tendencias, lo que los convierte en verdaderas tribunas de opinión.

i. Aunque es un medio efímero, su contenido puede ser fácilmente archivado

La formación en columnas permite recortar los artículos y archivarlos sin necesidad de guardar toda la edición.

j. Abundan sus lectores asiduos y permanentes

Un considerable porcentaje de lectores compra los periódicos para localizar anuncios que ofrezcan la oportunidad de hacer buenas compras o enterarse de los productos, novedades u ofertas de alguna negociación. Este hábito lo aprovechan los publicistas al hacer su plan de medios.

k. Su circulación es generalmente certificada

La mayoría de los diarios certifican notarialmente, la circulación de sus publicaciones, lo que da al anunciante seguridad de que su anuncio será eficaz. Aunque debe tenerse en cuenta que hay un índice diario de devoluciones, la certificación de un diario es para el diseñador del plan de medios, un argumento de mucho peso, pues se calcula un promedio de cinco lectores por cada ejemplar publicado. Cada lector, sin importar su edad, sexo, es un comprador en potencia.

l. Los costos publicitarios en periódicos son los más bajos

Dada la difusión de los diarios y el hábito a su lectura, el costo por millar de lectores es el más bajo de todos los medios impresos, ya que la publicidad, de acuerdo con su eficacia, no puede ser considerada como cara, aunque en algunos casos resulte costosa.

Para determinar el rendimiento de la publicidad, no se toma en cuenta el precio, sino el costo por millar de lectores que se determina mediante la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{Costo del anuncio X 1000}}{\text{Número de ejemplares vendidos}} = \text{Costo por millar de lectores}$$

m. Es un medio selectivo

En periódicos existe una diversidad de públicos, de alcance nacional y local, con características que dan personalidad a cada una de sus publicaciones. Esto, evidentemente, hace del periódico un medio selectivo, lo que aumenta su eficacia dentro del ámbito de la comercialización.



2.6 El diseño de la página de un periódico

Dado que la función del periódico es comunicar, el cumplimiento de ésta función deberá ser también la meta del diseño. Consiguientemente el diseño debe ser orgánico, lo que quiere decir que debe crecer basado en su contenido pero manteniendo a la vez la continuidad que hace que los lectores exclamen ante cada número: "¡Este es mi periódico!".

Por lo tanto sería una tontería destacar el paquete sin tener en cuenta el contenido: El empaque de una lata de aceite es muy diferente del de una caja de cereal para el desayuno. Los periódicos no son la excepción.

Este concepto de mercado penetra más profundamente que el simple diseño de un periódico. Puede, inclusive, determinar el tamaño del producto.

Los periódicos también contribuyen a satisfacer la **necesidad de publicidad**. Los lectores buscan información sobre los satisfactores que encontrarán en el comercio. Para este fin, los diarios publican secciones especializadas y dedican además, páginas enteras y espacios más pequeños intercalados entre la información, destinados a anuncios comerciales. (Newson, 1,983:71)

11
12
13
14

2.7 Producción del anuncio como Medio Básico

El periódico es un medio complementario de publicidad, sobre todo cuando el anuncio publicado en los periódicos sirve como apoyo a campañas realizadas en otros medios. Esto es muy importante para ser tomado en cuenta cuando se habla de producción, pues en tal caso los anuncios para los diversos medios deben ser congruentes en estilo, tomando en cuenta que el anuncio debe capturar la atención del lector.

Cuando un anuncio va a ser publicado solamente en periódicos, deben tomarse en cuenta las características específicas del medio. El anuncio del periódico se mide en pulgadas por columna o por módulos. Este es el sistema para la compra del espacio, pero para producir el original deben tomarse en cuenta otras cosas: Las columnas de un periódico no pueden ir yuxtapuestas, sino que hay una pequeña separación entre ellas. (Beltrán, 1,989:27)

El diseñador gráfico puede optar por el uso del tipómetro, que marca **puntos** (12 pts. forman una pica), **pica** (medida formada por 12 pts.) y **pulgada** (medida formada por 6 picas) o por la tradicional regla del sistema métrico decimal, para medir el ancho de sus columnas al dibujar el original, tomando en cuenta los espacios entre columna y columna.

El original de un anuncio de prensa se mide en múltiplos de cinco líneas ágata, ya que aunque la columna sea de cuatro líneas, las empresas editoriales siempre cobran una tarifa correspondiente a cinco líneas ágata, así pues, el tamaño mínimo de un anuncio, es de una columna por cinco líneas ágata.

Las proporciones del anuncio, se determinan en función de las proporciones de la página, y sus dimensiones se miden según el total de líneas ágata por columna; así se pueden publicar anuncios de página completa, media página, un cuarto de página, un octavo de página o fracciones menores, desde cinco líneas ágata, que es la mínima medida posible para un anuncio de prensa, o por cantidad de líneas ágata.

Las dimensiones y proporciones del anuncio dependen también del presupuesto, del producto y los resultados que se persiguen.

El publicista debe saber elegir el tamaño del anuncio en relación con las conveniencias del anunciante o el producto. No siempre el anuncio de mayor tamaño es el más eficaz, pues además de lograrse eficacia por tamaño, se tiene que conseguir por ubicación y calidad. Un anuncio de página completa que esté mal hecho, mal ideado o mal colocado puede ser menos eficaz que un pequeño anuncio, bien realizado y correctamente colocado. (Beltrán, 1,989:28)

2.8 Puntos importantes sobre el Diseño de los Tabloides

Son importantes los índices que indican las páginas en que se puede hallar el material, los cuales deben ir en la primera parte del periódico.

Como es difícil seccionalizar los tabloides, resulta más fácil dedicar páginas completas a la departamentalización. De este modo, el lector está enterado de qué páginas completas contienen información y reportajes relacionados.

En las páginas interiores que contengan anuncios, los tabloides pueden poner bloques de tipografía (especialmente despliegues horizontales vigorosos en la parte superior de la página) que combinan y resultan mejor que querer mezclar arte con el anuncio publicitario dominante. Dado que pocas noticias aparecen en la primera página del tabloide los lectores darán más atención a las páginas interiores que la que darían si leyeran un periódico normal.

Debido al tamaño de la página, los editores de los tabloides pueden considerar la conveniencia de usar un tipo ligeramente menor para los cuerpos de texto así como para los encabezados. Es conveniente observar que un tipo "más limpio", y ligero en las páginas interiores contrastará mejor con los tipos más pesados y negros de los anuncios. (Newson, 1983:71)

2.8.1 Los tabloides son populares

Como el tamaño tabloide es popular en muchos mercados, suele suponerse que su diseño debe ser "diferente".

Hasta cierto punto, y dependiendo del mercado, esto es cierto. El tabloide cuya circulación dependa de las ventas en las calles necesitará por fuerza una primera plana con diseño diferente a la del periódico que casi todo se vende por suscripción y se entrega a domicilio.

El uso común de grandes materiales gráficos en la primera plana del tabloide, quizá lo hacen imitando a las revistas. El que el resto de la página contenga bloques de texto o encabezados insinuadores del contenido del interior dependerá del contenido informativo de cada número.

Probablemente, **lo que con más claridad tiene un periódico tabloide es su diagramación total.** Como es muy difícil, por no decir que imposible, su seccionalización, casi todos los tabloides se adhieren al concepto de "fuerte al principio, fuerte la mitad, fuerte al final", para lo cual colocan varias páginas abiertas en estos lugares con lo que logran espectaculares despliegues de noticias.

Muchos tabloides llegan a suponer que los lectores irán de la última página a la primera en busca de ciertas noticias particulares como son los deportes.

En el diseño de la página de un tabloide el elemento **arte** debe ser considerado el más crítico, debido primordialmente al tamaño de la página. El material gráfico, inclusive las fotos, deberán ser más pequeños, a menos que se quiera resaltar la página. Un tamaño poco usual es mejor, como también lo es en los periódicos de tamaño normal. Es recomendable la división de la página del tabloide en unidades visuales con el fin de lograr la comprensión rápida del lector, por lo que establecer módulos de recuadro con una línea delgada, puede ser de gran ayuda, especialmente en las páginas que tengan varios anuncios. (Newson, 1983:71)

2.8.2 AIDA

Es preciso tomar en cuenta otras condiciones para que el anuncio llegue a tener toda la fuerza deseada, es decir, no hay que olvidar la calidad de la composición, de la redacción y de la ilustración. De todos los comunicadores es conocida la fórmula **AIDA**, siglas que significan: *Atención, interés, deseo y acción*.

La primera cualidad de un anuncio, es poder llamar la *atención* de su público, de otro modo éste no se percataría de la existencia del anuncio y la inversión sería infructuosa.

La segunda virtud del anuncio, es el poder despertar el *interés* del lector en el producto, resaltando sus cualidades como satisfactor.

Pero, el anuncio debe ser tan atractivo, que una vez que el lector recibió la información sobre el producto, debe sentir el *deseo* de poseerlo. Esto, desde luego, debe ser fruto del anuncio bien hecho.

Por último, el anuncio deberá motivar al lector a la *acción* de adquirir el producto, satisfaciendo una necesidad.

El objetivo de la fórmula AIDA se logra mediante el concurso de los elementos esenciales del anuncio: composición, texto e ilustración. (Beltán, 1,989:27)

2.9 Diseño contemporáneo de periódicos

El cambio básico aceptado por los periódicos del grupo contemporáneo como necesario para mejorar su apariencia, fue una disposición para descomponer el formato de la página en módulos, cada uno de los cuales contiene diversos elementos gráficos que pueden ser dispuestos con libertad de colocación. (Turnbull, 1,997:325)

La apariencia es parte esencial pero sólo parte de esa personalidad. A fin de cuentas, el contenido debe tener prioridad en el diseño de un periódico. En todo caso, la meta es presentar las noticias en la forma más efectiva.

Los periódicos contemporáneos utilizan:

- **Color:** Estos pueden ser usados en dos formas: una para decorar en anuncios e ilustraciones; la segunda, funcionalmente, en gráficos y tablas, en titulares que organizan páginas y guían al lector.
- **Resúmenes y breves:** Estos están ligados a la historia y son muy fáciles de encontrar y de leer.
- **Recursos gráficos:** Son los mapas, citas, sidebars (notas vinculadas con el tema), recuadros, etc. Todos captan la atención de los ojos del lector y resaltan la historia.
- **Composición modular:** Se refiere a que todas las historias son nítidamente montadas en muchas formas rectangulares.

La Portada

En la mayoría de los periódicos, la portada es una mezcla de reportaje tradicional del mercado moderno que trata de saber qué vende más.

La tendencia mostró a la portada como un menú que mostraba imágenes del contenido, mientras guiaba a los lectores a través de lo mejor del periódico.

Páginas de deportes

En esta sección, las fotografías hacen las noticias. Las páginas de deportes incluyen algunas cosas que no se encuentran en la televisión.

Páginas de variedad

Las secciones más comunes que los periódicos ofrecen son:

- Temas de la vida cotidiana
- Cuestionamientos sociales
- Entretenimiento
- Comida
- Moda, salud y viajes

Páginas editoriales y de opinión

Son una de las más viejas tradiciones en los periódicos americanos. Estas páginas tienen un formato universal. En muchos periódicos estas páginas se encuentran dentro de las primeras 15.

Secciones especiales

En ocasiones, se diseñan páginas especiales, que llevan más trabajo en foto-artes o en ilustraciones. Los temas por tratar son: temas típicos o de moda, como el SIDA, reportajes especiales como las olimpiadas, avances tecnológicos, etc.

2.9.1 Tradiciones Cambiantes

Sin descartar totalmente la tradición y adoptar ojos de letra totalmente nuevos, la mayoría de los periódicos están integrando cambios en su apariencia. Estos cambios son:

1. La reducción de número de columnas por página a seis o cinco, permitiendo así una mayor legibilidad debido a las mejoras en el tamaño del tipo y a la longitud de la línea. Los encabezados de una columna pueden ser más descriptivos y más fáciles de redactar. Las columnas más anchas también ofrecen ventajas mecánicas y económicas.
2. El horizontalismo, que es la tendencia a ordenar las noticias y los encabezados.
3. Ilustraciones más grandes y en número mayor, con una mejor apreciación de su atractivo artístico.
4. Modelos de encabezados legibles, basados en el patrón justificado a la izquierda y sus variaciones.
5. Más y mejor uso del espacio en blanco.

Cada periódico utiliza los elementos gráficos a su manera para hacer que el mayor número de noticias llegue a la mente de sus lectores en la mejor forma posible y de eso se trata el juego. (Turnbull, 1997:352)

2.10 MATERIAL DIDÁCTICO

El material didáctico es, en la enseñanza, el nexo entre las palabras y la realidad.

El material didáctico es una exigencia de lo que está siendo estudiado por medio de las palabras, a fin de hacerlo concreto e intuitivo, y desempeña un papel destacado en la enseñanza de todas las materias. (Nerici, 1,985:282)

La finalidad del material didáctico es la siguiente:

1. Aproximar al alumno a la realidad de lo que se quiere enseñar, ofreciéndole una noción más exacta de los hechos o fenómenos estudiados.
2. Motivar la clase.
3. Facilitar la percepción y la comprensión de los hechos y los conceptos.
4. Concretar e ilustrar lo que se está exponiendo verbalmente.
5. Economizar esfuerzos para conducir a los alumnos a la comprensión de hechos y conceptos.
6. Contribuir a la fijación del aprendizaje por medio de la impresión más viva y sugestiva que puede provocar el material.
7. Despertar y retener la atención.
8. Ayudar a la formación de la imagen y a su retención.
9. Favorecer la enseñanza basada en la observación y en la experimentación.
10. Ayudar a comprender mejor las relaciones entre las partes y el todo en un tema, objeto o fenómeno.
11. Reducir el nivel de abstracción para la aprehensión del mensaje.
12. Favorecer el aprendizaje y su retención.

En cuanto a este último objetivo siguen a continuación algunos datos que evidencian la importancia de esos elementos en la enseñanza, por el elevado porcentaje de aprendizaje y de retención que proporcionan (Nerici, 1,985:283)

1% por medio del gusto;
1.5% por medio del tacto;
3.5%, por medio del olfato;
11%, por medio del oído;
83%, por medio de la vista.

Las investigaciones constatan los siguientes datos en lo referente a la retención (Nerici, 1985:283)

10% de lo que se aprende leyendo;
20% de lo que se aprende escuchando;
30% de lo que se aprende viendo;
50% de lo que se aprende viendo y oyendo;
70% de lo que se aprende oyendo y luego discutiendo;
90% de lo que se aprende oyendo y luego realizando.

Para ser realmente un auxiliar eficaz, el material didáctico debe:

1. Ser adecuado al asunto de la clase.
2. Ser de fácil aprehensión y manejo.
3. Estar en perfectas condiciones de funcionamiento.

Siempre que sea posible, el material didáctico debe ser elaborado por los alumnos, en cooperación con la cátedra de artes industriales, dibujo, física, etc. No hay punto de comparación entre el valor didáctico del material comprado y el del material hecho por los propios alumnos.

El material didáctico debe quedar ubicado, siempre que sea posible, en la sala-gabinete o en el depósito de material, siempre que sea de fácil acceso.

Recomendaciones para su uso:

1. Nunca debe quedar todo el material expuesto a las miradas del alumno desde el comienzo de la clase, ya que puede convertirse en algo que se mira con indiferencia.
2. Debe exhibirse, con más notoriedad, el material referente a la unidad que está siendo estudiada.
3. El material destinado a una clase debe estar a mano, a fin de que no haya pérdida de tiempo.
4. El material para una clase debe ser presentado oportunamente, poco a poco y no todo de una vez a fin de no desviar la atención de los alumnos.
5. Antes de su utilización, debe ser revisado en lo que atañe a sus posibilidades de uso y funcionamiento.

2.10.2 Clasificación del material didáctico

Hay muchas clasificaciones de material didáctico; entre todas, la que más parece convenir indistintamente a cualquier disciplina es la siguiente:

1. **Material permanente de trabajo:** Pizarrón, tiza, borrador, cuadernos, reglas, compases, franelógrafos, proyectores, etc.
2. **Material informativo:** Mapas, diccionarios, enciclopedias, revistas, periódicos, discos, filmes, ficheros, modelos, etc.
3. **Material ilustrativo visual o audiovisual:** Esquemas, cuadros sinópticos, dibujos, carteles, grabados, retratos, cuadros cronológicos, muestras en general, discos, grabadores, proyectores, etc.
4. **Material experimental:** Aparatos y materiales variados que se presten para la realización de experimentos en general.

2.10.3 Recursos audiovisuales

Los medios audiovisuales procuran aproximar la enseñanza a la experiencia directa y utilizar, como vía de percepción, el oído y la vista. Son de notable eficacia como recursos auxiliares del aprendizaje, principalmente en la fase de la presentación de la materia. Estos medios tienen aplicación en la enseñanza de todas las materias.

La UNESCO en una investigación reciente, demuestra que la memorización se efectúa en la proporción del 30% con relación a lo que se oye; 40% respecto de lo que se ve; 50% en lo que se oye y se ve, y un 70% en aquello en que se participa directamente. Luego, los medios audiovisuales acortan el tiempo de aprendizaje y aumentan el de su retención. (Nerici, 1985:303)

2.10.4 Proyecciones

Las proyecciones representan un inestimable recurso de enseñanza, ya que pueden aportar, con su peculiar dinamismo, la realidad distante o de difícil aprehensión, y hacerla presente en la sala de clase de una manera interesante y sugestiva.

Proyecciones fijas

Son las que se ajustan a la enseñanza en clase y las que mejor sirven para la dirección del aprendizaje, ya que están bajo el control absoluto del profesor que las presenta, las suspende, las repite de acuerdo con las conveniencias y necesidades de la enseñanza. (Nerici, 1985:349)

La retroproyección

Esta forma de proyección se efectúa por medio del retroproyector, aparato que puede ser colocado sobre el escritorio del profesor y desde éste hacer la proyección sobre el encerado o sobre una tela, no exigiendo el oscurecimiento del salón.

La proyección se hace por medio de transparencia usando hoja de acetato sobre las cuales se escribe o se representa lo que se desea proyectar. (Nerici, 1985:349)

Se usa para explicar un diagrama o estudiar diversos pasos de un problema.

Algunas de las ventajas del uso del retroproyector son las siguientes:

- a. Es fácil de usar y de transportar
- b. Para su empleo, no es necesario el oscurecimiento de la sala.
- c. El material de proyección puede utilizarse en otras clase o en otras circunstancias siempre y cuando se trate del mismo asunto
- d. Las transparencias son livianas y ocupan poco espacio.

2.10.5 Folletos

Generalmente la pieza impresa de literatura directa sale de la prensa en forma de hojas sencillas de papel que pueden ser doblada y cortadas para convertirse en folletos.

En el diseño de folletos también puede aplicarse la tradición y la formalidad en diversos grados. Debido a su habitual naturaleza, los folletos tienen más a menudo un diseño informal. Puesto que se despliega un mensaje a través de páginas subsecuentes, como en un libro, debe mantenerse una continuidad de estilo por parte del diseñador, quien trabaja con unidades de páginas individuales o unidades de páginas compuestas. La disposición de los elementos en un folleto puede diferir de una página a otra. (Turnbull, 1997:353)

CAPÍTULO III

MARCO CONTEXTUAL

El Programa de Diseño Gráfico en la Universidad de San Carlos de Guatemala empezó a funcionar en 1,987.

La carrera de Técnico en Diseño Gráfico fue creada para formar técnicos que estén en la capacidad de generar y transmitir imágenes e ideas que contribuyan a la superación de las distintas necesidades de la población y al desarrollo de la cultura guatemalteca.

El objetivo del programa es: Dotar al estudiante de una sólida formación técnica con capacidad para dar respuesta de diseño gráfico y visual a las necesidades del orden de la comunicación de masas, propias de las características y condiciones del país. (Reglamento general, 1996:1)

Grupo objetivo:

Específicamente el grupo objetivo al que va dirigido este material es a estudiantes del curso de Diseño Visual 1-5 correspondiente al Programa de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA GRÁFICA JUSTIFICADA

Las piezas presentadas a continuación fueron seleccionadas para solucionar el problema de falta de material didáctico y mejorar la calidad del proceso de enseñanza – aprendizaje en el curso de Diseño Visual I del Programa de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Para lo cual se realizaron las siguientes piezas gráficas

- Elaboración de un folleto
- Proyección de acetatos

Ambos con un diseño creativo y funcional, tomando en cuenta el grupo objetivo al que van dirigidas y sus necesidades.

Para su realización se tomó en cuenta aspectos importantes tales como: la finalidad, el uso, y funcionalidad de dichas piezas como material didáctico, ya que éste es indispensable para reforzar la exposición del catedrático del curso, debido a que si más sentidos están involucrados en el aprendizaje, mayor será la fijación del tema.

4.1 Método de Diseño

Para que el proyecto sea efectivo, se utilizó como metodología, el proceso de cuatro etapas:

- a. ETAPA RACIONAL
- b. ETAPA CREATIVA
- c. ETAPA CONSTRUCTIVA
- d. ETAPA EVALUATIVA

4.1.1 Etapa Racional

Esta etapa le sirve al diseñador gráfico, para tener conocimiento pleno del contexto y naturaleza de la temática a resolver.

En ésta etapa se hizo un análisis del contenido de las asignaturas de Diseño Visual I y junto con el docente, se determinó, cómo el Diseño Gráfico podría aportar soluciones.

Se eligió el tema de "Diseño y diagramación de un periódico", por ser de suma importancia para el diseñador gráfico y por carecer de material de apoyo para una mejor comprensión del tema; de allí surgió la idea de aportar material como ayuda visual para forzar la docencia y suplir la falta de material didáctico de consulta; fue entonces cuando se decidió que el material adecuado y práctico sería un folleto como material de apoyo para el catedrático del curso, y la proyección de acetatos hacia los alumnos.

4.1.2 Etapa Creativa

Para la realización de las piezas, se realizaron varias propuestas a nivel de boceto, se llevó a cabo un proceso ordenado para su ejecución, ya que como parte del proceso como primera propuesta se realizó el bocetaje de un trifoliar, una hoja informativa y un folleto; de acuerdo con el asesor gráfico D. G. Marco Antonio Morales era necesario aumentar la finalidad de las piezas como material didáctico tomando en cuenta su uso, funcionalidad y finalidad, por lo que entonces se optó por crear un folleto como material de apoyo para el catedrático en la unidad de Diagramación en Diseño Visual ; y proyección de acetatos.

Para todo lo anterior se tomó en cuenta el tipo de formato a utilizar, tipografía, diagramación, justificación, elementos de diseño; lo cual permite que el proyecto se convierta en un proceso de caja de cristal, para así poder comprobar la eficacia del diseño del folleto y de los acetatos como material didáctico.

4.1.3 Etapa Constructiva

Presentación de boceto final, el cual ha llevado todo un proceso de realización y crítica, siendo aprobado por el asesor gráfico D.G. Marco Antonio Morales.

4.1.4 Etapa Evaluativa

Esta es la etapa final del proceso, en la cual se evalúa la eficacia de las piezas propuestas para la solución del problema de falta de material didáctico en Diseño Visual .

Las piezas gráficas seleccionadas se presentaron a un grupo de 56 jóvenes de ambos sexos, estudiantes, cursantes del 2do. Ciclo del Programa de Diseño Gráfico, comprendidos entre las edades de 17 a 34 años de edad.

Para comprobar la eficacia de las piezas gráficas se realizó una encuesta a ese grupo de estudiantes para verificar la eficacia de los acetatos y una boleta al catedrático del curso para evaluar la eficacia del folleto.

4.2 Descripción del Proceso de Elaboración de las Piezas Gráficas

Como parte del proceso, se ha realizado una serie de cambios y variaciones en las piezas gráficas, con el fin de crear un material didáctico útil, de fácil manejo y verdaderamente funcional.

Como primera propuesta, se realizó el bocetaje final de un trifoliar, una hoja informativa y un folleto. De acuerdo con el asesor gráfico D.G. Marco Antonio Morales, era necesario conocer la finalidad de cada material para ser propuesto como material didáctico y se concluyó que el trifoliar y la hoja informativa no cumplían con dichas condiciones, por lo que finalmente se decidió trabajar con un folleto (Toda publicación unitaria que sin ser parte integrante de un libro, consta de más de cuatro hojas y de menos de 50, excluido el forro) y proyección de acetatos (representan un estimable recurso de enseñanza y son los que mejor sirven para la dirección del aprendizaje, ya que están bajo el control absoluto de quien las presenta, las suspende, las repite de acuerdo con las conveniencias y necesidades de la enseñanza.)

A continuación se presentan las diferentes piezas trabajadas como primer propuesta de material didáctico, a nivel de boceto final.

Primer Propuesta Bocetaje Final

Trifoliar

Tiro

Retiro

Diseño de Periódicos

El diseño de la página de un periódico

Dado que la función del periódico es comunicar, el cumplimiento de esta función deberá ser también la meta del diseño. Consiguientemente el diseño debe ser orgánico lo que quiere decir que debe crecer basado en su contenido pero manteniendo a la vez la continuidad que hace que los lectores exclamen ante cada número "este es mi periódico".

Diseño y Diagramación de Periódicos

1. La naturaleza del contenido, su extensión por página y su forma, permiten de un modo más o menos limitado, el uso de ciertos tipos y la longitud de las líneas.

2. El contenido, que en la mayoría de los casos es de tipo informativo, debe ser presentado de una manera que permita al lector encontrar rápidamente el punto de partida de su lectura.

3. El diseño de la página debe ser orgánico, es decir, debe crecer basado en su contenido pero manteniendo a la vez la continuidad que hace que los lectores exclamen ante cada número "este es mi periódico".

4. El diseño de la página debe ser orgánico, es decir, debe crecer basado en su contenido pero manteniendo a la vez la continuidad que hace que los lectores exclamen ante cada número "este es mi periódico".

5. El diseño de la página debe ser orgánico, es decir, debe crecer basado en su contenido pero manteniendo a la vez la continuidad que hace que los lectores exclamen ante cada número "este es mi periódico".

Diseño y Diagramación de un Periódico

El diseño de la página de un periódico debe ser orgánico, es decir, debe crecer basado en su contenido pero manteniendo a la vez la continuidad que hace que los lectores exclamen ante cada número "este es mi periódico".

El formato de la página de un periódico debe ser orgánico, es decir, debe crecer basado en su contenido pero manteniendo a la vez la continuidad que hace que los lectores exclamen ante cada número "este es mi periódico".

El diseño de la página de un periódico debe ser orgánico, es decir, debe crecer basado en su contenido pero manteniendo a la vez la continuidad que hace que los lectores exclamen ante cada número "este es mi periódico".

El formato de la página de un periódico debe ser orgánico, es decir, debe crecer basado en su contenido pero manteniendo a la vez la continuidad que hace que los lectores exclamen ante cada número "este es mi periódico".

Hoja Informativa

Diseño y Diagramación de Periódicos

DISTRIBUCIÓN DE LOS ESPACIOS EN DOS DE LOS PERIÓDICOS NACIONALES PARA PAGINAS INTERIORES "EL PERIÓDICO"

El diseño de la página de un periódico

Dado que la función del periódico es comunicar, el cumplimiento de esta función deberá ser también la meta del diseño. Consiguientemente el diseño debe ser orgánico lo que quiere decir que debe crecer basado en su contenido pero manteniendo a la vez la continuidad que hace que los lectores exclamen ante cada número "este es mi periódico".

FORMATO BNELO EX
8 COLUMNAS X 12,5 LÍNEAS

8 COLUMNAS

Diseño
y Diagramación
de
Periódicos

Acetatos

El diseño de la página
de un periódico

Dado que la forma del periódico es
común a todos los países, el diseñador
debe tener en cuenta los hábitos del lector
de ese país. El diseño debe ser
simple y claro, y el texto debe ser
fácil de leer. El diseñador debe tener
en cuenta los hábitos del lector y
los hábitos del país.

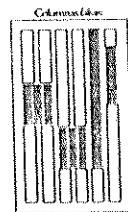
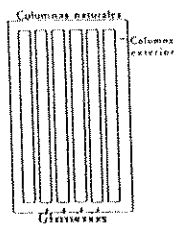
Diseño
y Diagramación
de
Periódicos

Periódicos

El periódico es el medio
tradicional de información
y se produce en forma más
rápida y económica. Se
imprime en máquinas rotativas
y sobre papeles especiales, en
dos medidas clásicas:
tabloids y tabloids.
El formato tabloid usa de
cuatro a seis columnas en
columnas naturales y falsas.
Un periódico es una obra
múltiple y se divide en dos
partes bien diferenciadas: la
imagen y la literatura.

Es la obra de un grupo de
personas que la producen y la
multiplican en tantos
ejemplares como ellos que
puedan ser sus posibles
compañeros.

Es un público en estado de
escucha prioritaria. Puede ser
diario o semanal. Su principal
función consiste en presentar
las noticias por escrito. Los
periódicos también contienen
comentarios sobre estas,
defienden diferentes posturas
políticas y proporcionan
información y consejos a sus
lectores, en ocasiones incluyen
noticias, citas e artículos
literarios. En casi todos los
casos, pero en diferente
proporción, sus ingresos se
basan en la inserción de
publicidad.



Diseño y Diagramación de Periódicos

Diagramación de Periódicos

Aprender a conocer el diagramado resulta siempre un proceso de desarrollo continuo.

El diagrama es un hecho susceptible de modificación cuando se altera alguna de sus partes o cuando se le agrega o elimina algún elemento con la necesidad o finalidad por el diseñador y se le realiza según las posibilidades. Además es un hecho que tiene mucho que ver con el estilo del periodismo o del medio.

Re-diseñarse cuando la necesidad cambia el material subyacente en la página de un periódico, con un estilo cambiante en forma flexible.

En cambio, a su función anterior, buscar conseguir siempre un efecto estético a través de un equilibrio óptico que consigue el efecto visual de mayor libertad para la lectura. En este momento debemos entender por equilibrio el grado de proporción entre la forma y el fondo, procurando siempre un abanico entre la tinta y el diagramado.

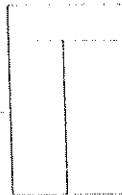
Pueden mencionarse los siguientes estilos en el diagramado: Simétrico, Horizontal, Vertical, Mixto, Balanceado de Contraste, de Equilibrio, de Abrazado, Quilibrado, Descendente y Agujado.

3

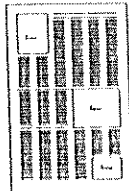
Diseño y Diagramación de Periódicos

Estilos de Diagramar

Estilo Simétrico: Se utiliza donde la página se divide en dos o más partes iguales, cada una de ellas conteniendo un mensaje.



Estilo horizontal



Estilo Horizontal: Consiste en dividir la página en espacios rectangulares de bases anchas. Su tipo de letra es más grande y el espacio de los textos más reducido (este estilo es muy común en periódicos tipo tabloide).

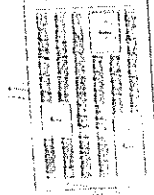
4

Estilos de Diagramar

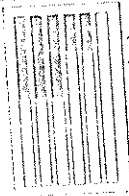
Estilo Vertical

Se utiliza este nombre a las columnas que se colocan de pie para leer un libro o un periódico. Así se colocan los artículos. Para más claridad en la presentación de los artículos.

Estilo vertical

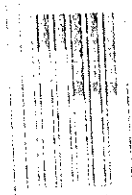


Estilo Inverso izquierdo



Estilo Mixto
Esta combinación de figuras apiladas y verticales. En posición vertical u horizontal existen como combinaciones: 1. inversa lateral izquierda y derecha, 2. inversa y 1.

Estilo Inverso lateral derecha



Estilo Inversa

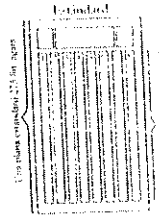
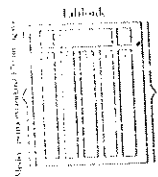


Estructura de un Periódico

Para el cable el tamaño a utilizar es una importante norma en sus características como: la posibilidad de el diagrama de la zona, sus características de impresión, el tamaño de los caracteres, el ancho de la columna, etc.

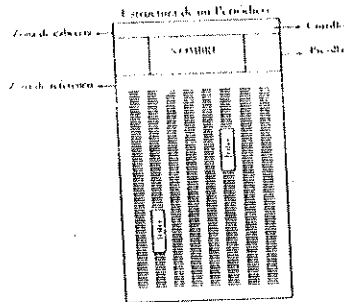
El ancho de los caracteres de impresión de un periódico es de 36 cm. y la composición de los caracteres de 200 líneas y el ancho de un día de 29 cm. y 58 cm. y la composición de 5 columnas de 20 líneas y 24 cm.

El tamaño de los caracteres de un periódico es una importante norma en sus características como: la posibilidad de el diagrama de la zona, sus características de impresión, el tamaño de los caracteres, el ancho de la columna, etc.



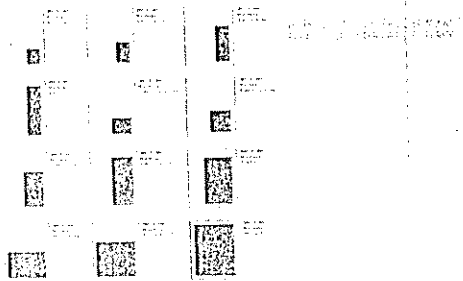
Formación y estructura de la línea de periódico

En un periódico el tamaño a utilizar es una importante norma en sus características como: la posibilidad de el diagrama de la zona, sus características de impresión, el tamaño de los caracteres, el ancho de la columna, etc.



Diseño y Diagramación de Periódicos

Diseño Contemporáneo de Periódicos (Modular)



El cambio ha sido marcado por los periodos del papel contemporáneo como se muestra en la figura 1. En esta disposición para el tamaño de la página en módulos, cada uno de los cuales contiene diversos elementos gráficos que pueden ser dispuestos con libertad de colocación.

En cuanto a los recursos gráficos el papel de los periodos contemporáneos se caracteriza por el uso de los recursos gráficos en el diseño de los periodos. En este caso, la meta es proporcionar los recursos en la forma más efectiva.

Diseño y Diagramación de Periódicos

Los periódicos contemporáneos utilizan:

- Colores: los colores se usan en dos tonos. Una parte de color en anuncios e ilustraciones, la funcionalmente, en gráficos y fotos, en imágenes que organizan páginas y guían al lector.

- Resúmenes y breves: éstos están ligados a la historia y son muy fáciles de encontrar y de leer.

- Recursos gráficos: son los mapas, citas, sidebars (notas vinculadas con el tema), recuadros, etc. Todos captan la atención de los ojos del lector y resaltan la historia.

- Composición modular: Se refiere a que todas las historias son cuidadosamente montadas en un montón de formas rectangulares.



ALVARO GARCIA
LUCAS GARCIA
LUCAS GARCIA

Diseño
y Diagramación
de
Periódicos

La Armonía en la Compaginación del Periódico

El objetivo de la compaginación es armonizar entre sí los elementos

El tipo que se emplea en la compaginación debe armonizar con el carácter o personalidad del periódico

Las páginas deben armonizarse entre sí

Las páginas especiales deben armonizarse con el resto de la revista

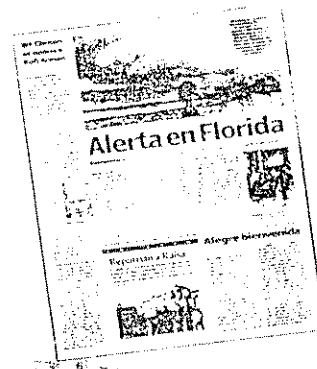
Armonía de Apariencia y Carácter

El tipo que se emplea en la compaginación debe armonizar con el carácter o personalidad del periódico. El tipo que se emplea en la compaginación debe armonizarse con el carácter o personalidad del periódico. El tipo que se emplea en la compaginación debe armonizarse con el carácter o personalidad del periódico.

Diseño
y Diagramación
de
Periódicos

Armonía Tipográfica

Reservar el uso del tipo de tamaño a una familia es para la armonía y las numerosas variaciones que existen en cualquier familia tipográfica, obtienen muchas formas de variar la armonía. Las familias tipográficas pueden y deben cambiarse de sección a sección. Puede usarse una familia para las páginas monográficas, otra para las páginas deportivas y tal vez otra más para la página social.



Armonía con el tema y el Lector

Las familias tipográficas pueden ser cambiadas en diferentes secciones debido a que sus lectores difieren. Los textos o mensajes de una página deportiva pueden resultar inadecuados para la sección cultural.

Diseño y Diagramación Periódicos

Compaginación

El espacio público en el cuerpo de un periódico se divide en bloques de información de acuerdo con su contenido, su importancia y su relación con el lector.

- 1. 24
2. 25
3. 26
4. 27
5. 28
6. 29
7. 30
8. 31
9. 32
10. 33
11. 34
12. 35

Los números 12 y 13 del ejemplo representan bloques centrales. Su espacio público desde la hoja 1 en forma de columna hasta una recuperación de texto en las desordenadas porque el lector percibirá un ritmo rítmico y ordenado.

0 -

Diseño y Diagramación Periódicos

Características de un Periódico

Dentro de los medios de comunicación el periódico se distingue por las siguientes:

- 1. Tiene capacidad de llegar a los más diversos públicos.
2. Es el único impreso que se distribuye con mayor rapidez.
3. Es un medio informativo y formativo.
4. Su precio es bajo al alcance de todas las clases sociales.
5. Se puede adquirir por suscripción.
6. Tiene varias capacidades de alcance.
7. Satisface muchas necesidades del lector.

- 8. Acepta todos los adelantos tecnológicos.
9. Aunque es un medio efímero, se conserva y puede ser fácilmente archivado.
10. Abundancia de lecturas, audios y permanentes.
11. Su circulación es generalizada y certificada.
12. Los costos publicitarios en periódicos son los más altos.
13. Es un medio selectivo.

W -



Diseño y Diagramación de Periódicos

Tradiciones Cambiantes

Son de carácter tradicional las tradiciones y algunas veces el tipo de diseño, pero el número de los períodos en un grande cambia en su momento. Estas tradiciones son:

- 1. La reducción del número de columnas por página sus columnas, pero una reducción a la vez de la altura en el tamaño del tipo y la longitud de la línea. Los encabezados de una columna pueden ser más descriptivos y más fáciles de reducir. Las columnas más anchas también ofrecen ventajas técnicas y económicas.
- 2. El homogeneizar que es la tendencia a ordenar las noticias y los encabezados.
- 3. Ilustraciones más grandes y con mayor mayor, con una mayor proporción de su área total impresa.
- 4. Modelos de encabezados legibles, basados en el patrón justificado y la izquierda y sus variaciones.
- 5. Más y mejor uso del espacio en blanco.

Cada periódico utiliza los elementos gráficos a su manera para hacer que el mayor número de noticias llegue al momento de ser leídas en la mejor forma posible y de esta sea el pago.

Propuesta Gráfica Final

Para la realización de cada una de las piezas gráficas como material didáctico, del curso de Diseño Visual I; se ha diseñado un plan creativo para cada pieza, con el propósito de conocer su finalidad y para que éstas sean creativas y funcionales.

En el plan creativo, se han tomado en cuenta los siguientes aspectos:

- a. Definición
- b. Objetivo
- c. Medio de difusión
- d. Grupo Objetivo
- e. Lugar en el que se distribuirá
- f. Dimensiones y características
- g. Colores
- h. Técnica utilizada
- i. Medio de Reproducción
- j. Bocetaje y elaboración

4.3 Plan Creativo de Folleto

Cambios en el diseño del folleto. En la primer propuesta trabajada a nivel de boceto, hubo necesidad de aumentar el volumen del folleto para poder ser utilizado por el catedrático, como una referencia de apoyo al tema. También hubo necesidad de cambiar el tipo de material en el que se estuvo trabajando, debido a que éste era de color y no permitía una buena calidad de presentación, por lo que al final se decidió que el material adecuado era el cushé por su textura, calibre y color; el cual permite también una mejor presentación.

a. Definición: Toda publicación unitaria que sin ser parte integrante de un libro, consta de más de cuatro páginas y de menos de 50, excluido el forro.

Publicación impresa de corta extensión, que expondrá breve y claramente el tema de Diseño y Diagramación de un periódico; el cual será utilizado como material de apoyo para la asignatura de Diseño Visual.

b. Objetivo: Que el estudiante obtenga la información completa y necesaria para un mejor conocimiento del tema "Diseño y diagramación de un Periódico."



Diseño y Diagramación de Periódicos

Tradiciones Cambiantes

Son de carácter tradicional las tradiciones y algunas veces el tipo de diseño, pero el número de los períodos en un gran día cambia en su momento. Estas tradiciones son:

- 1. La reducción del número de columnas por página sus columnas, pero una reducción de la altura de las columnas en el tamaño del tipo y la longitud de las líneas. Los encabezados de una columna pueden ser más descriptivos y más fáciles de leer. Las columnas más anchas también ofrecen ventajas técnicas y económicas.
- 2. El homogeneizar que es la tendencia a ordenar las noticias y los encabezados.
- 3. Ilustraciones más grandes y con mayor mayor, con una mayor proporción de su área total impresa.
- 4. Modelos de encabezados legibles, basados en el patrón justificado y la izquierda y sus variaciones.
- 5. Más y mejor uso del espacio en blanco.

Cada periódico utiliza los elementos gráficos a su manera para hacer que el mayor número de noticias llegue al momento de ser leídas en la mejor forma posible y de esta manera el pago

Propuesta Gráfica Final

Para la realización de cada una de las piezas gráficas como material didáctico, del curso de Diseño Visual I; se ha diseñado un plan creativo para cada pieza, con el propósito de conocer su finalidad y para que éstas sean creativas y funcionales.

En el plan creativo, se han tomado en cuenta los siguientes aspectos:

- a. Definición
- b. Objetivo
- c. Medio de difusión
- d. Grupo Objetivo
- e. Lugar en el que se distribuirá
- f. Dimensiones y características
- g. Colores
- h. Técnica utilizada
- i. Medio de Reproducción
- j. Bocetaje y elaboración

4.3 Plan Creativo de Folleto

Cambios en el diseño del folleto. En la primer propuesta trabajada a nivel de boceto, hubo necesidad de aumentar el volumen del folleto para poder ser utilizado por el catedrático, como una referencia de apoyo al tema. También hubo necesidad de cambiar el tipo de material en el que se estuvo trabajando, debido a que éste era de color y no permitía una buena calidad de presentación, por lo que al final se decidió que el material adecuado era el cushé por su textura, calibre y color; el cual permite también una mejor presentación.

a. Definición: Toda publicación unitaria que sin ser parte integrante de un libro, consta de más de cuatro páginas y de menos de 50, excluido el forro.

Publicación impresa de corta extensión, que expondrá breve y claramente el tema de Diseño y Diagramación de un periódico; el cual será utilizado como material de apoyo para la asignatura de Diseño Visual.

b. Objetivo: Que el estudiante obtenga la información completa y necesaria para un mejor conocimiento del tema "Diseño y diagramación de un Periódico."

c. Medio de difusión: El folleto será entregado al catedrático del curso.

d. Grupo Objetivo: Catedrático del curso y estudiantes de Diseño Visual.

e. Lugar en el que se distribuirá: Salón correspondiente al curso de Diseño Visual, asignado por la Coordinación del Programa de Diseño Gráfico.

f. Dimensiones y características: El folleto tiene una dimensión de 11" X 8.5" doblado a la mitad (5.5" X 8.5"), se utilizó en forma apaisada u horizontal para una mejor distribución del espacio.

Para su realización se tomaron en cuenta los siguientes **conceptos de diseño:**

Movimiento, forma, proporción y unidad.

Las tipografía utilizada, es Garamond, de 12Pts., pues permite una mayor y mejor legibilidad, y contribuye a la comprensión del tema.

Elementos de diseño: Titular, texto, gráficas, líneas punteadas; las cales denotan los pasos que se llevan a cabo en el proceso del diseño de un material gráfico, líneas de 4 pts. de grosos, las cuales denotan estabilidad y seguridad y pantallas.

Cada elemento fue utilizado para que el diseño fuera creativo, funcional, y que sobre todo lograra llamar la atención del estudiante para que éste se vea motivados a profundizar en su contenido.

La diagramación del folleto es bastante libre, debido a que éste debe ser creativo, y con un diseño funcional para lograr transmitir la importancia del tema.

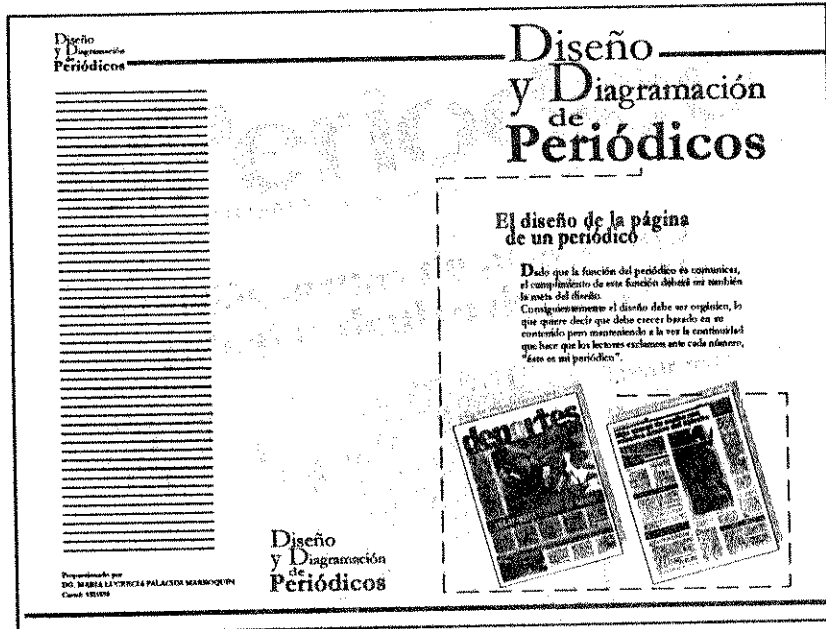
g. Colores: El color utilizado es el negro, y logra transmitir adecuadamente el tema.

h. Técnica utilizada: Levantado de texto (digital), diagramación, escaneado.

i. Medio de reproducción: El medio de reproducción sugerido es el Offset por el costo y el color.

j. Bocetaje y elaboración de folleto:

Propuesta Final FOLLETO



Diseño y Diagramación Periódicos

Indice

Introducción	1
Periódicos	2
Diagramación de Periódicos	3
Estructura de un Periódico	6
Diseño y Disposición del espacio de un Periódico	8
Diseño Contemporáneo de Periódicos (modular)	11
Características de un Periódico	13
Armonía en la Compaginación	16
Compaginación	17
Tradiciones cambiantes	18
Formatos utilizados en tres de los periódicos de Guatemala	19
Bibliografía	20

Diseño y Diagramación Periódicos

Introducción

El presente trabajo denominado "Diseño y Diagramación de Periódicos" está formado por un folleto y proyección de 13 acetatos de apoyo al contenido, el cual explica y presenta diversos ejemplos aplicables en diagramación de periódicos. Esta recopilación abarca lo que es un periódico, los diferentes estilos de diagramación, su estructura, características, los cuales son de suma importancia al momento de crear y dar a un periódico un carácter único, todo con la finalidad de que el mensaje sea percibido y aceptado de la forma que se espera.

Dicho material presenta una respuesta creativa para el uso y distribución del espacio en un periódico, y sus funciones, lo cual permitirá descubrir, desarrollar y reproducir ideas a través de un medio de expresión útil.

Periódicos

El periódico es el medio tradicional del género prensa, y se produce en forma más rápida y económica. Se imprime en máquinas rotativas y sobre papeles especiales, en dos modalidades clásicas: *Estándar* y *Tabloide*.

El formato tabloide usa de cuatro a seis columnas, en columnas naturales y falsas. Un periódico es una obra múltiple. Se divide en dos partes bien diferenciadas: La *Imagen* y la *Información*.

En la rifa de un grupo de personas que lo producen y lo multiplican en tantos ejemplares como creen que puedan ser sus posibles compradores.

En una publicación editada con cierta periodicidad. Puede ser diaria o semanal. Su principal función consiste en presentar las noticias por escrito. Los periódicos también contienen contenidos sobre fets, defencen diferentes posturas públicas y proporcionan informaciones y consejos a sus lectores, en ocasiones incluyen fines cómicos, chistes y artículos literarios. En casi todos los casos, pero en diferente proporción, sus ingresos se basan en la inserción de publicidad.

Formatos utilizados en los Periódicos más conocidos de Guatemala

Formato Siglo XXI

Formato "Prensa Libre" y "el Periódico"

2
19

Estructura de un Periódico

Para decidir el formato a utilizar es muy importante tener en cuenta factores tales como: Disponibilidad de elementos, objetivos, ambiente social y entorno en donde se vaya a introducir.

Las medidas aproximadas de un periódico estándar son de 38 cm x 58 cm, y se compone de 8 columnas de 290 líneas apaga las de un tabloide 29 cm x 38 cm, y se compone de 5 columnas de 290 líneas apaga.

La formación de los periódicos es en columnas cuya altura se mide en líneas apaga (o en centímetros), el ancho de las mismas se mide en picas (conviniendo empleando en los moldes de las máquinas electricas, y en una medida formada por 12 puntos, y 6 picas forman 1 pulgada).

El tamaño del periódico se mide en líneas apaga, por columnas, o por módulos.

Diagramación de Periódicos

Aprender a conocer el diagramado muestra ejemplos del para quien se dirige a escribir.

El diagrama es un bosquejo susceptible de modificación en su idea original, hasta otras formas o estilos, de acuerdo con las necesidades planteadas por el destinatario y aceptando que hace periodístico. Además es un tipo que tiene mucho que ver con el estilo del periódico o del medio.

Por diagramar se entiende, la acción de distribuir el material informativo en las páginas de un periódico, con un ratio establecido en forma flexible.

En cuanto a su función artística, deberá conseguir siempre un efecto estético a través de un equilibrio óptico que combine el gusto visual y la mayor facilidad para la lectura. En este contexto, debemos atender por equilibrio el grado de proporción entre la forma y el fondo, procurando siempre una similitud entre los temas y el diagramado.

Pueden mencionarse los siguientes estilos en el diagramado: Simétrico, Horizontal, Vertical, Mixto, Balanceado, de Contraste, de Equilibrio, de Abundancia, Quebrado, Descendente y Agrupado.

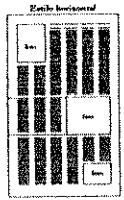
Estilo Simétrico

Estilo Simétrico

6
3

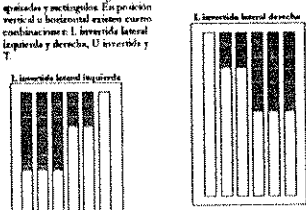
Diseño y Diagramación Periódicos

Estilo Horizontal
Consiste en dividir la página en espacios rectangulares de bases anchas. Su tipo de letra es más grande y el espacio de los textos más reducido (este estilo es muy común en periódicos tipo tabloide).

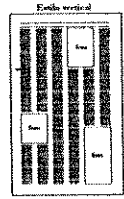


Diseño y Diagramación Periódicos

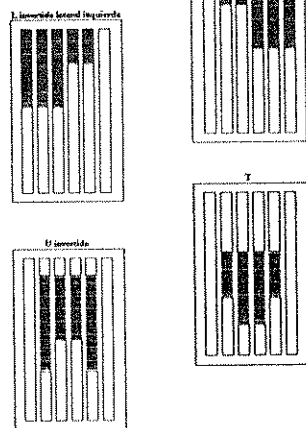
Estilo Mismo
Es la combinación de figuras cuadradas y rectángulos. En posición vertical u horizontal crean cuatro combinaciones: L invertida lateral izquierda y derecha, U invertida y T.



Estilo Vertical
Segue el curso normal de las columnas naturales que sirven de guía para hacer unidades rectangulares verticales. Al ser el espacio más angosto se logra más solidez en la presentación de sus titulares.



L invertida lateral izquierda
U invertida
L invertida lateral derecha
T



45

Diseño y Diagramación Periódicos

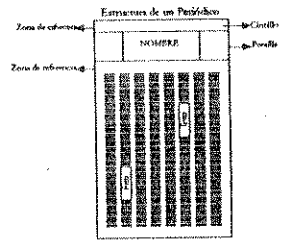
Tradiciones Cambiantes

Sin descarte totalmente la tradición y adopción de las formas nuevas, la mayoría de los periódicos están integrando cambios en su apariencia. Estos cambios son:

1. La reducción del número de columnas por página a seis o cinco, permitiendo así una mayor legibilidad debido a las mejoras en el tamaño del tipo y a la longitud de la línea. Los encabezados de una columna pueden ser más descriptivos y más fáciles de leer. Las columnas más anchas también ofrecen ventajas más lentas y secundarias.
2. El horizontalismo, que es la tendencia a reducir las noticias y los encabezados.
3. Distinciones más grandes y en número mayor, con una mejor especificación de su atractivo artístico.
4. Modelos de encabezados legibles, basados en el patrón justificado y sus variaciones.
5. Más y mejor uso del espacio en blanco. Cada periódico utiliza los elementos gráficos a su manera para hacer que el mayor número de noticias llegue a la mente de sus lectores en la mejor forma posible y de eso se trata el juego.

Diseño y Diagramación Periódicos

Una página de un periódico presenta generalmente la siguiente estructura:



Estructura de un Periódico

Zona de encabezado → Zona de referencias → Zona de cuerpo de texto

→ Título
→ Perfil

187

Diseño y Diagramación Periódicos

Diseño y Diagramación Periódicos

Diseño y Disposición del espacio de un Periódico

De todos los medios impresos de comunicación el que ha puesto menos énfasis en la forma a lo largo de la historia ha sido el periódico.

Los diseñadores de los medios impresos durante años han señalado a los periódicos como los más torpes, rudos y los menos atractivos y los menos legibles.

Para poner énfasis en la perspectiva adecuada, es necesario comprender, el primero, es que ha habido buenas razones que explican la falta de atención al diseño por parte de los periódicos durante su historia. El segundo es que los progresos actuales han ido eliminando estas razones para muchos periódicos y consecuentemente han estado forzando un cambio al mejorar la apariencia de los periódicos.

Mientras que insisten en un análisis del número de módulos por página los diseñadores de páginas también pueden prestar algunos servicios deseables para el lector.



Uno de los más importantes de éstos es la disposición jerárquica de los elementos noticiosos. La agrupación de dos o más elementos independientes en un módulo, cada uno con su propio encabezado independiente, pero que lleva conjuntamente una clasificación departamental como podría ser trabajo, huelga o inflación.

Muchos periódicos modernos rutilantemente tienen un módulo dominante y a menudo este módulo es colocado cerca del centro (punto de la página, colocando la noticia más importante del día en un módulo aislado en el centro es clave para el área de diseño.

Compaginación

El material a publicarse en el cuerpo de una edición periódica se debe organizar de acuerdo con un valor objetivo y con su ubicación; existe un método clásico para determinarlo. Si tenemos, por ejemplo un diseño de 24 páginas, se usa la serie aritmética de números ascendentes y a su lado otra de números descendentes, hasta el límite de hojas de la edición.

Ejemplo:

1	24
2	23
3	22
4	21
5	20
6	19
7	18
8	17
9	16
10	15
11	14
12	13

Los números 12 y 13 del ejemplo representan las hojas centrales. Su valor se gradúa desde la hoja 1 en forma ascendente, hasta una recuperación de medio en las descendentes, porque al ser desplazadas por el lector, presentan un área más amplia y ordenada.

Diseño y Diagramación Periódicos

Diseño y Diagramación Periódicos

La Armonía en la Compaginación del Periódico

El encargado de la compaginación se interesa en tres tipos de armonía:

- 1) La apariencia general de las páginas debe armonizar con el carácter o personalidad del periódico.
- 2) Los tipos deben armonizar entre sí y
- 3) Las páginas especiales deben armonizar con sus temas y lecturas.

Armonía de Apariencia y Carácter

Puesto que la armonía en la personalidad de un periódico concierne al carácter básico, normalmente es controlada por políticas administrativas.

El encargado de la compaginación debe simplemente traducir sus propios juicios a la selección de encabezados, al uso de fotografías y a la disposición de las páginas para no apartarse de los senderos predefinidos.

Armonía Tipográfica

Restringir el uso del tipo de tamaño a una familia asegura la armonía y las matices.

variaciones que existen en cualquier familia tipográfica, ofrecen muchos errores de estilo: la monotonía.

Las familias tipográficas pueden y deben cambiar de sección a sección. Puede usarse una familia para las páginas noticiosas básicas, otra para las páginas deportivas y tal vez otra más para la página social.

Armonía con el tema y el Lector

Las familias tipográficas pueden ser combinadas en diferentes secciones del día que sus temas y lectores difieren. Los oscuros o más serios de una página deportiva pueden resultar inadecuados para la sección cultural.



La producción del anuncio como medio básico

El periódico es un medio complementario, sobre todo cuando el anuncio publicado en los periódicos sirve como apoyo a campañas realizadas en otros medios.

Es de muy importante para ser tomado en cuenta cuando se habla de producción, pues en tal caso los anuncios para los diversos medios deben ser congruentes en estilo, tomando en cuenta que el anuncio debe capturar la atención del lector.

Cuando el anuncio va a ser publicado solamente en periódicos, deben tomarse en cuenta las características específicas del medio.



Diseño Contemporáneo de Periódicos (Modular)

DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN MÓDULOS PARA PAGINAS INTERIORES DEL PERIÓDICO



El cambio básico aceptado por los periódicos del grupo contemporáneo como necesario para mejorar su apariencia, fue una disposición para descomponer el formato de la página en módulos, cada uno de los cuales contiene diversos elementos gráficos que pueden ser dispuestos con libertad de colocación.

La apariencia es parte esencial pero sólo parte de esa personalidad. A fin de cuentas, el contenido debe tener prioridad en el diseño de un periódico. En todo caso, la meta es presentar las noticias en la forma más efectiva.

9. La formación en columnas permite recortar los artículos y acollarlos sin necesidad de guardar toda la edición.

10. Un considerable porcentaje de lectores compra los periódicos para localizar anuncios que les ofrecen la oportunidad de hacer buenas compras o enterarse de los productos. Este hábito lo aprovechan los publicistas al hacer su plan de medios.

11. La mayoría de los diseñadores certifica sus diseños ante la Secretaría de Comunicaciones la circulación de sus publicaciones, lo que da al anunciante que su anuncio será eficaz.

12. Para determinar el rendimiento de la publicidad no se toma en cuenta el precio, sino el costo por millar de lectores que se determina mediante la siguiente fórmula:

Costo del anuncio X 1000/número de ejemplares vendidos = Costo por millar de lectores

13. En periódicos existe una diversidad de públicos, de alcance nacional y local, con características que dan personalidad a cada una de sus publicaciones. Los periódicos también contribuyen a satisfacer la necesidad de publicidad, por lo que los diarios publican secciones especializadas y dedican además páginas enteras y espacios más pequeños intercalados entre la información, destinados a anuncios comerciales.



10
15

Descripción de las Características

1. Tiene dos clases de públicos: primario y secundario; el lector primario es aquel que compra el periódico y el secundario es aquel que lo disfruta sin haberlo comprado.

2. En el caso de los periódicos, especialmente de los diarios, la distribución es mucho más diadica. Debido a la rapidez de las rotativas, estas entregan cada una de las secciones del periódico alzada, doblada y cortada, dejando pendiente solamente, el juntar todas dentro del doblez de la primera sección.

3. La esencia del periodismo es la información pero dentro de ella, el periodista profesional tiene el deber de formar la opinión de sus lectores y de adoptar conocimientos que aumenten su acervo cultural.

4. Los costos de producción de los periódicos son relativamente bajos debido a que los papeles de impresión son económicos y las tintas para periódicos escasamente llegan a significar el 15% del costo de una publicación.

Los periódicos contemporáneos utilizan:

- Colores vivos pueden ser usados en dos formas: Una para decorar en anuncios e ilustraciones; la segunda, funcionalmente, en gráficos y tablas, en imágenes que organizan páginas y guían al lector.
- Resúmenes y breves: éstos están ligados a la historia y son muy fáciles de encontrar y de leer.
- Recursos gráficos: son los mapas, citas, sidebars (notas vinculadas con el tema), cuadros, etc. Todos captan la atención de los ojos del lector y resaltan la historia.
- Composición modular: se refiere a que todas las historias son cuidadosamente montadas en un montón de formas rectangulares.

La portada

En la mayoría de los periódicos la portada es una mezcla de reportaje tradicional y el mercado moderno que trata de saber qué vende más. La tendencia mostró la portada como un menú que mostraba imágenes del contenido, mientras guiala a los lectores a través de lo mejor del periódico.

Páginas de deportes

En esta sección, las fotografías hacen las noticias. Las páginas de deportes incluyen algunas cosas que no se encuentran en la televisión.

Páginas de variedad

Las secciones más comunes que los periódicos ofrecen son: -Temas de la vida cotidiana. -Cuestionamientos sociales. -Entrevistas: música, cine, farándula, programación de TV. -Comidas: recetas de cocina, consejos de nutrición, tips de cocina.

14
11

-Moda, salud y viajes:
Por lo general estas páginas tienen un poco de más libertad, pueden ser con mayor colorido, combinadas con fotos, o, si la fotografía lo permite puede ser recortado.

Páginas editoriales y de opinión: Son unas de las más vivas tradiciones en los periódicos americanos. Estas páginas tienen un formato universal. En muchos periódicos estas páginas se encuentran dentro de las primeras 15.

Secciones especiales: En ocasiones, se diseñan páginas especiales, que llevan más trabajo en fotos o en ilustraciones. Los temas por tratar son: temas típicos o de moda, como el SIDA, reportajes especiales como las olimpiadas, visita del papa, avances tecnológicos, etc. Muchos de los periódicos tienen diversidad de estos reportajes sobre temas comunes al año para ofrecer al lector variedad.

12

Características de un Periódico

Dentro de los medios de comunicación el periódico se distingue por lo siguiente:

- 1 Tiene capacidad de llegar a los más diversos públicos.
- 2 Es el medio impreso que se distribuye con mayor rapidez.
- 3 Es un medio informativo y formativo.
- 4 Su precio es bajo al alcance de todas las clases sociales.
- 5 Se puede adquirir por suscripción.
- 6 Tiene varias capacidades de alcance.
- 7 Satisface muchas necesidades del lector.
- 8 Acepta todas las ideologías.
- 9 Aunque es un medio efímero, su contenido puede ser fácilmente archivado.
- 10 Abundará sus lectores asiduos y permanentes.
- 11 Su circulación es generalmente certificada.
- 12 Los costos publicitarios en periódicos son los más bajos.
- 13 Es un medio selectivo.

13

Bibliografía

González Alonso, Carlos
1995

Principios Básicos de Comunicación
Editorial Trillas, IV Edición

Fraser Bond
1978

Introducción al periodismo,
México

Beltrán, Raúl Ernesto
1989

Publicidad en medios impresos, México, Editorial Trillas,
II Edición

20

4.4 Plan Creativo de Acetatos

Cambios en el diseño de los acetatos: Como parte del proceso y como aspecto importante en el diseño, hubo necesidad de reducir de 15 acetatos a 13, porque como sabemos, lo más importante en el diseño de los acetatos son las imágenes para facilitar la comprensión del tema, también hubo necesidad de cambiar el tamaño del tipo de letra de 14Pts. a 24Pts; de justificar el texto hacia la izquierda, y de disminuir de un 30% a un 20% el porcentaje de la pantalla que se utilizó como fondo. Todos estos elementos, se decidieron de esa manera para lograr que el diseño de los acetatos fuera totalmente legible y que permitiera despertar y retener la atención del estudiante.

- a. **Definición:** Transparencias, hojas de acetato sobre las cuáles se escribe o se representa lo que se desea proyectar.
 - b. **Objetivo:** Motivar al estudiante, a que éste se sienta interesado en conocer más sobre el diseño de periódicos y su diagramación.
 - c. **Medio de difusión:** Los acetatos como parte integral del proyecto deben ser entregados al catedrático del curso el día correspondiente al tema de diagramación para poder ser proyectados a los alumnos de Diseño Visual.
 - d. **Grupo Objetivo:** Estudiantes cursantes del curso de Diseño Visual, correspondiente al Programa de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
 - e. **Lugar en el que se distribuirá:** Aula correspondiente al curso de Diseño Visual, asignada por la Coordinación del Programa de Diseño Gráfico.
 - f. **Dimensiones y características:** Formato tamaño carta (8.5" X 11") vertical. Al igual que el diseño del folleto, se consideró utilizar los mismos conceptos y elementos de diseño, lo cual permite que haya unidad en el diseño del material.
- Elementos de diseño:** Titular, texto, gráficas; con el objetivo de facilitar la comprensión y fijación del tema, pantallas de fondo, líneas punteadas; las cuales denotan movimiento y líneas de 4pts. para denotar solidez y confianza. La tipografía utilizada es Garamond de 24 Pts. la cual permite una mejor y mayor legibilidad al momento de proyectar los acetatos
- g. **Colores:** El color utilizado es el B/N, ya que logra transmitir adecuadamente el tema.
 - h. **Técnica utilizada:** Diagramación, (digital), escaneado.
 - i. **Medio de reproducción:** Es el Offset por el costo y el color.
 - j. **Bocetaje y elaboración de acetatos:**

Propuesta Final ACETATOS

Diseño y Diagramación de Periódicos

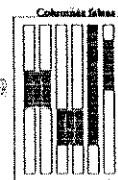
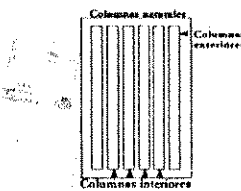
El diseño de la página de un periódico

Dado que la función del periódico es comunicar, el cumplimiento de esta función deberá ser también la meta del diseño. Consiguientemente el diseño debe ser orgánico, lo que quiere decir que debe crecer basado en su contenido pero manteniendo a la vez la continuidad que hace que los lectores exclamen ante cada número "éste es mi periódico".

Periódicos

El periódico es el medio tradicional del género prensa, y se produce en dos medidas clásicas: Estándar y Tabloide. El formato tabloide usa de cuatro a seis columnas en columnas naturales y falsas.

Su principal función consiste en presentar las noticias por escrito.



Diseño y Diagramación de Periódicos

Una página de un periódico presenta generalmente la siguiente estructura.

Estructura de un Periódico

Zona de cabecera → **NOMBRE** → Clavillo

Zona de referencia → **PREMIOS**

Diseño y Diagramación de Periódicos

Estructura de un Periódico

Para decidir el formato a utilizar es muy importante tener en cuenta factores tales como: Disponibilidad de elementos, objetivos, materias primas, máquinas y el ambiente social y entorno en donde se vaya a introducir.

Las medidas aproximadas de un periódico estándar son de 38cm x 58cm, y se compone de 8 columnas; las de un tabloide 29cm x 38cm y se compone de 5 columnas.

Formación en columnas de las planas de periódicos

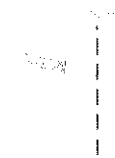
Diseño
y Diagramación
de
Periódicos

Diagramación de Periódicos

Tiene mucho que ver con el estilo del periódico o del medio. Por diagramar se entiende, la técnica de distribuir el material informativo en las páginas de un periódico, con un estilo establecido en forma flexible.

En cuanto a su función artística, buscará conseguir siempre un efecto estético a través de un equilibrio óptico que conjunte el gusto visual y la mayor facilidad para la lectura.

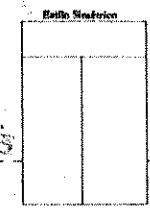
Pueden mencionarse los siguientes estilos en el diagramado: Simétrico, Horizontal, Vertical, Mixto, Balanceado, de Contraste, de Equilibrio, de Abrazadera, Quebrado, Descendente y Agregado.



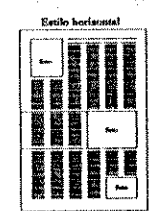
Diseño
y Diagramación
de
Periódicos

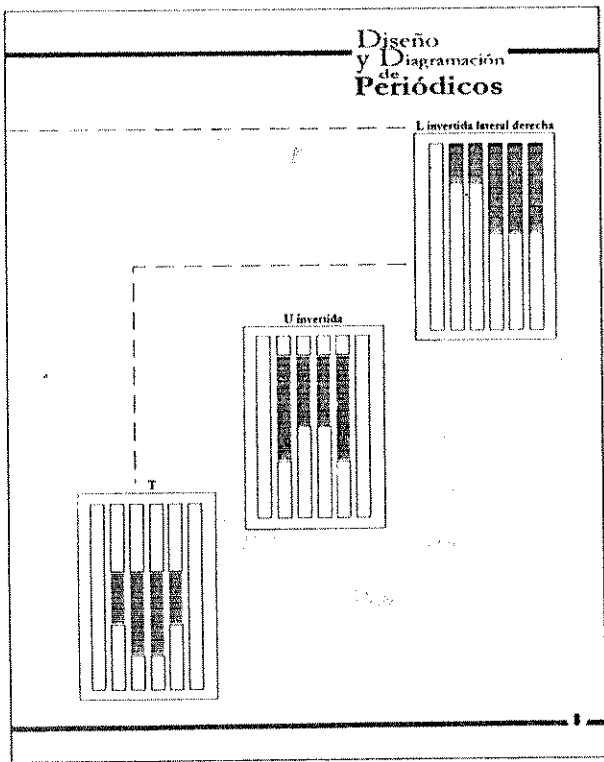
Estilos de Diagramar

Estilo Simétrico: Se utiliza donde la página se divide en dos o más partes iguales, cada una de ellas conteniendo un mensaje.



Estilo Horizontal: Consiste en dividir la página en espacios rectangulares de bases anchas. Su tipo de letra es más grande y el espacio de los textos más reducido (este estilo es muy común en periódicos tipo tabloide).





Diseño y Diagramación de Periódicos

Estilos de Diagramar

Estilo Vertical:
 Sigue el curso normal de las columnas naturales que sirven de guía para hacer unidades rectangulares verticales. Al ser el espacio más angosto se logra más sobriedad en la presentación de sus titulares.

Estilo Mixto:
 Es la combinación de figuras apaisadas y rectángulos. En posición vertical u horizontal existen cuatro combinaciones: L invertida lateral izquierda y derecha, U invertida y T.

The complex block contains two main sections. The top section, titled 'Estilos de Diagramar', describes the 'Estilo Vertical' and includes a diagram showing a vertical column of text with a smaller rectangular box to its right. The bottom section describes the 'Estilo Mixto' and includes a diagram showing four vertical columns of varying heights, with the first being the tallest and the others to its right, labeled 'L invertida lateral izquierda'.

Diseño
y Diagramación
de Periódicos

Diseño Contemporáneo de Periódicos (Modular)

DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN MÓDULOS
PARA PÁGINAS INTERIORES "EL PERIÓDICO"

El cambio básico aceptado por periódicos del grupo contemporáneo como necesario para mejorar su apariencia, fue una disposición para descomponer el formato de la página en módulos.

En todo caso, la meta es presentar las noticias en la forma más efectiva.

Diseño
y Diagramación
de Periódicos

Los periódicos contemporáneos utilizan:

- Color: estos pueden ser usados en dos formas: una para decorar en anuncios e ilustraciones; la segunda, funcionalmente, en gráficos y tablas, en titulares que organizan páginas y guían al lector.
- Resúmenes y breves: éstos están ligados a la historia y son muy fáciles de encontrar y de leer.
- Recursos gráficos: son los mapas, citas, sidebars (notas vinculadas con el tema), recuadros, etc. Todos captan la atención de los ojos del lector y resaltan la historia.
- Composición modular: Se refiere a que todas las historias son nítidamente montadas en un montón de formas rectangulares.

Diseño
y Diagramación
de
Periódicos

Armonía Tipográfica

Las familias tipográficas pueden y deben cambiar de sección a sección. Puede usarse una familia para las páginas noticiosas básicas, otra para las páginas deportivas y tal vez otra más para la página social.



Armonía con el tema
y el Lector

Las familias tipográficas pueden ser cambiadas en diferentes secciones debido a que sus temas y lectores difieren.

Diseño
y Diagramación
de
Periódicos

La Armonía en la
Compaginación
del Periódico

El encargado de la compaginación se interesa en tres tipos de armonía:

- 1) La apariencia general de las páginas debe armonizar con el carácter ó personalidad del periódico;
- 2) Los tipos deben armonizar entre sí y
- 3) Las páginas especiales deben armonizar con sus temas y lectores.



Diseño
y Diagramación
de
Periódicos

Compaginación

El material a publicarse en el cuerpo de una edición periódica se debe organizar de acuerdo con su valor objetivo y con su ubicación; existe un método clásico para determinarlo. Si tenemos, por ejemplo un diario de 24 páginas, se anota una columna de números ascendentes y a su lado otra de números descendentes, hasta el límite de hojas de la edición.

Ejemplo:	
1	24
2	23
3	22
4	21
5	20
6	19
7	18
8	17
9	16
10	15
11	14
12	13

CAPÍTULO V

COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LAS PIEZAS

5.1 Generalidades

La prueba se realizó a estudiantes del curso de Diseño Visual I, correspondiente al 2do. Ciclo del Programa de Diseño Gráfico, en el salón T-2 108, de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en Octubre de 1,999.

Para comprobar la eficacia de los acetatos como material didáctico, se procedió a tomar, del total de la población una muestra de 56 estudiantes, el cual está constituido por 20 hombres y 36 mujeres, comprendidos entre las edades de 17 a 34 años.

Para la comprobación de la eficacia, se realizó una encuesta a los estudiantes; a quienes se les cuestionó sobre los elementos de diseño y comprensión del tema; y una voleta para el catedrático del curso quien evaluó los aspectos de diseño en el folleto. Como prueba de la comprobación, se procedió a grabar la exposición.

La encuesta se basa en tres aspectos:

1. Datos del informante: Para conocer el grupo objetivo a quien va dirigido el material, el estudiante responde sobre características de edad, sexo y si es repitente o no del curso.
2. Opinión sobre elementos de diseño: Se cuestiona sobre aspectos varios como: diagramación, justificación de texto, tipografía, gráficas, y si la información contenida en el material es suficiente para aclarar el tema.
3. Opinión sobre comprensión del tema: Utilizada para observar si el estudiante comprendió el tema expuesto.

5.2 Presentación de datos

Datos del informante

Edad: para una mejor tabulación, fue necesario dividir la muestra de la siguiente manera: De 17 a 21 años, quienes representan un 91.07%, y de 22 a 34 años que representan un 8.93% del total.

Sexo: los resultados estuvieron distribuidos de la siguiente forma: 36 personas del sexo femenino, que representan un 64.29%, y 20 personas del sexo masculino que representan el 35.71%.

Repitentes: solamente son 5, lo que representa un 8.93% .

La tabulación de los datos obtenidos reveló los siguientes resultados:

Opinión sobre Elementos de Diseño

Pregunta 1: La diagramación utilizada en los acetatos es agradable.

A lo que un 66.07% afirmó estar totalmente de acuerdo, en comparación con un 33.93% que estuvo parcialmente de acuerdo y un 0% en desacuerdo.

Por lo que se deduce que la diagramación utilizada en el diseño de los acetatos es agradable y fue aceptada como tal.

Pregunta 2: El tipo de justificación de texto, es agradable a la vista.

Referente a éste cuestionamiento, se obtuvo que un 76.79% estuvo totalmente de acuerdo, mientras que un 23.21% estuvo parcialmente de acuerdo y un 0% en desacuerdo.

Por lo que se considera que en la composición en el diseño de los acetatos es agradable, por lo que permite una mejor visibilidad.

Pregunta 3: La tipografía utilizada, es totalmente legible.

Como respuesta se obtuvo que un 92.86% estuvo totalmente de acuerdo, un 7.14% afirmó estar parcialmente de acuerdo y un 0% en desacuerdo.

Por lo que se comprueba que la tipografía utilizada es la correcta, pues permite una mejor legibilidad y comprensión del tema.

Pregunta 4: La información contenida en el material es suficiente para aclarar el tema de Diagramación de Periódicos.

A tal afirmación se comprueba que un 78.57% está totalmente de acuerdo, mientras que un 17.86% afirma estar parcialmente de acuerdo y un 3.57% en desacuerdo.

Lo que demuestra que ciertamente, la información contenida en los acetatos es suficiente para conocer y comprender un poco más sobre el tema, tomando en cuenta el grupo objetivo al que éste va dirigido.

Pregunta 5: Las gráficas utilizadas se relacionan con los textos y ayudan a una mejor comprensión del tema.

A lo que un 87.5% afirmó estar totalmente de acuerdo, mientras que un 12.5% parcialmente de acuerdo, y un 0% en desacuerdo.

Con lo cual se considera que las gráficas como parte del diseño de los acetatos no causan confusión, ni duda, sino que éstas contribuyen a una mejor aceptación y comprensión del tema.

Efectuando un promedio simple, se comprobó que un **80.36% está totalmente de acuerdo con la efectividad de la pieza**, en comparación con un 18.93% que consideró estar parcialmente de acuerdo y un 0.71% en desacuerdo.

Opinión sobre comprensión del tema

Para una mejor tabulación, los datos se concentran en respuestas correctas y respuestas incorrectas.

Pregunta 1: Medio tradicional del género PRENSA, se reproduce en forma más rápida y económica. Periódicos (respuesta correcta) un 85.71%, Folleto (respuesta incorrecta) un 12.5% y un 1.79% no respondió.

Pregunta 2: Los periódicos se producen en dos medidas clásicas que son: Estándar y Tabloide (respuesta correcta) un 75% y respuestas incorrectas en un 25%.

Pregunta 3: El diseño de los periódicos contemporáneos, se caracteriza por dividir el formato en:
Módulos (respuesta correcta) respondió un 53.57% mientras que en Módulos (respuesta incorrecta) sólo un 44.64% y un 1.79% que no contestó.

Pregunta 4: Qué es lo que más resalta de un periódico tabloide
Diagramación (respuesta correcta) en un 67.86% y en tipografía o color (respuesta incorrecta) solamente un 32.14%.

Con los resultados anteriores, se pudo comprobar que en promedio; un 70.54% de los estudiantes encuestados respondió correctamente, mientras que un 28.57% respondió incorrectamente y un .89% no respondió.

Con lo cual, se consideró efectivo el diseño y contenido de los acetatos.

Como último paso y para comprobar **la eficacia del folleto**, se entregó un boleta al catedrático del curso, a quien va dirigido dicho material.

En la boleta se realizó tres preguntas directas con dos respuestas claras : Si o No. En la boleta se evaluaron aspectos como:
Si la información contenida en el folleto es suficiente para aclarar el tema, si por su diseño logra llamar la atención y si están utilizados adecuadamente todos y cada uno de los elementos de diseño, tales como titulares, texto, diagramación, ilustraciones; por lo que se asegura una mejor comprensión del tema.

El catedrático del curso respondió satisfactoriamente que Sí a todas y cada una de las afirmaciones.

Con lo cuál se pudo comprobar la eficacia del folleto en un 100%.

CONCLUSIONES

Al utilizar la comunicación gráfica, se logró alcanzar el objetivo general que es, el de contribuir por medio del Diseño Gráfico a mejorar la calidad del proceso de enseñanza aprendizaje en los cursos de Diseño Visual, correspondiente al Programa de Diseño Gráfico.

En base a los objetivo planteados, se pudo comprobar que el estudiante indicó haber comprendido fácilmente el tema de diagramación de un periódico, por medio de la elaboración de un folleto y 13 acetatos; los cuales constituyen el material didáctico, con el cual estudiantes y catedrático señalaron haber estado de acuerdo con su utilidad y funcionalidad.

El diseño de las piezas logró transmitir adecuadamente el tema, facilitando su comprensión y retención; por lo que se concluyó en que el diseño de las mismas es funcional.

RECOMENDACIONES

Por ser un material didáctico de apoyo para el curso de Diseño Visual, se recomienda verificar si el material está completo y si el retroproyector está disponible y en buen estado, con el fin de contribuir a largo plazo al mejoramiento de la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje en el Programa de Diseño Gráfico.

Es necesario también, establecer un lugar específico como la sala-gabinete o en el depósito de material a fin de que sea de fácil acceso para el catedrático.

El material está diseñado de tal manera, que el alumno también tenga acceso a su información, por lo que el catedrático del curso es el indicado de reproducirlo para sus alumnos. El medio de reproducción sugerido es el offset por el costo y el color.

BIBLIOGRAFÍA

- | | |
|---|--|
| Artur T. Turnbull y
Russell N Baird
1,997 | Comunicación Gráfica, México,
Editorial Trillas, 3ra. Edición. |
| Beltrán, Raúl Ernesto
1,989 | Publicidad en Medios Impresos
México, Editorial Trillas, 2da.
Edición. |
| Ediciones Castell
1,982 | Diccionario enciclopédico
Hachette Castell, |
| Edmund C, Arnold | Diseño Total de un Periódico,
México |
| Fraser Bond,
1,986 | Introducción al Periodismo,
México, Editorial Limusa, 1ra.
Edición. |
| González Alonzo, Carlos
1,995 | Principios Básicos de
Comunicación, Editorial Trillas, IV
Edición. |
| Guía General del Proceso
De Graduación.
1,997 | Facultad de Arquitectura,
Programa de Diseño Gráfico,
USAC, Guatemala. |
| Nerici, Imídeo Guisepppe
1,985 | Hacia una didáctica General
Dinámica, Argentina, Editorial
Kapelusz, 3ra. Edición. |
| Santizo, Américo
S.F. | Carta Guía FARUSAC |
| Zetina de León, Silvia
Angelita | Folleto Informativo respecto de la
red Curricular del Programa de
Diseño Gráfico, Guatemala. |

GLOSARIO

Bocetar: Esbozo o bosquejo, ensayo que se realiza antes de empezar una obra.

Composición: Es reunir de forma estética elementos dados, en un espacio determinado.

Diagramación: Es la distribución apropiada de varios elementos tales como tipografía, ilustraciones, etc.

Diagramación cargada: Tipo de diagramación en el que el espacio dado está lleno de elementos innecesarios.

Diagramación vacía: Tipo de diagramación en la cual, el espacio determinado carece de elementos suficientes.

Formato: Tamaño de un material impreso que incluye longitud, anchura y número de hojas.

Interlineado: Espacio adicional entre líneas.

Justificación: Término que en la tipografía se refiere al margen o eje por el cual se rigen los bloques de texto.

Periódico: Publicación editada con cierta prioridad. Puede ser diaria o semanal. Su principal función es presentar las noticias por escrito.

Pica: Medida formada por 12Pts. y 6 picas forman 1pulg.

Punto: Equivale a 0.01384 pulgadas

Tamaño del tipo: Es la dimensión que abarcan todos los trazos principales de las letras en un renglón.

Tipo: o fuente del tipo, grupos de letras, números, signos y símbolos que reúnen las mismas características.

Tipografía: Texto dentro de un material impreso.

Titular: Es el nombre que resume la historia.

ANEXOS

Encuesta

SEGUNDA PARTE:

OPINIÓN SOBRE COMPRENSIÓN DEL TEMA

INSTRUCCIONES:

Marque con una X la respuesta elegida

1. Medio tradicional del género prensa, se produce en forma más rápida y económica
a. Folleto b. Periódico
2. Los periódicos se producen en dos medidas clásicas que son:
a. Estándar b. Modular
Y Tabloide y columnar
3. El diseño de los periódicos contemporáneos, se caracteriza por dividir el formato en
a. Columnas b. Módulos
4. Qué es lo que más resalta de un periódico tabloide
a. Tipografía b. Color c. Diagramación



BOLETA No.



COMPROBACIÓN DE EFICACIA DE PIEZAS DE DISEÑO (Encuesta a estudiantes)

OBJETIVO: Contribuir a mejorar el proceso de enseñanza aprendizaje a largo plazo, en el Programa de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala

DATOS DEL INFORMANTE:

EDAD: SEXO: M F REPENTE: SI NO

PRIMERA PARTE:

OPINIÓN SOBRE ELEMENTOS DE DISEÑO

INSTRUCCIONES:

A continuación se le plantean una serie de preguntas relacionadas con el tema de "Diseño y Diagramación de Periódicos", sobre elementos de Diseño y comprensión del tema; contenido en el material didáctico que se le presentó.

Responda, clara y sinceramente marcando con una X.

ACETATOS

1. La diagramación utilizada en los acetatos agradable
Totalmente de acuerdo Parcialmente de acuerdo Desacuerdo
2. El tipo de Justificación de texto, es agradable a la vista
Totalmente de acuerdo Parcialmente de acuerdo Desacuerdo
3. La tipografía utilizada es totalmente legible
Totalmente de acuerdo Parcialmente de acuerdo Desacuerdo
4. La información contenida en el material es suficiente para aclarar el tema de Diagramación de periódicos
Totalmente de acuerdo Parcialmente de acuerdo Desacuerdo
5. Las gráficas utilizadas se relacionan con los textos y ayudan a una mejor comprensión del tema
Totalmente de acuerdo Parcialmente de acuerdo Desacuerdo

NO SE DEBE ESCRIBIR EN ESTE ESPACIO PARA USO EXCLUSIVO DEL ENCUESTADO
DATOS DEL ENCUESTADO: María Lorena Palacios Marroquin
Guatemala, de Septiembre de 1999
HORA: SEÑAL:

OBSERVACIONES:

Boleta



COMPROBACIÓN DE EFICACIA DEL FOLLETO (Encuesta a catedrático)

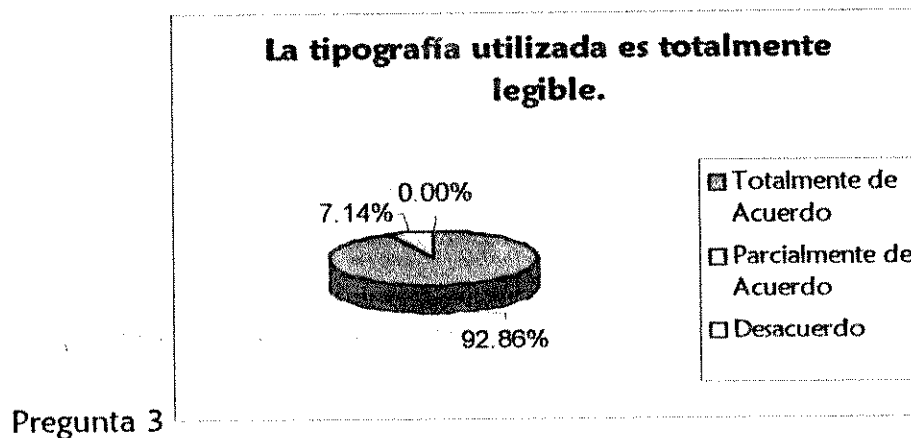
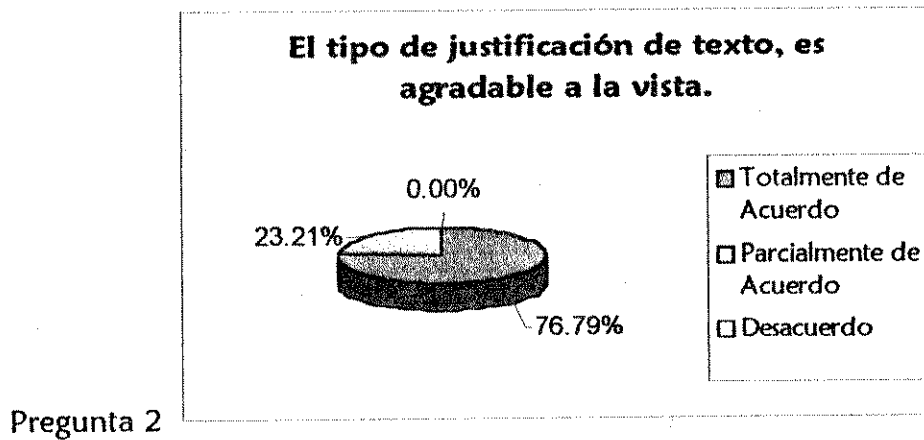
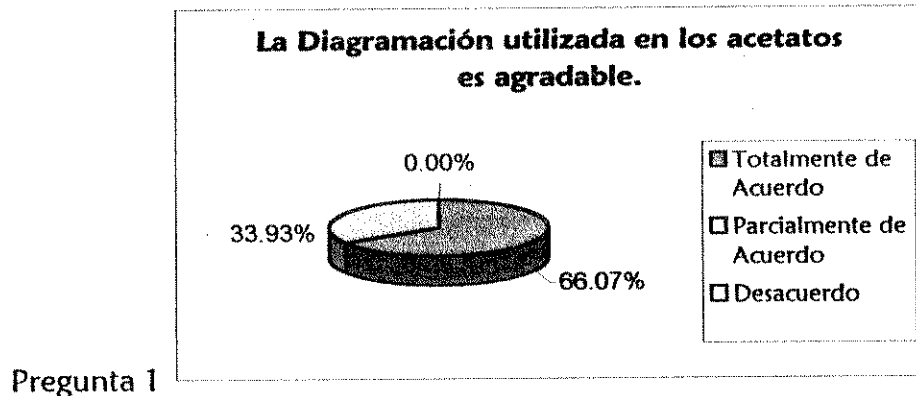


OBJETIVO: Contribuir a mejorar el proceso de enseñanza aprendizaje a largo plazo, en el Programa de Diseño Gráfico

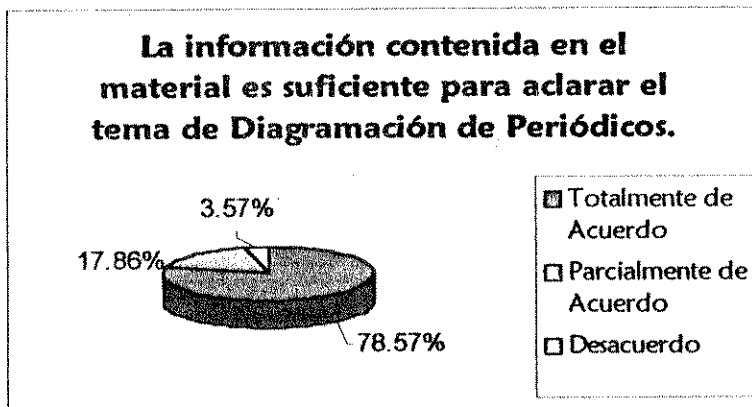
CONDUCTA A OBSERVAR	SI	NO
1. La información contenida en el folleto, es suficiente para impartir la clase y explicar sobre el tema de Diseño y Diagramación de Periódicos		
2. Por su diseño, el folleto logra llamar fácilmente la atención		
3. Para una mejor comprensión del tema, en el diseño del folleto, los titulares, texto, diagramación, ilustraciones, color, están utilizadas adecuadamente, por lo que hay unidad.		

RESULTADOS DE LA COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LOS ACETATOS

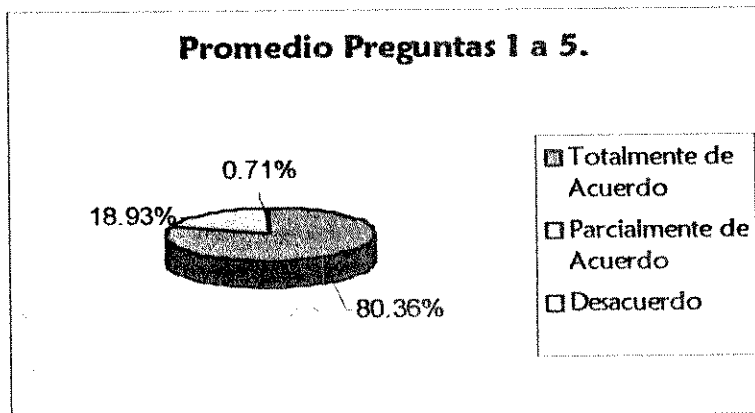
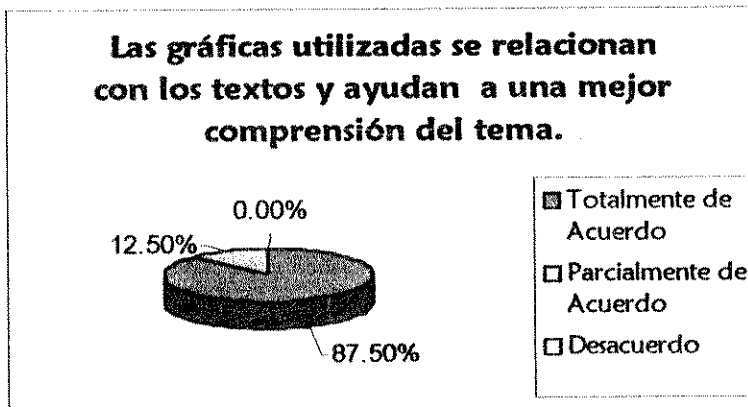
Opinión sobre Elementos de Diseño



Pregunta 4



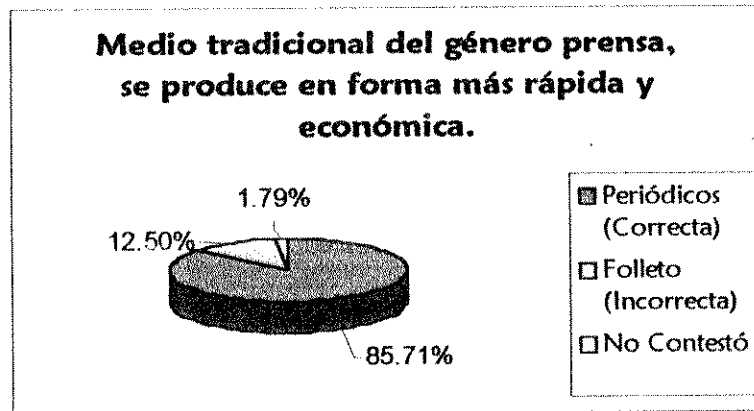
Pregunta 5



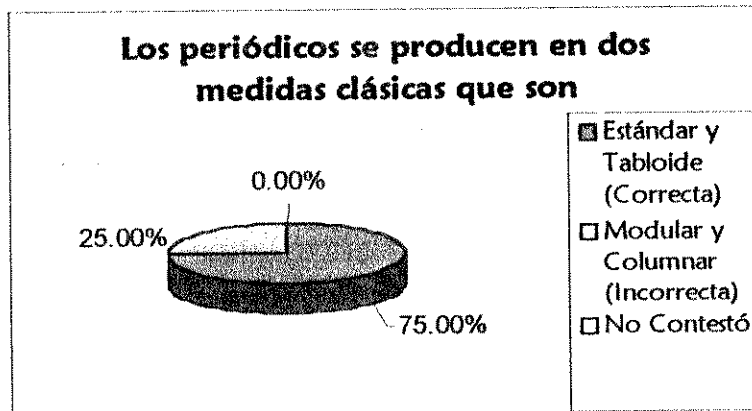
1234567890

Opinión sobre Comprensión del tema

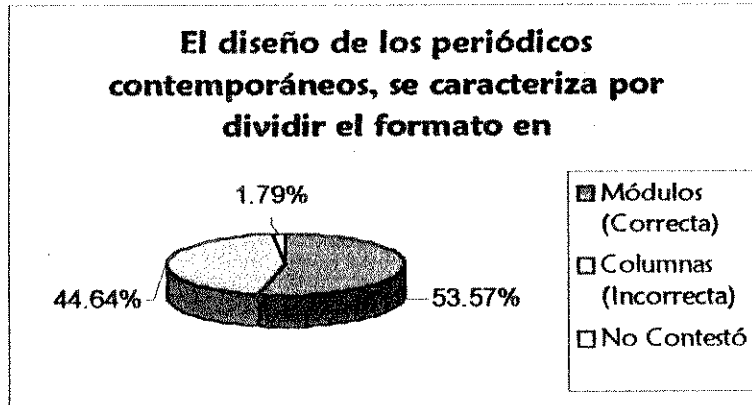
Pregunta 1



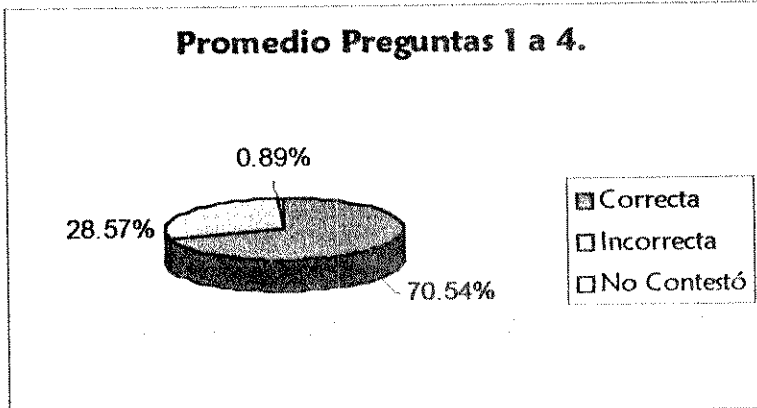
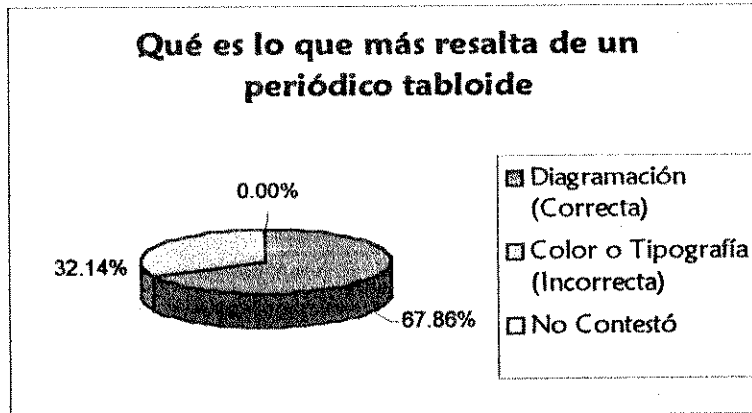
Pregunta 2



Pregunta 3



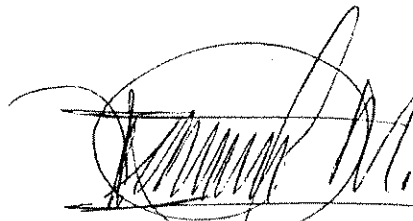
Pregunta 4




IMPRÍMASE



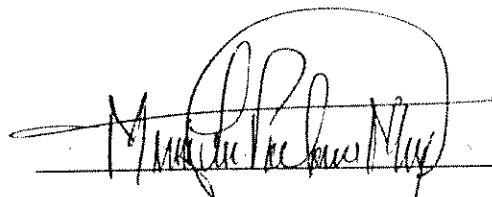
Arq. Rodolfo Portillo Arriola
DECANO



D.G. Marco Antonio Morales
ASESOR



Arq. Leonel de la Roca
ASESOR



María Lucrecia Palacios Marroquín
SUSTENTANTE