



*qué escribo en la
editorial de éste mes...*



*sólo quiero llegar a la tierra
para leer una buena revista...*

W j

*...no existe nada mejor
que ver una revista
con buenas fotografías...*

*...mi mamá me dijo
que el diseño sí importa.*

Herramienta didáctico pedagógica
enfocada a la enseñanza del diseño editorial
de revistas en Chile

Área temática

*pero...de qué
estamos
hablando?*

S

aprendizaje

*en aprender
está la clave...*

q

1.1 Aprendizaje

1.1.2 Factores que participan e influyen en el proceso de aprendizaje

1.1.1 Definición

Los seres humanos estamos constantemente aprendiendo en diferentes formas, ya sea naturalmente o guiados, aplicando diversas estrategias para lograrlo.

En los siglos pasados predominaba la noción simplista y errónea de que "aprender era memorizar", hasta que el alumno pudiera repetir las mismas palabras de los textos del compendio o las palabras del profesor. A partir del siglo XVII predominó la fórmula de comenio, intelectus, memoria et usus: primero, la comprensión reflexiva; después, la memorización de lo comprendido; finalmente, la aplicación de lo que ya fue comprendido y memorizado. En la época actual, se ha comprobado que la mera explicación verbal del profesor no es tan esencial e indispensable para que los alumnos aprendan; sirve para iniciar el aprendizaje, pero no necesariamente para integrarlo y llevarlo a buen término.

El proceso de aprendizaje es bastante complejo. Se puede "aprehender" súbitamente un hecho, una consecuencia o una información aislada; pero el aprendizaje definitivo de un conjunto sistemático de contenidos, implícitos en una asignatura, es un proceso de asimilación lento, gradual y complejo.

La esencia de "aprender" no consiste en repetir mecánicamente textos de libros ni en escuchar con atención explicaciones verbales de un profesor. Consiste, en una actividad mental intensiva en la que el alumno se dedica al manejo directo de los datos de la materia, procurando asimilar su contenido.

Estructura biológica.

Componente personal dependiente de la genética asociada.

Inteligencia.

Considerada como el grado necesario para comprender y procesar información, así como elaborar respuestas y acciones de pensamiento.

Contexto social.

Posibilidades de aprendizaje que se desarrollan en vinculación con otros, tanto en el círculo social inmediato como en global.

Motivación.

Focalización del individuo para satisfacer determinadas necesidades percibidas. Es un elemento dinámico, conativo, de impulso a la acción.

Operaciones mentales.

Referidas al conocer y el pensar; desde lo percibido hasta los procesos cognitivos más complejos como la reflexión, la imaginación, etc.

Desarrollo histórico personal del individuo.

Experiencias preliminares sumado a lo que actualmente es, entendidos como producto de una evolución y desarrollo en el tiempo.

Componentes emocionales.

La experiencia del individuo con el mundo se da en ambientes afectivos, generando tanto aprendizajes como sentimientos en cada sujeto en particular. Así estos factores se integran y configuran una personalidad particular que caracteriza la forma como se enfrenta el sujeto a los aprendizajes los aprendizajes.

1.1.3 Modelos de aprendizaje y adquisición de conocimiento

En los últimos años, se ha reformulado el enfoque educacional en Chile, llegando a la conclusión de que sus bases, en cuanto a la adquisición de conocimientos por parte del alumno, se sustentan principalmente en tres autores que en conjunto generan el "modelo" constructivista. Se habla de *Jean Piaget* con su teoría genética, *Lev S. Vigotsky* con el modelo de aprendizaje sociocultural y *David P. Ausubel*, con su aporte del aprendizaje significativo. En resumen, *Piaget* da importancia a la creación de estructuras operatorias y enfatiza el proceso individual de construcción del conocimiento, primando el desarrollo sobre el aprendizaje; *Vigotsky*, por su parte, se centra más en la actividad personal del alumno mediada por el contexto y pone sobre todo su empeño en ver de qué modo la línea cultural incide en la natural, entendiendo el desarrollo como la interiorización de medios proporcionados por la interacción con otros, por lo que el aprendizaje puede suscitar procesos evolutivos que sólo son activos en este tipo de situaciones: el desarrollo viene guiado y conducido por el aprendizaje. Finalmente *Ausubel*, quien representa la teoría de aprendizaje significativo, referido éste tanto a un contenido con estructuración lógica propia, como a aquel material que potencialmente puede ser aprendido de modo significativo. Los dos primeros autores descritos conciben el aprendizaje como una reestructuración progresiva de la información, sin embargo, *Ausubel*, lo ve como una integración progresiva y motivada de conocimientos que se agregan a una estructura cognoscitiva mayor, que ya posee el alumno.

Se debe tener en cuenta que las distintas explicaciones acerca de cómo se aprende, aunque son válidas, resultan parciales; en la actualidad falta por desarrollar una teoría global, propiamente educativa, acerca de el proceso de enseñanza-aprendizaje. La teoría del aprendizaje significativo, integrada en lo que se ha llamado marco constructivista, es la que ofrece un mayor poder para comprender éstas situaciones.

1.1.3.1 Constructivismo

1.1.3.1.1 Definición

Al hablar de constructivismo se está haciendo mención a un conjunto de elaboraciones teóricas, concepciones, interpretaciones y prácticas que junto con tener un cierto acuerdo entre sí, poseen también una gama de perspectivas, interpretaciones y prácticas bastante diversas, que hacen difícil el considerarlas como una sola.

El punto común de las actuales elaboraciones constructivistas está dado por la afirmación de que el conocimiento no es el resultado de una mera copia de la realidad preexistente, sino de un proceso dinámico e interactivo a través del cual la información externa es interpretada y re-interpretada por la mente que va construyendo progresivamente modelos explicativos cada vez más complejos y potentes.

Esto significa que se conoce la realidad a través de los modelos que cada individuo construye para explicarla y que estos modelos siempre son susceptibles de ser mejorados o cambiados.

El constructivismo es una filosofía del aprendizaje fundada en la premisa que, como producto de las experiencias de cada persona, se construye una propia comprensión del mundo en que se vive. Cada individuo genera sus propias reglas y modelos mentales que utiliza para dar sentido a sus experiencias.

El aprendizaje, por lo tanto, es el proceso de ajustar los modelos mentales de cada individuo para acomodarse hacia nuevas experiencias.

1.1.3.2 Aprendizaje significativo

Ausubel fue influenciado por los aspectos cognitivos de la teoría de Piaget, y planteó su Teoría del aprendizaje significativo, desarrollando modelos instruccionales basados en estructuras cognitivas.

1.1.3.2.1 Definición

El término "significativo" alude tanto a un material de conocimientos con estructura lógica propia como a aquel que pasa a tener "significado" para el alumno, una vez que lo va adquiriendo. El sentido "lógico" al cual se alude, implica contenidos no arbitrarios, claros, verosímiles, es decir, el contenido es intrínsecamente organizado, evidente y lógico. El segundo es el sentido "psicológico" y se relaciona con la comprensión que se alcance de los contenidos a partir del desarrollo psicológico del alumno y de sus experiencias previas. Aprender, en términos de esta teoría, es realizar el tránsito del sentido lógico al sentido psicológico, hacer que un contenido intrínsecamente lógico se haga significativo para quien aprende.

1.1.3.2.2 Estructuras cognitivas

Para Ausubel la estructura cognitiva consiste en un conjunto organizado de ideas que preexisten al nuevo aprendizaje que se quiere instaurar. Los nuevos aprendizajes se establecen por "subsunción". Esta forma de aprendizaje se refiere a una "estrategia" en la cual, a partir de aprendizajes anteriores ya establecidos, de carácter más genérico, se pueden incluir nuevos conocimientos que sean específicos o subordinables a los anteriores. Los conocimientos previos más generales permiten "anclar" los nuevos y más particulares. Los conceptos previos que presentan un nivel superior de abstracción, generalización e inclusión se denominan "organizadores avanzados" y su principal función es la de establecer un puente entre lo que el alumno ya conoce y lo que necesita conocer.

Desde el punto de vista didáctico, el papel del docente es el de identificar los conceptos básicos de una disciplina dada, organizarlos y jerarquizarlos para que desempeñen su papel de organizadores avanzados.

1.1.3.2.3 Clasificaciones del aprendizaje según Ausubel

Para explicar su teoría, Ausubel clasifica los aprendizajes a partir de dos criterios: uno referido al tipo de aprendizaje, y otro referido al proceso.

Respecto del *tipo de aprendizaje* éste puede ser:

- a) **repetitivo**: donde lo aprendido se relaciona arbitrariamente con los contenidos anteriores
- b) **significativo**: dónde el nuevo material se asocia sustancialmente con la estructura cognitiva previa.

En cuanto al *proceso de aprendizaje*, referido a las estrategias mediante las cuales se le presentan los contenidos al alumno, se encuentran:

- a) **aprendizaje receptivo**: presentación de contenidos de manera total y acabada, de una sola vez, o
- b) **aprendizaje por descubrimiento**: donde se permite que éste descubra e integre por sí sólo lo que ha aprendido.

1.1.3.2.4 Condiciones para que el aprendizaje sea significativo:

- a.** El alumno ha de mantener una cierta predisposición inicial hacia lo que se le enseña. Por ello, son necesarias estrategias motivadoras que provoquen su atención.
- b.** El contenido que se ha de aprender debe tener sentido lógico, es decir, ser potencialmente significativo, por su organización y estructuración.
- c.** El contenido debe articularse con sentido psicológico en la estructura cognitiva del alumno, mediante su anclaje con conceptos previos.

En síntesis, Ausubel diseña una teoría de aprendizaje que construye sobre lo que él llama procesos de subsunción, siendo la construcción de significados el elemento clave de todo el proceso. Para ello, los contenidos que hay que aprender, han de ser potencialmente significativos, es decir, han de poder relacionarse de manera estructurada con los esquemas u organizadores de conocimientos previos.

1.2 Mapas Conceptuales

1.2.1 Definición y desarrollo

El mapa conceptual es una representación gráfica, esquemática y fluida, donde se presentan los conceptos relacionados y organizados jerárquicamente. Para hacer un mapa, en primer lugar, es necesario, seleccionar los conceptos que son representativos de un tema y los términos que lo configuran.

Después se ordenan jerárquicamente, de los más generales a los más específicos; se trata de presentar primero los conceptos que tienen un mayor poder de inclusividad, que son "subsumidores" de otros que los van precisando y detallando. Por último, se establecen relaciones mediante flechas y palabras enlace; generalmente, los conceptos se pueden relacionar de muchas maneras, pero se deben elegir aquellas que expliquen mejor el tema.

La clave del uso exitoso de los mapas conceptuales está en saber escalar los niveles de inclusividad de los conceptos: los conceptos más amplios e integradores deben constituir la base de la planificación, los conceptos más específicos y menos inclusivos sirven para seleccionar las actividades y materiales de enseñanza más específicos.

En términos más gráficos puede decirse que la parte superior del mapa conceptual o los conceptos más destacados determinan las actividades de planificación general y la parte inferior o conceptos gráficamente menos destacados se refieren a las actividades y materiales de enseñanza específicos.

La riqueza práctica de los mapas conceptuales está en su concisión y su fuerza visual que proporciona una visión global de un programa.

1.2.2 Relación con teorías de adquisición de conocimiento

Las teorías dan lugar a técnicas didácticas, de este modo, nace desde el aprendizaje significativo el desarrollo de mapas conceptuales.

El aprendizaje significativo consiste en integrar la nueva información en los conocimientos previos. El mapa conceptual es la representación esquemática y fluida de estos contenidos. Éste muestra el funcionamiento del aprendizaje necesario para "aprender a aprender", fundamento básico del constructivismo, aplicado a la nueva reforma educacional.

Esta concepción explica de una manera interactiva la construcción del conocimiento que realiza el alumno cuando aprende.

Señala la necesidad de que el profesor o generador de contenidos los organice bien para su asimilación, al mismo tiempo que pone énfasis en el esfuerzo que tiene que realizar el alumno para relacionar lo nuevo con lo que ya sabe. Entiende que el profesor dirige y ayuda en el sentido que marcan las intenciones educativas y destaca, a diferencia de otros enfoques, el papel protagonista del alumno cuando aprende, cuyos resultados dependen de las relaciones que pueda y quiera establecer.

El mapa conceptual surge como un instrumento para facilitar este tipo de aprendizaje; está pensado tanto para organizar los contenidos como para movilizar la actividad constructiva del alumno. En las técnicas que antes mencionábamos, los resultados del aprendizaje eran sólo la consecuencia directa de la acción del profesor sobre el alumno y los contenidos, y no el producto de las interacciones entre todos los factores que caracteriza al proceso educativo.

1.2.3 Aplicación del mapa conceptual en la didáctica instruccional

El mapa conceptual se aplica tanto en la enseñanza como en el aprendizaje.

En la enseñanza se utiliza como presentación de la información; presentación que posibilita una memorización visual, ofrece una visión de conjunto, hace reparar en ideas importantes, proporciona una secuenciación de los contenidos y puede emplearse como organizador previo permitiendo estructurar con mayor facilidad la nueva información, pues organiza las ideas previas para que el alumno esté preparado para recibir el nuevo contenido.

En el aprendizaje, supone un proceso de elaboración; elaboración que posibilita el trabajo en equipo, exige un esfuerzo intelectual al identificar conceptos centrales y generar relaciones entre ellos, despierta la implicación afectiva, promueve la responsabilidad, favorece la organización de las ideas y estimula la creatividad.

1.2.4 Funcionalidad en el aprendizaje significativo y en el constructivismo

Todas las posibilidades que se han descrito favorecen que el proceso de enseñanza-aprendizaje reúna las condiciones para que el alumno lleve a cabo el aprendizaje significativo y pueda realizarlo cada vez con mayor nivel de autonomía.

Para que el alumno aprenda significativamente es necesario que los contenidos tengan significatividad, es decir, que sean tanto coherentes, claros y organizados (significatividad lógica), como acordes con el nivel de desarrollo y los conocimientos previos del alumno (significatividad psicológica); y que éste encuentre sentido a realizar el esfuerzo intelectual para relacionar la nueva información con lo que ya conoce (motivación).

Aunque resulta clarificador referirse a distintas condiciones, hay que tener en cuenta que estos factores son, interdependientes. Características como la visión de conjunto o la secuenciación de los contenidos ayudan a que éstos tengan significatividad; la implicación afectiva y la responsabilidad favorecen la motivación o el sentido para aprender. Pero también, cuando a un alumno se le facilita la comprensión, se le da una buena razón para que encuentre sentido al aprendizaje, al tiempo que una buena motivación facilita que realice un esfuerzo por comprender. El alumno se desenvuelve atribuyendo a la vez significado y sentido a lo que debe aprender en función de lo que ya conoce.

Por otra parte, y éste es el aspecto que más se suele destacar, el mapa conceptual favorece la autonomía del alumno al facilitarle el control de su proceso de aprendizaje.

Ya se ha dicho que le permite tomar conciencia de lo que sabe, pero sobre todo le pone de manifiesto los mecanismos que intervienen, ayudándole a comprender mejor sus propios procesos de pensamiento.

El mapa representa relaciones entre conceptos y al expresar con ellas distintos significados, muestra que el aprendizaje es una construcción personal producto de las ideas que ya se tienen y del esfuerzo que se realiza por relacionarlo con lo nuevo. Aprender significativamente requiere una actividad intelectual, pero supone siempre la capacidad de utilizar realmente lo aprendido y la posibilidad de seguir aprendiendo. El alumno que trabaja con mapas conceptuales aprende que los contenidos que memoriza comprensivamente son esquemas de conocimiento y que estos conforman una estructura organizada.

1.2.5 Diferencia entre esquemas y mapas conceptuales

A diferencia de los esquemas, los mapas conceptuales presentan los conceptos y las proposiciones fundamentales en un lenguaje explícito y conciso, mostrando las relaciones entre las ideas principales y acentúan visualmente las relaciones jerárquicas entre los conceptos. En los esquemas no se muestran con claridad las relaciones de supraordinación y subordinación que existen entre los principales conceptos y proposiciones; por esta razón, el mapa conceptual es una herramienta de gran valor al momento de aprender nuevos conocimientos o de organizar ideas, pues implica conocer a cabalidad el contenido presentado, reconocer sus puntos fuertes y establecer relaciones coherentes entre los elementos.

enseñanza

*acuérdate de lo
que te enseñé...*



1.3 Enseñanza

1.3.1 Definición

Al ser el auténtico aprendizaje un conjunto de experiencias concretas de carácter reflexivo sobre los datos de la materia, es evidente que la enseñanza auténtica consistirá en proyectar, orientar y dirigir esas experiencias concretas de trabajo reflexivo de los alumnos, sobre los datos de la materia o de la vida cultural de la humanidad.

Enseñar es, fundamentalmente, dar a los alumnos oportunidad de manejar inteligente y directamente los datos de una disciplina, organizando, dirigiendo y controlando experiencias fructíferas de actividad reflexiva.

En síntesis, *"enseñar es dirigir con técnicas apropiadas el proceso de aprendizaje de los alumnos en una materia"*.

1.3.2 Elementos fundamentales en el proceso de enseñanza-aprendizaje

Se reconocen seis elementos fundamentales en el proceso enseñanza-aprendizaje: el **alumno**, el **profesor**, los **objetivos**, la **materia**, las **técnicas de enseñanza** y el **entorno social, cultural y económico** en el que se desarrolla. Los alumnos y profesores constituyen los elementos personales del proceso. Los objetivos sirven de guía en el proceso. La materia, por su parte, constituye la sustancia, el conocimiento que es necesario transmitir de profesor a alumno y debe ser asimilado por éste. Constituyen las técnicas de enseñanza, los medios y métodos a través de los cuales se realizará la labor docente. Por último, el entorno social, condicionante en gran medida el proceso.

didáctica

*así es más fácil
aprender!!*



1.4 Didáctica Pedagógica

1.4.1 Definiciones

a) La didáctica es la disciplina de carácter práctico y normativo que tiene por objeto específico la técnica de la enseñanza, esto es, la técnica de dirigir y orientar eficazmente a los alumnos en su aprendizaje.

b) Definida en relación con su contenido, la didáctica es el conjunto sistemático de principios, normas, recursos y procedimientos específicos que se aplican para orientar al alumno en el aprendizaje de las materias teniendo en cuenta los objetivos educativos.

1.4.2 Fundamentos del método didáctico para la docencia

Considerando el aprendizaje como una actividad mental que le permite al sujeto que aprende la adquisición de conocimientos, hábitos y actitudes relacionando nuevas ideas con las que ya posee de manera organizada y no arbitraria, así como la retención y utilización de los conocimientos originando una modificación de la conducta en pro de una mejor adaptación a su medio, para que se produzca un aprendizaje significativo es preciso coherencia en la estructura interna del material y secuencia lógica en los procesos involucrados. Además, los contenidos deben ser comprensibles desde la estructura cognitiva que posee el sujeto que aprende.

El método didáctico es la modo óptimo de relacionar enseñanza con aprendizaje ya que se encarga de encontrar la mejor forma de enseñar determinada asignatura, de manera organizada y siempre planificada; por ende, forma parte importante del proceso de aprendizaje, que es el fin último de ésta relación.

La didáctica pedagógica busca el modo más efectivo de presentar conocimientos sólidos a las estructuras cognitivas ya presentes en el alumno, de manera que estos nuevos conocimientos sean comprendidos claramente para ser aplicados posteriormente por el individuo en el medio en el cual se desenvuelve.

1.5 Comunicación Visual

1.5.1 Introducción

El mundo cambia a cada segundo, la globalización y los constantes avances tecnológicos permiten y exigen mantenerse comunicados.

El desarrollo de nuevos productos y servicios avanza de igual modo, generando una competencia cada vez más grande para lograr ocupar un sitio en el mercado. Aquí es donde el diseño de comunicación visual cumple un rol estratégico, pues si el diseñador cumple con su función de transmitir eficazmente una idea o concepto, logra comunicar y generar una buena imagen del "producto" en el mercado. Sin embargo, para que esta cualidad se cumpla, el diseñador debe manejar la información necesaria respecto del proyecto, y junto con ello, conocer y utilizar elementos gráficos (técnicos y de conocimientos teóricos) para así poder combinarlos de manera que logre su objetivo de forma clara y directa.

El cómo se transmite una determinada información es fundamental para lograr la comunicación, y para ello es necesario que el diseñador conozca qué es lo que quiere comunicar y a quién quiere hacer llegar ese mensaje. Por su parte, el diseño en sí, apoyado en la Gestalt, debe constituir un todo, donde cada una de sus partes cumpla una función específica que aporte además al conjunto. Ahora, para que cada parte cumpla su función debe ser cuidadosamente elegida por el diseñador, quien debe encontrar la mejor combinación de estos elementos para lograr un buen resultado.

1.5.2 Definición

Comunicación visual es prácticamente todo lo que se ve fuera del individuo. Imágenes con distintos valores según el contexto en el que estén insertas, entregando informaciones diferentes. Entre tantos mensajes que viajan en distintos medios, se puede reconocer al menos dos formas de comunicación: intencional o casual.

Una comunicación casual puede ser interpretada libremente por quien la reciba, en cambio una comunicación intencional, debería ser recibida en el pleno significado requerido en la intención de quien la emita. La comunicación visual intencional puede, a su vez, ser examinada bajo dos aspectos: el de la información práctica y el de la información estética. Por información práctica, sin el componente estético, se entiende, por ejemplo, un dibujo técnico, una foto de actualidad, una señal de tránsito, etc. Por información estética se entiende un mensaje que nos informe, por ejemplo, de las líneas armónicas que componen una forma, las relaciones volumétricas de una construcción tridimensional, las relaciones temporales visibles en la transformación de una forma en otra (la nube que se deshace y cambia de forma).

1.5.3 El mensaje visual

La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales, que forman parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre los sentidos, sonoros, térmicos, dinámicos, etc. Por ello se presume que un emisor emite mensajes y un receptor los recibe. Pero el receptor está inmerso en un ambiente lleno de interferencias que pueden alterar e incluso anular el mensaje. Al suponer que el mensaje visual está bien proyectado, de manera que no se deforme durante la emisión, llegará al receptor, pero allí encontrará otros obstáculos. Cada receptor tiene algo que se puede denominar "filtros", a través de los cuales ha de pasar el mensaje para que sea recibido. Suponiendo que finalmente el mensaje llegue a su fin, una vez atravesada la zona de interferencias y los filtros, llega a la zona interna del receptor, denominada zona emisora donde éste construye una respuesta frente a una amplia gama de posibilidades.

1.5.4 Elementos básicos del diseño

Los diseñadores pueden manipular los elementos siempre que tengan conocimiento de ellos y de lo que en sí representan, ya que en el ámbito del diseño es muy importante el factor psicológico para conseguir el propósito que se busca: comunicar. Por tanto, se debe tener en cuenta lo que puede llegar a expresar o transmitir un color, una forma, un tamaño, una imagen o una disposición determinada de los elementos que debemos incluir.

El diseño debe servir de vehículo al propósito final que tenga nuestro mensaje, a la imagen que se quiere transmitir.

Para desempeñar su función el diseñador necesita una serie de requisitos:

- Información sobre lo que se va a comunicar.
- Elección de los elementos adecuados.
- Componer dichos elementos de la forma más atractiva posible.

1.6 Didáctica y Comunicación Visual

1.6.1 Introducción

Hoy en día, en la mayoría de las enseñanzas de enfoque pedagógico, el mensaje no sólo está contenido en textos para leer una y otra vez, la imagen ha adquirido cada vez más importancia como apoyo a la enseñanza presencial con el profesor o a la indirecta, mediante cursos en línea o CD ROM.

En cualquier caso, hoy los contenidos se apoyan y refuerzan con material audio visual, láminas, imágenes, libros ilustrados, tablas, infografías, etc. Material que no sólo se aplica en todo tipo de enseñanza que lo requiera, sino que además adquiere mayor importancia en el área del diseño de comunicación visual, pues no sólo se analiza su efectividad en la entrega de contenidos, sino que además se valora y estudia el material visual en sí, pues es el ámbito de trabajo del usuario.

La didáctica, como proceso de transmisión de conocimientos estables y utilizables, supera la antigua idea de la enseñanza donde el aprendizaje se concebía como una tabla raza donde se vaciaban conocimientos. Posteriormente se avanza a una entrega de conocimientos mediante mensajes transformados sólo en textos. Más aún a nivel universitario, donde los libros aumentaban su contenido y por ende su número de páginas; sin embargo, de este modo sólo se percibían páginas y páginas de texto casi infinito, en donde sólo presentaba variaciones que podían llegar a distintos números de columnas. Hoy en día, la comunicación visual ha hecho su aporte y está demostrado, que puede lograr traducir información importante, concentrando miles de palabras en imágenes, que traducidas en tablas o infografías contienen y explican de eficaz la misma o más información que antes ocupaba gran espacio en los libros. Los textos o discursos son sistemas lineales, secuenciales que provocan una expectativa que queda compensada por la retención de la memoria; pero la imagen y el esquema son no lineales, son superficie y pueden presentar simultáneamente varias informaciones. Hay, por parte del ojo y la percepción general, una exploración libre.

"Hay que reconocer la dialéctica entre la linealidad de lo escrito y la pregnancia de la forma visual en la imagen o el esquema."
(Joan Costa)

1.6.2 Modos de aprehender la realidad

- a) Percepción y registro de datos por medio de la sensibilidad, los sentidos.
- b) Reflexión, la comprensión o el trabajo mental que la actitud autodidacta elabora con esos datos.

Ambos son modos complementarios e indisolubles de esta cadena que es la integración de conocimientos al campo de conciencia del individuo.

1.6.3 Definición de gráfica didáctica

De manera simple, la grafica didáctica es el aprendizaje y asimilación de conocimientos por vía visual. Sin embargo, ésta no es la ilustración que acompaña al texto, sino el resultado de la combinación de elementos icónicos, sígnicos, lingüísticos y cromáticos aplicados con fines diversos en el ámbito variado del diseño y que se orientan en el sentido de una didáctica visual y pueden ser aplicados en distintas áreas.

Su objetivo es el la funcionalidad más evidente en la representación y presentación de mensajes de conocimientos y también en la descripción visual de informaciones que no son de naturaleza óptica. No se excluye el componente estético, aunque no es su fin. En resumen es 100% pragmática pues se esfuerza por hacer comprensibles (comprender y aprehender) lo complejo y abstracto.

Grafica, según Jack Bertin, es una "*disciplina cuyo objetivo es visualizar nociones y fenómenos complejos, conceptos abstractos, datos estadísticos y planificaciones estratégicas cuya base representacional es la formalización de mensajes lógicos*".

La palabra gráfica, en su función didáctica, se inscribe en el plano del "grafismo funcional", conjunto diverso de aplicaciones de bi media: imagen-texto o imagen+discurso, con fines utilitarios mediante la cual los individuos reciben informaciones de diversa índole y reaccionan a ellas, como por ejemplo la comunicación publicitaria, editorial, señalética y didáctica.

La didáctica grafica emplea los procedimientos de la imagen para ayudar a los hombres a pensar a partir de informaciones pertinentes pues junto al proceso de aprendizaje existe la necesidad de conocimientos y de cultura basada en éste tipo de información, es decir, relativa a la realidad de una situación determinada.

1.6.4 Actividad didáctica del diseñador

El diseñador de comunicación visual es una pieza importante al momento de enseñar y conformará su estrategia de acuerdo a lo que enseña la teoría de la comunicación:

- a) Aislará a su público objetivo y se planteará con rigor cuál es el conjunto de conocimientos y cuál es la capacidad de esfuerzo que poseen los individuos que forman parte de su público objetivo.
- b) Intentará traducir el mensaje que recibe del grupo creador (autores) de manera que sea global y cada uno de sus temas queden dentro del nivel de inteligibilidad de su público objetivo, pero también dentro del marco de su capacidad de esfuerzo. (Esto implica que el número de elementos que se quieren transmitir sean compatibles con la capacidad de atención del receptor).

1.6.5 El diseñador debe dominar los medios gráficos

La finalidad de dominar los medios gráficos para el diseñador es 100% didáctica, quiere construir la "retentiva" del receptor, memorización del mensaje determinado y el dominio de este mensaje por el receptor de forma tal que sea utilizable en su acción sobre el mundo. Sumado a esto, el dominio de los medios gráficos permite al diseñador comunicar efectivamente el mensaje, y lo sitúa en una realidad socio-económica compartida con el receptor.

6.6 El diseñador debe conocer a su público objetivo

El diseño didáctico implica reconocer la técnica a la transmisión de un contenido, teniendo siempre en cuenta a su público objetivo. Se trata de procesos sutiles que deben ser aprehendidos, en un proceso didáctico entre el emisor y el receptor a través de un canal determinado.

1.6.7 Criterios para definir tipología de público objetivo

El público objetivo estará conformado por los individuos susceptibles de ser afectados por el traspaso de información de manera didáctica para lograr un aprendizaje eficaz y una transmisión de mensajes efectiva.

Criterios que definen esta tipología:

- a) capacidad de atención disponible.
- b) duración de la transferencia del mensaje.
- c) nivel cultural de base.

No hay que olvidar que en el ámbito de la enseñanza-aprendizaje es imperante la participación efectiva por parte del receptor: *"El motor del conocimiento es el deseo de saber, no la voluntad de enseñar"* (Eduardo Chillida). Por este grado de didactismo es que el diseñador debe hacer la información lo más transparente, comprensible y memorizable para que quien aprende la incorpore a su cultura y la utilice.

Esto pide por parte del diseñador: una clara conceptualización, conocimiento preciso de mecanismos de percepción y técnicas gráficas, en síntesis, recursos básicos para el logro de una buena comunicación visual.

1.6.8 Aspectos que el diseñador debe considerar al momento de producir una pieza didáctica

a) Aspectos técnicos:

que pueden variar mucho desde una disciplina a otra y que determinan lo que es factible o no de producir.

b) Aspectos psicológicos del diseño:

o el funcionamiento real de la comunicación en relación a los individuos que son sus destinatarios y usuarios. (Cada individuo tiene distintas motivaciones y reacciona según ellas de manera distinta, dependiendo de cual sea el mensaje).

Y, en términos de códigos visuales deberá considerar:

- a) Repertorio signico
- b) Códigos propios de cada disciplina

Ambos determinan por si mismos la naturaleza comunicacional y los alcances propios de cada "lenguaje gráfico".

1.6.9 Aplicación de lenguajes gráficos

Los lenguajes gráficos que nos ayudan a percibir más allá de la inmediatez y el alcance de la visión, y a comprender otros dominios diferentes del visual son:

6.9.1

Lenguajes que re-presentan:

o "vuelven a hacer presentes a los ojos y a la memoria", las cosas que han sido vistas o que son potencialmente visibles en la realidad. A éste ítem pertenece la reproductividad icónica; imágenes propiamente dichas que aluden a la retina directa o indirectamente, como por ejemplo lo que se ve a simple vista o a través de algún instrumento como el microscopio.

6.9.2

Lenguajes que visualizan:

o convierten en visibles cosas invisibles, para hacerlas imaginables y comprensibles. Esto corresponde a la presentación de conocimientos a modo de esquemas gráficos, que preceden a esquematizaciones, cálculos mentales, abstracciones cuya función es hacer imaginables una realidad, concebible, comprensible y manipulable por la imaginación.

1.6.10 Para lograr una comunicación efectiva

En la percepción y comprensión del contenido informativo de las imágenes involucradas en la gráfica didáctica intervienen factores que hay que tener en cuenta pues la observación de una imagen está condicionada por la cultura que define al individuo:

Factores exógenos: relacionados con la acción del medio cultural que actúa directamente.

Factores endógenos: ontogenia, psicogenia, relativos al proceso de maduración intelectual.

1.6.11 Estrategias de comunicación en el proceso didáctico

- a. **Estrategia de persuasión:** juego retórico apelando sobretudo a la sorpresa, sensación (impacto) y a la sensualidad perceptiva y la estética. (convicción x seducción)
- b. **Estrategia de mostración documentaria:** por ejemplo la edición periodística y la fotografía, esta última es "testimonio irrefutable", y de su presunción tácita de veracidad viene su convicción.
- c. **Estrategia de razonamiento:** como modo participativo dirigido a la reflexión lógica por medio de la presentación de conocimientos, la demostración y la explicitación: campo de la gráfica didáctica o mundo de la esquematización. Ésta sintetiza la información.

Lo que la pedagogía gráfica necesita:

- a. **Por parte del diseñador y de los generadores de contenidos:** buen conocimiento de la población a la cual se dirige.
- b. **Por parte de quien enseña:** educación de los alumnos en la comunicación gráfica.

De esta manera se resolverá el problema educativo que consiste en que los mensajes gráficos forman parte de las "ilustraciones simbólicas", que ya tienen una carga conceptual per se. La solución entonces es que se deben presentar ilustraciones que ya se conozcan sin ambigüedad por la mayoría de los receptores, para así crear en ellos el "modelo mental" que construye el aprendizaje a partir de la relación de las imágenes y las variables visuales y de contenidos involucradas en ellas.

1.6.12 Función didáctica óptima

La acción didáctica y de aprendizaje pasará entonces por la óptima combinación de los siguientes elementos en la muestra de contenidos

a. Función informativa verbal, ya sea directa o mediante textos).

b. Comunicación gráfica (no verbal, con ejemplos reconocibles).

Se constata que el diseño de comunicación visual es quien reúne las mejores soluciones funcionales en el campo didáctico, presentando documentos y conocimientos perfectamente legibles, reconocibles y utilizables por los individuos.

1.6.13 Disciplinas del diseño gráfico, área editorial

De acuerdo con *Joan Costa*, en su libro *Imagen Didáctica*, el diseño gráfico presenta 6 disciplinas en las cuales se aplica y predomina la imagen didáctica:

a. Editorial; b. Publicitario; c. Identidad; d. Señalético; e. Técnico; f. Embalaje

a. Producciones: libro, revista, periódicos, publicaciones diversas

a.1 Códigos: texto, ilustración, color, página, compaginación.

a.2 Estrategias: La sucesión de páginas/ La comunicación bi-media.

a.3 Efectos sociales: Información sobre datos y acontecimientos/ Opinión.

El diseño editorial implica por parte del receptor-usuario, el manejo y la manipulación, actos inherentes a la naturaleza objetual de las producciones propias de la disciplina.

1.7 Mercado de medios

Las revistas, más allá de lo llamativas que puedan ser en términos visuales y "entrettenidas" para el quien las lea son, en términos económicos, un negocio que compite en el mercado de medios.

1.7.1 Inversión publicitaria general por medios

La inversión publicitaria en Chile ha presentado un crecimiento sostenido en los últimos años. Para el año 2002 se registró un crecimiento de 16.1% para alcanzar los 951.652 millones de pesos.

La inversión publicitaria en revistas desde 1996 ha sido la siguiente, presentando en general, un alza continua.

1996	25.977
1997	26.049
1998	25.287
1999	25.666
2000	26.010
2001	31.681
2002	33.546

Fuente: Mega Time.

1.7.2 Revistas

1.7.2.1 Situación general en Chile

Los años 2001 y 2002 se puede afirmar son los de recuperación del medio en términos de inversión publicitaria.

En audiencia, el nivel de lectoría en Santiago alcanzó el 44.7% en el 2002 y continúa su incremento en la llegada al nivel socioeconómico alto, alcanzando en el 2002 una lectoría de 84.4%.

En Chile, existen más de 410 diferentes títulos de revistas que circulan en kioscos o por suscripción, aunque no todos conviven simultáneamente.

Este medio ofrece a los lectores una variada conformación de títulos que cubren variadas temáticas y preferencias, lo que permite a los avisadores y agencias llegar creativamente y de forma segmentada a los diferentes públicos y mercados.

Uno de los principales beneficios asociados a este medio es su **alta permanencia**, ya que una vez leídas **no se desechan**, se guardan con diferentes objetivos, posibilitando una reutilización y posteriores lecturas. La evidencia indica que un 60% las guarda y un 47% las recircula (Fuente ANP).

1.7.2.2

Propiedad de las revistas

Editorial televisiva	Holanda Comunicaciones	Paula Ediciones SA
Vanidades	Ercilla	Paula
Buen Hogar	Vea Publimarket	Paula Cocina
Ideas	Cine-grama	Práctica
Marie Claire	TV-grama	Nambei Chile
Elle	Miss 17	América Economía
Cosmopolitan		
Harper´ Bazaar	Editorial Tiempo presente	
Caras		
National Geographic	Cosas	Prensa Reunida
Men´s Health	Cartoon Network	Siete + 7
Macánica popular		
Geomundo	Ediciones e impresos SA	Ediciones ED SA
Conozca más		ED
Tú	Capital	Paparazzi
TV y novelas		
Condorito		
Nintendo		

Fuente: Asociación Nacional de prensa.

1.7.2.3 Penetración y audiencia de las revistas

La audiencia de las revistas alcanza un 45 % en Santiago. El nivel de lectoría es directamente proporcional entre nivel socioeconómico y nivel de audiencia. Por tipo o tema de revista, las familiares/femeninas y las de espectáculos/TV son las preferidas, seguidas por las de avisos clasificados e informativos. El nivel de su lectoría también está influenciado por la edad, donde por ejemplo leen revistas un 53% de los jóvenes y un 47% de adultos.

1.7.2.4 Destino de las revistas

Además del nivel de audiencia, otro de los atributos de este medio es su permanencia y reutilización.

Guarda por un tiempo	60.0
Colecciona	17.4
Regala *	13.8
Intercambia, presta a amigos, familiares *	13.5
Guarda para los hijos * (recortes para tareas)	12.0
Devuelve al que le prestó la revista *	5.5
Lleva a consultas o salas de espera *	2.8
Botarla	11.7

(*las revistas siguen circulando)

1.7.2.5
Situación Publicitaria

1.7.2.5.1 Sistema de operación

La mayor diferencia que existe en este medio respecto a otros está en los distintos formatos de las publicaciones. Existen más publicaciones que son del orden nacional e internacional que las del orden regional y/o zonal.

1.7.2.5.2 Compras

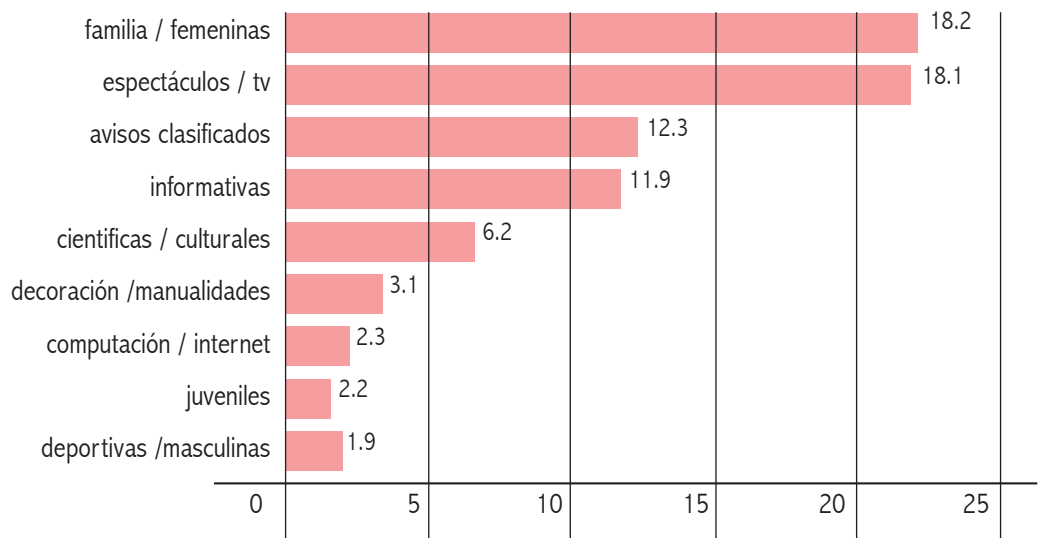
Los formatos básicos de compras en revistas son: 1 página, 1/2 página horizontal o vertical y 1/4 de página. En general, la inversión en los espacios publicitarios las realizan las agencias o sus representantes. Algunos títulos para mantener su imagen y calidad sólo comercializan avisos de color.

1.7.2.5.3 Inversión publicitaria de revistas (Mill\$)

En el año 2001 este medio da un salto en inversión publicitaria desde 26.010 millones de pesos del 2000 a 31.681 en el 2001, llegando a 33.546 millones en el año 2002. Así el crecimiento del medio frente al año anterior fue de un 6%. /Fuente, Mega Time.

1.7.2.5.4 Ranking de revistas por inversión publicitaria (Mill\$)

Las diez primeras revistas en inversión publicitaria entre el 2001 y 2002 fueron:



revistas

Las tarifas publicitarias en este medio generalmente son reajustadas cada año. El precio de una página a 4 colores en una revista femenina va desde \$1.800.000 hasta \$3.500.000. La diferencia depende de la audiencia y la circulación de la revista.

* Información estadística extraída del "Compendio estadístico de mercado de medios 2003", desarrollado por Initiative Media Servicios de medios Ltda.

1.8 Enseñanza del diseño de revistas en Chile

La diagramación es un área que atañe al diseño editorial, el cual consiste en organizar visualmente de manera clara, estructurada y coherente los elementos que constituyen la información a ser transmitida en una página, ya sea de revistas, libros, periódicos u otras publicaciones relacionadas. Es básicamente diseño de información y requiere la habilidad de procesar, organizar y presentar eficientemente la información que se entrega mediante el manejo de variables visuales que afectan tanto al discurso como a las imágenes que transitan la información. Implica la planificación y estructuración de la información para que el mensaje llegue claramente al lector. Todas estas variables convergen en el estudio del diseño de comunicación visual. En Chile, comúnmente llamado diseño gráfico, se imparte esta carrera a nivel de institutos y universidades, que incluyen el ámbito privado y estatal. En función de la cantidad de variables que deben ser reconocidas previa enseñanza del diseño editorial de revistas, es que se ha conformado esta muestra sólo por universidades, dentro de las cuales se reconocen 3 estatales y 5 de carácter privado. La selección de éstas está determinada por ser las 8 universidades más recordadas en el inconsciente colectivo al momento de nombrar instituciones dónde se imparte la carrera de diseño gráfico y está respaldado por ser las universidades que concentran la mayor admisión de estudiantes en relación a esta carrera. (Fuente [gobiernodechile.cl /mineduc.cl](http://gobiernodechile.cl/mineduc.cl))

Las universidades que comprenden este universo son:
Universidad de Chile, Universidad Católica y UTEM (Universidad Tecnológica Metropolitana) como universidades estatales y Universidad Diego Portales, Universidad Mayor, Universidad del Pacífico, Universidad Andrés Bello y Universidad Finis Terrae.

1.9 Material didáctico-educativo entorno al aprendizaje del diseño de revistas

1.9.1 Medios didácticos aplicables a la enseñanza

Entre los materiales didácticos para el desarrollo del aprendizaje, se reconocen dos grandes medios, el impreso y el digital.

Material didáctico impreso

Libros: este medio es uno de los más antiguos en la transmisión de conocimientos para el aprendizaje. Sus costos varían de acuerdo al contenido, tamaño, extensión y material del cual están hechos. De acuerdo a la manera de exponer los contenidos se encuentran:

* Libros de contenido secuencial determinado:

presentan su contenido (texto e imágenes) como pasos a seguir y, si se aplican correctamente, prometen alcanzar un óptimo resultado. Ej: manuales instruccionales, manuales técnicos, guías prácticas, etc.

* Libros de contenido mayoritariamente visual:

presentan el contenido primando las imágenes por sobre el texto. Éste es de corta extensión y de referencia para el apoyo a las imágenes, que pueden ser fotografías o ilustraciones. Ej: Libros de fotógrafos o artistas, de galerías de arte, de símbolos, etc.

* Libros que presentan sólo texto y nada de imágenes.

Visualmente no varían más allá de la combinación tipográfica, cromática y de columnas. Ej: novelas, glosarios, diccionarios, tesis, etc.

* Libros que presentan el contenido (texto e imágenes y/o ilustraciones) y dan espacio para ser intervenidos,

apoyando el aprendizaje con ejercicios prácticos que deben resolverse en el mismo texto. Ej: textos escolares básicos, textos de enseñanza del lenguaje, textos para aprender idiomas, etc.

Fichas: material que expone de manera resumida y bien acotada la información. Generalmente de pequeño formato.

Guías: material intermedio entre los libros y las fichas, pues se permite el uso de texto e imágenes pero no siempre de alta elaboración. Generalmente son de tamaño carta u oficio y el número de páginas es mayor al de las fichas, pero menor al de un libro. Se presentan contenidos de mediana extensión y se pueden combinar con hojas de ejercicios para ser desarrolladas en el mismo soporte o fuera de él.

Afiches infográficos: láminas individuales de diversos tamaños que presentan un alto nivel de contenido en una sola imagen. La información si bien es amplia está contenida toda en la misma superficie.

Revistas: material que combina texto e imágenes en un formato en que el número de páginas no sobrepasa las 150. El contenido temático, generalmente se presenta de manera sistemática y gradual, pudiendo variar de revista en revista, o continuar progresivamente si corresponde a un curso, el cual deberá ser adquirido periódicamente.

Medios digitales

CD ROM: La diferencia principal entre este medio y el anterior está determinada por el conocimiento y manejo de tecnologías de información y comunicación (TIC) que debe tener el usuario al que va dirigido el material, capacidades que se agregan al sólo hecho de poder ver y saber leer y escribir. Como contenidos nos presenta texto, imágenes y videos, lo que lo define como "multimedia".

1.9.2 Material didáctico existente para el diseño de revistas

El diseño de revistas es un área contenida en el diseño editorial; sin embargo, éste es tan amplio, que decir que todo el material editorial sirve para el diseño de revistas es erróneo. Hay temas que se pueden aplicar pero no en su totalidad. En el mercado nacional se pueden encontrar variados libros que abordan el tema editorial en general, pero no existe hasta ahora alguno que aborde el tema editorial nacional. Para ello habría que remitirse a casos más específicos como proyectos de título. Dentro del área editorial el tema que más se acerca es el de la diagramación, sin embargo material que aborde exclusivamente el diseño de revistas sólo se encuentra en libros. Existen 4 libros que abordan el tema de manera distinta, presentando casos extranjeros pues ninguno es de factura nacional. No se encuentra material anexo ni digital.

1.9.3 Tipología existente: descripción técnica, exposición de contenidos y breve análisis

El aprendizaje del diseño de revistas, enmarcado en el ámbito editorial, generalmente es estudiado por alumnos con un perfil que tiende a preferir y disfrutar del material impreso más que del digital. La interfaz es distinta, y dado que en cuanto a material de referencia directa existen 4 publicaciones, éstas serán las que finalmente conformarán la tipología existente entorno al estudio del diseño de revistas.

1.9.3.1

Diseño de revistas

Autor:

William Owen

Editorial:

Gustavo Gili S.A.

Año: 1991

Índice Contenidos Generales:

Primera parte: Historia del diseño de revistas.

Segunda parte: Nuevo diseño de revistas.

Exposición de contenidos:

Primera parte.

Contenidos:

Presenta la historia del diseño de revistas internacionales, relaciona y analiza sucesos cronológicamente, en un período que abarca desde fines de la revolución industrial hasta la época de publicación.

Presentación:

expone la información en textos de gran extensión, diagramado a dos columnas. Acompaña con ejemplos fotográficos paralelamente a los contenidos, explicando su relación y contenido en el texto general. Además agrega lecturas de fotos en cada imagen entregando los datos de nombre de la revista, año de publicación y breve explicación.

Segunda parte.

Contenidos:

divide la información en 5 sub-temas:

a. *Periodismo y arte*: habla de lo dominante e importante del contenido periodístico, cómo comunicar eficientemente a una gama determinada de lectores. Habla del periodismo como el contenido que se quiere comunicar. En relación al arte, señala que debe tener las condiciones óptimas y ser coherentes con las imágenes y el texto expuesto. En las páginas siguientes presenta sucesivos ejemplos gráficos internacionales.

b. *Estructura, síntesis y significado*: Se refiere a formatos, grillas y orden general. Cómo organizar los elementos en la página. Presentado todo en párrafos continuos sin subdivisión de temas. En las páginas siguientes presenta ejemplos gráficos internacionales.

c. *La portada*: referencia general a su impacto.

d. *Fotografía e ilustración*: referencia general a fotografías de revistas internacionales.

e. *Revistas para una era electrónica*: Se refiere la "composición digital" como el futuro, refiriéndose a las "nuevas" tecnologías, como los recién conocidos Macintosh, pero de altísimo costo.

Análisis:

El desarrollo de contenidos de la primera parte, presentado como relato en tercera persona mediante párrafos extensos, presentan información variada y de buena calidad, con ejemplos acordes y coherentes con los temas expuestos. Aunque la información es de buena calidad, los textos se hacen un tanto extensos, sin embargo, es un buen complemento, que permite el descanso breve de la lectura, el presentar ejemplos en paralelo a los contenidos. Se produce una buena relación y coordinación de imagen y contenido que sitúa cronológicamente al lector. En la segunda parte, el análisis de las estructuras de una revista es muy general y todo se presenta de corrido, aunque hacen buenas relaciones, éstas no son de mucha profundidad.

1.9.3.2
Nuevo Diseño
de revistas
Autor:
Jeremy Leslie
Editorial:
Gustavo Gili S.A.
Año: 2000

revistas

Exposición de contenidos:

Formato: 2 páginas de texto acerca de quien y cómo se define el formato de una revista. Cual es el formato Standard y como algunas revistas retan este tamaño fuera del ámbito comercial, destacando su creatividad por sobre la economía y su duración de vida en los mercados internacionales.

Portadas: se desarrolla el tema de cuál es su función y como esta participa en el mercado y el marketing para captar lectores. Propone sus funciones comerciales y cómo distribuir los elementos que la componen, como el nombre y sus titulares.

Cadencia : reflexiona entorno a la coherencia que debe tener la revista en el modo de cómo mostrar sus contenidos y en qué orden los ubica en la revista para lograr un mejor impacto y llegada de la información al lector.

Palabras: desarrolla el tema tipográfico y cómo el texto no sólo debe preocupar e n cuanto a legibilidad para la entrega de contenidos, sino que puede ser utilizado como medio para impactar, ilustrar y romper esquemas en la presentación de algún tema.

Imágenes: analiza la dupla texto-imagen que componen las revistas, y de cómo el estilo e estas últimas pueden definir la línea gráfica su línea gráfica. Incluye también el tema que involucra el uso de nuevas tecnologías aplicadas a la toma de la fotografía y el retoque e intervención para su publicación.

Nuevo diseño de revistas desarrolla el tema del diseño de revistas dado el aumento notorio de publicaciones alrededor del mundo, más allá de las predicciones que veían morir la imprenta.

Presenta sus contenidos por capítulos donde aborda una variable del diseño en 2 páginas, seguidas de numerosos ejemplos internacionales y rematada por el análisis de una revista de renombre internacional que se relacione directamente con el capítulo.

Al comienzo de cada capítulo se cita la frase de algún director de arte de renombre en torno al tema tratado.

Análisis:

El libro presenta contenidos interesantes que logran cautivar al lector; sin embargo, sólo 2 páginas se "hace poco", queriendo leer un poco más antes de ver los ejemplos, que se identifican por una pequeña reseña que acompaña la página dónde aparecen. Todos ejemplos internacionales.

1.9.3.3
Diseño de
revistas:
pasos para
conseguir
un mejor diseño.
Autor:
Stacey King
Editorial:
Gustavo Gili S.A.
Año: 2000

Exposición de contenidos:

Acerca de la retícula: nociones para demostrar cómo se hace una retícula, como hablan los diseñadores sobre ella y como puede ayudar a crear una estructura para la revista.

El proceso creativo: habla acerca del proceso creativo para una revista y los tiempos reales para su desarrollo, muy diferentes a los plazos que redefinen en las escuelas de diseño. Qué guía este proceso y como llega a su fin, ejemplificado por algunos diseñadores.

Diseñar para tener éxito: preguntas y respuestas con Samir Husni, "Mr Magazine", profesor de periodismo de la universidad de Mississipi, quien anualmente publica cómo y cual es el comportamiento de las revistas en el mercado.

Evolución de una revista: como cambia el diseño de una revista a lo largo de su vida puede reflejar los estilos de cada época y las tecnologías aplicadas. Al interior de esta, los cambios también están determinados por la entrada o salida de directores periodísticos o de arte. Ejemplifica con revistas de larga trayectoria.

La era de la publicidad: relación entre publicidad y editorial. Intereses editoriales de contenido, versus economías de mercado y dependencia entre estos dos factores.

11 pasos hacia un rediseño logrado: como afecta el rediseño a una revista.

Dos renombrados consultores de diseño norteamericano señalan 11 pasos para lograr un resultado efectivo.

La estructura general del libro presenta 6 temas desarrollados y analizados por la autora, presentando texto e imágenes que ejemplifican y generan el contexto visual. Luego una serie de 3 revistas son analizadas partiendo por una descripción general, el porqué es un material que funciona, y posteriormente analiza variables visuales y de contenidos más destacables de los ejemplos seleccionados. En todas sus páginas combina imágenes y texto, más lecturas de fotos y pequeñas referencias contextuales.

Análisis:

El diseño de este libro es mucho menos limpio que el resto a analizar.

Sin embargo, más allá de estar o no de acuerdo con la presentación general, sus contenidos son interesantes y su relación con las imágenes, más allá de su cantidad, es altamente dinámica, siempre situando al lector con referencias fotográficas y contextuales traducido en pequeñas lecturas que acompañan las fotos.

Es más dinámico e interesante en el contenido de la información.

1.9.3.4
Nuevo Diseño de
revistas 2

Autor:
Jeremy Leslie
Editorial:
Gustavo Gili S.A.
Año: 2003

Exposición de contenidos:

Cómprame: analiza revistas de gran tiraje y alta difusión como elemento de consumo.
Presentado a modo de texto continuo de mediana extensión.
Continúa con ejemplos visuales de revistas internacionales.

Tómame: analiza las revistas como imágenes de marca,
más allá de los contenidos que estas posean, su nombre las sobrepasa marcando tendencia.
Ámame, ódiame: el nuevo mundo de las micro revistas. Presenta este nuevo formato de revistas
pequeñas y generalmente de publicación independiente.

Descárgame: se cuestiona acerca del funcionamiento on-line de las revistas digitales
o la transformación y/o complemento de lo impreso con lo digital;
aún cuando los modos de entrega de información son distintos.

Guíame: analiza el punto de vista de los periódicos que han adoptado a los suplementos
como elementos de presentación de contenidos anexos a las noticias diarias.

Este libro, continuación del publicado tres años antes, continúa con el tema del diseño de revistas,
abordando ahora temas anexos que rodean el entorno de las revistas y su materialización.
Explora en su contenido diversos estilos creativos y nuevas tendencias internacionales. La estructura de
presentación comienza con la exposición y análisis del contenido del capítulo,
en textos de mediana extensión que no sobrepasan las tres páginas. Luego artículos escritos por fig-
uras prominentes en el área y finalmente, el grueso del libro, se centra en mostrar imágenes de las
revistas que cumplen las características descritas en el capítulo.

Análisis:

El aporte del libro es generar una visión panorámica acerca de la gráfica contemporánea
en torno al desarrollo de revistas; como guía visual es interesante y atractiva pero no existe análisis de
los ejemplos más allá que el general y al estar separados del texto no se genera una identificación
paralela a la entrega de información. Es definitivamente un libro de actualidad
que muestra la realidad internacional del diseño de revistas.

1.10 Análisis contextual

Las revistas en Chile son un medio que día a día crece y se abre espacio en el mercado de la comunicación masiva; ocupando el tercer lugar dentro de los medios más reconocidos y utilizados en cuanto inversión publicitaria, la que ha crecido de manera sostenida desde hace tres años en Chile. En éste mercado, son más de 410 las que actualmente circulan por los kioscos que a diario vemos en la calle, camino a la casa, al trabajo. Sin duda, son elementos reconocibles que forman parte importante de nuestra cultura y que pertenecen y se reconocen profesionalmente dentro del área editorial que atañe al diseño gráfico.

Siendo éstas, parte importante y reconocida en el ambiente gráfico, el desarrollo pedagógico que hay entorno a las revistas es pobre. Si bien no todas las universidades tienen la enseñanza de esta área definida como un ramo específico y obligatorio en la carrera, el área editorial, cuando es estudiada dentro de la planificación de asignaturas llega a ser un ramo de dos semestres de estudio, sino es aplicada transversalmente en otras asignaturas. Junto con eso, hay conocimientos que, enseñados por separado, ayudan al área editorial, como los conceptos y variables visuales entorno a la imagen y comunicación visual, semiología o algún ítem que aborde el lenguaje, fotografía, gestión y/o marketing, conocimientos técnicos de imprenta y procesos de impresión. Así todo, el área editorial, y especialmente el diseño de revistas, se está transformando en un área que ofrece un campo ocupacional cada vez mayor para los futuros diseñadores en nuestro país y aquí es donde, respaldado en lo que las universidades, quienes forman a los futuros profesionales, quieren conseguir, no concuerdan entre los conocimientos y habilidades que imparten versus la realidad que existe en el campo ocupacional en esta área. Ellos buscan formar un diseñador que entienda y refleje efectivamente lo que el usuario necesita, que sean concientes de su contexto y tengan las herramientas prácticas necesarias que le permitan desenvolverse en su medio de trabajo de acuerdo a la realidad "socio-económica" del país, en una economía abierta de gran competitividad, siendo así un aporte al desarrollo económico del país. Si en función de ello se analizan los materiales didácticos relacionados con el aprendizaje del diseño de revistas, veremos que en primer lugar no son realmente abundantes y los referentes que existen son 4 libros. Específicamente sólo uno se presenta como un libro que busca "enseñar" el diseño de revistas, los otros 3 presentan información entorno a esta y pretenden "compartir" la experiencia analizando algunos puntos centrales en el diseño de esta área editorial. Hay que reconocer que en general el contenido de estas publicaciones sí es un aporte dentro del diseño de revistas, sin embargo, la información descrita y analizada es breve en la mayoría de los casos (excepto la parte histórica del Diseño de revistas de William Owen) y su contenido se enfoca a una buena recopilación visual entorno a 4 o 5 temas centrales. Por otra parte, el aprendizaje comprende de manera significativa, el hecho de que quien reciba la información, sea no sólo capaz de reconocer el lenguaje manejado en torno a la información, sino que ésta tenga reconocimiento por su parte; que la nueva información entregada esté dentro del contexto que interesa y maneja el alumno, para que así logre procesar de manera efectiva la información, y de este modo añadirla a la que posee previamente para aplicarla en su entorno de trabajo. Ésta área, es la que no posee el material que hasta ahora existe. Ninguna publicación hace referencia a ningún ejemplo nacional, ni de manera visual, ni como ejemplo práctico, ni como modelo a seguir. Todos los ejemplos y análisis entorno al diseño de revistas, están en función de revistas internacionales, no todas conocidas en Chile, que además agregan un componente económico que, al ser desarrolladas en otros países, difieren mucho de las características y capacidades de las técnicas de imprenta, contexto económico y usuarios nacionales. Ésa es la principal falencia de estas publicaciones en función de una visión pedagógica.

1.11.1 Conclusiones Operacionales

El proceso de adquisición de conocimientos aplicados al desarrollo educativo en Chile, gira entorno al modelo constructivista. Éste, además de plantear el aprendizaje desde el "interior" del alumno, pues es él quien debe asimilar y analizar los contenidos expuestos, plantea que los modelos construidos en nuestra mente siempre son susceptibles de ser modificados y mejorados como producto de nuestras experiencias; así construimos nuestra propia construcción del mundo. Si la experiencia va de la mano con el reconocimiento del contexto social del individuo, el aprendizaje en el área editorial de revistas puede ser mejorada si existe un material que no sólo desarrolla contenidos que atañen de manera directa al área de comunicación visual, sino que complementan nuestra experiencia con ejemplos y referentes nacionales que nos ayudan a situarnos de manera conciente y real en nuestro medio. Los materiales que existen en torno a esta área no son malos, sino incompletos pues carecen de referentes nacionales, de éste modo, con esta nueva herramienta, los conocimientos pueden ser mejorados. Si el conocimiento está en "nuestra sociedad", como afirma éste modelo educativo, esta herramienta deberá buscar referentes de nuestra "realidad y contexto nacional" que permitirán acercar al alumno a su contexto social.

Uno de los principios guías del constructivismo es el que el aprender comienza entorno a quienes buscan significados. La pregunta de "quienes lo buscan", estará definiendo nuestros usuarios para esta herramienta; en nuestro caso, además apoyados en el aprendizaje significativo, que supone dentro de las condiciones para un buen aprendizaje el que el alumno tenga una predisposición inicial y que además posea conocimientos previos en función del contexto de los nuevos contenidos (además, reconocibles en su medio) es que los usuarios de esta herramienta serán estudiantes de diseño gráfico o individuos que posean y manejen conocimientos y lenguaje, a nivel universitario, en torno al área del diseño gráfico y sus aplicaciones; y quieran aprender cómo se diseña una revista en Chile, qué factores están involucrados y cómo se relacionan entre ellos para lograr un resultado eficiente y así sobrevivir en el mercado.

De manera didáctica se abordará la presentación del contenido del libro, medio impreso adecuado al usuario y contexto, y si esta define la educación con un carácter práctico pues pretende producir efectos sobre la "realidad" y el contexto en el cual el alumno se desarrolla, será obligatorio presentar y relacionar contenidos con una realidad nacional reconocible por parte de quien aprende, con datos concretos, reales y cercanos. Esto conformará un marco de información pertinente (definido dentro del ámbito de la gráfica didáctica) que facilitará el aprendizaje por parte del alumno.

En su libro de Gráfica didáctica, Joan Costa propone "en la vida debemos conocer qué es lo que hacen los otros, cómo lo hacen, y qué es lo que conviene hacer; estos son los comportamientos readaptados a través de nuestra cultura individual para la solución de problemas, realización de acciones y salida de conflictos". Por ello los contenidos del libro basados en tres factores importantes en el desarrollo de una revista (área editorial, área comercial y área gráfica) estarán basados en la realidad de nuestro medio, cubriendo más allá de la gráfica pura, pues en conjunto son los que permiten que una revista sobreviva. Así quien aprenda no sólo estará dentro de un marco de conocimientos reconocibles y cercanos, sino que tendrá datos reales para enfrentar su trabajo en el campo ocupacional del mercado nacional.

Finalmente, las universidades buscan formar profesionales concientes de su realidad económica y situación nacional, es por ello que este material editorial deberá aportar conocimientos técnicos (medios gráficos) que el diseñador debe conocer al momento de producir una revista bajo nuestro contexto nacional de sistemas de pre y post producción en el área de imprenta.

1.11.2 Conclusiones Conceptuales

Frente al material expuesto en esta investigación, que respalda el crecimiento en el área de medios de comunicación de las revistas; que expone la formación de futuros diseñadores en función del ámbito de trabajo al que deben alcanzar de acuerdo a las universidades que los forman y el material existente entorno a su aprendizaje en el área del diseño, es que se concluye, de acuerdo a los materiales didácticos para la enseñanza, en función del usuario al que irá dirigido, un libro que presente los contenidos de manera clara y organizada para lograr una buena asimilación por parte del usuario, con objetivos claros conciente de ser una herramienta pedagógica basada en una metodología didáctica; que contenga no sólo el conocimiento gráfico en torno al diseño de revistas, sino que se complemente con todas las áreas que rodean su creación, siempre manteniendo el contexto nacional en función del tipo de información que se entregue y teniendo en cuenta a quién se lo entrega y qué factores, además de los gráficos, se manejan en su producción, como los periodísticos, económicos y técnicos a nivel de impresos en el medio nacional. El que éste material, de reconocibles características didáctico-pedagógicas, deba poseer un fuerte contenido del contexto nacional, está definido por ser esta una de las carencias fundamentales dentro del material ya existente. De este modo se respalda el aprendizaje significativo en el alumno, quien, debiendo manejar un lenguaje base entorno al diseño gráfico (perteneciente al desarrollo personal histórico del individuo), reconocerá de manera efectiva la información, lo que facilitará su aprendizaje y permitirá que éste relacione y añada los nuevos conocimientos a los anteriores para aplicarlos efectivamente a su medio de trabajo (contexto social) en el área editorial de revistas en Chile.

Área proyectual

*así se cocinó
este proyecto!!*

g

definición del proyecto

y

así debe quedar!!

"Lo leí en una revista mientras esperaba en la consulta del dentista..." esta frase casi universal nos demuestra como nos es de cercano el mundo de las revistas.

Publicaciones periódicas, de mediano formato, tapizan los kioscos y acompañan a los diarios que día a día se renuevan, formando parte de lo cotidiano y reflejando nuestra cultura.

Hermanas menores de los libros, por su extensión y temática variada en contenidos, y mayores de los periódicos, por su calidad de materiales y presentación, las revistas atraen al lector pues tienen el poder de abarcar varios temas en un solo número; generalmente se presentan de manera atractiva, son fáciles de leer y en muchos casos llegan a ser "atemporales", pues su información generalmente no es vital y puede ser leída meses después de haber sido publicada.

Alrededor del mundo existen miles de revistas que abarcan temáticas tan variadas como el mundo animal, moda, música, computación y nuevas tecnologías, diseño, política, salud, actualidad, hombres, mujeres, manualidades, cocina, espectáculos, etc. Cada una apuntando a un grupo específico de lectores, con intereses específicos.

En términos de comunicación visual, las revistas apuntan al quehacer del diseño editorial; al diseño y organización de la información, aplicando en ello las habilidades de procesar, organizar y presentar esta información (verbal y no verbal) para que llegue, de manera efectiva, al lector. Sin embargo no se debe olvidar que éstas publicaciones, por muy "entretenidas y cautivantes" que se vean para el lector, son ante todo parte de un sector empresarial altamente competitivo donde, supeditados a la economía de cada país, se enfrentan a una gran batalla por la captación de anunciantes, a una presión constante por la imagen que proyectan, teniendo que mantener número a número a sus lectores y cautivar otros nuevos que pasen frente al "kiosco", dónde ya existe una gran competencia (directa e indirecta) de revistas nacionales e internacionales. Sumado a esto, hoy en día se apunta a un "lector" que rápidamente evoluciona y cambia de manera constante, viéndose día a día más cautivo de las imágenes tridimensionales ofrecidas por las nuevas tecnologías que se desarrollan tan rápido como pasa el tiempo.

En resumen, el diseñar una revista no sólo abarca el ámbito gráfico comunicacional para lograr un diseño efectivo, sino que involucra tanto a un área periodística, que genera contenidos, como a intereses económicos que permitan que ésta se mantenga viva. La combinación efectiva de estos tres elementos es lo que hace que una publicación de ésta índole se mantenga a través del tiempo. Es por ello que el diseñador no sólo debe saber aplicar conocimientos de comunicación visual sino que, siendo parte activa de una empresa económica, debe saber combinar estos conocimientos con el trabajo de un equipo multidisciplinario que involucra profesionales de distintas áreas, pero con un fin común.

Acerca de este tema, es que existen en Chile un par de libros que apuntan a la enseñanza del diseño específicamente de revistas, "Nuevo diseño de revistas" de Jeremy Leslie y "Diseño de revistas: pasos para conseguir el mejor diseño", ambas de editorial Gustavo Gili; sin embargo son de carácter internacional y apuntan directamente a una enseñanza universal aplicada a conceptos generales netamente gráficos y visuales, mostrando ejemplos prácticos de revistas internacionales que están lejos de nuestro medio y ámbito nacional; hasta ahora no existe una publicación de ésta índole que enseñe y demuestre cómo se lleva a cabo el diseño de revistas nacional e integre, para ello, a todo el equipo de trabajo, relacionando además el contexto bajo el cual se desarrolla.

El siguiente proyecto se ve motivado por la escasez de material que involucra el diseño de revistas, más aún, enfocado a una realidad nacional, donde el contexto varía desde lo que son las tecnologías de impresión, hasta el diseño que refleja la idiosincrasia del país, pasando por diferentes procesos de diseño y trabajo en equipo, situado en un plano económico específico. Esto porque quienes aprenden del diseño editorial de revistas deben siempre remitirse a textos internacionales que abordan aspectos gráficos generales sin tener referencias prácticas de ejemplos nacionales.

El proyecto pretende recopilar información en torno al proceso de diseño de revistas, desde que surge la idea editorial hasta que se concreta en la distribución de la revista a kioscos; analizarla y presentarla de manera que sitúe a quienes quieren aprender de esta área del diseño, en una realidad nacional. Expondrá aspectos gráficos, conceptos y elementos de diagramación editorial, variables visuales, sistemas de impresión utilizados y recopilará información de todos los agentes del equipo de trabajo involucrados en el proceso, desde el equipo editorial hasta los fotógrafos y agentes económicos que impliquen el desarrollo de la revista.

Por la relevancia de la información que se genere, sumado a la necesidad de darla a conocer de manera didáctico-pedagógica, se buscará generar un material impreso, pertinente con el tema investigado, que en función de su información y presentación, enseñe y sirva de referencia para el diseño de revistas en Chile.

2.3 Formulación del proyecto

En base a la investigación desarrollada con anterioridad y en función de la información recopilada y analizada entorno a la enseñanza y adquisición de conocimiento enfocada principalmente al aprendizaje entorno al diseño editorial, el siguiente proyecto se presenta como una oportunidad de generar nuevo material para la enseñanza del diseño de revistas.

En función de los resultados de la investigación base de este proyecto, es que se definen las principales características que guiarán su desarrollo; el material que se genere deberá reflejar principalmente dos características claras, en función del logro de los objetivos de aprendizaje: primero, presentarse más allá de un material con nuevos conocimientos, como un material que refleje la didáctica en el modo de plantear el aprendizaje y segundo, enfocado entorno al medio y realidad nacional.

Es por ello que el desarrollo de este material no deberá ser sólo expositivo de contenidos, sino que de alguna manera logre captar la atención del "lector-aprendiz" más allá de presentar contenidos en aparición correlativa.

A partir de ello se define la creación de un "Manual de diseño editorial de revistas" formado por fichas que a modo didáctico presentan capítulo a capítulo las principales área involucrada en el desarrollo de revistas en Chile.

2.4 Importancia del proyecto

Hoy en día en Chile el mercado nacional produce más de 20 revistas de temáticas diversas, sin contar con las de carácter privado y corporativo de reparto domiciliario. Recordemos que en el área editorial Chile ha sido pionero en Latinoamérica desde el siglo XIX y en 1902 cuando nace en nuestro país la primera revista ilustrada llamada "Sucesos" de Valparaíso, seguida por uno de los hitos más importantes de esta área editorial, la revista "ZIGZAG". A partir de ello hemos oído hablar de revistas tan variadas como "El Peneca", "Confidencias", "Eva", "Rosita", "Topaze", "Ercilla", "Ritmo", "Gol Gol", "Vea", "Que Pasa" etc. Sin embargo, en los últimos 4 años ha habido un resurgimiento y valoración de las revistas en función de hacerlas más atractivas, dónde el diseño define y diferencia el carácter de cada una. Hoy se han abierto más nichos de negocios dependientes del surgimiento de nuevos mercados económicos nacionales que modifican las costumbres de la gente. Es así como han surgido revistas de temáticas especializadas como la cata vinos y las nuevas tendencias gourmet, por ejemplo, basadas en el mercado del vino potenciado como producto estrella de Chile en el exterior.

Así el diseño comienza a cobrar importancia más allá de la clara presentación de contenidos para el lector, reflejándose en el año 2002 en la entrega de premios Altazor, donde una sección a premiar es el diseño y la creatividad, destacando el trabajo de la revista "Lat 33" entre los nominados en Artes Visuales. Finalmente si de premios se habla, el año 2002 nace la revista Fibra, la cual se transforma en la primera revista chilena en ganar dos menciones honrosas en el concurso de "The society of publication designers" (SPD), realizado en Enero de 2004 donde anualmente, desde hace 38 años, se premia el diseño editorial internacional.

Con esto se demuestra que en el ámbito nacional que involucra el área editorial, el diseño de revistas toma fuerza y genera mayor presencia día a día, llegando a competir en mercados internacionales. Es por esto que es importante estudiar y enseñar el área editorial. Sin embargo, el material existente entorno a ésta área del diseño, hoy en día gira en función de ejemplos internacionales en los que se refleja sólo una buena muestra visual de la creatividad y tecnologías que en términos concretos se alejan de la realidad técnica nacional y el medio al cual estas publicaciones se ven enfrentadas en Chile.

Dada la importancia creciente del diseño editorial de revistas en Chile y la carencia de material de enseñanza que además refleje la realidad nacional, es que se valida y justifica la creación de un material didáctico que refleje el proceso de desarrollo de revistas enmarcado en el medio editorial nacional, teniendo en cuenta además que cada revista que se diseña se hace en función de quien la lee, reflejando la idiosincrasia de dónde ésta se produzca.

Definición del proyecto:

El siguiente proyecto se define como un medio estratégico para aplicar la didáctica pedagógica respecto de la enseñanza del diseño editorial en Chile.

Definición conceptual: el proyecto es un medio para aplicar el modelo de enseñanza-aprendizaje fundamentada en el modelo constructivista y de aprendizaje significativo.

Definición operacional: el proyecto es el desarrollo e implementación de una publicación impresa para el apoyo docente enfocado al diseño editorial.

2.6 Objetivos

Objetivo general del proyecto:

Presentar y estructurar de manera clara y coherente contenidos relacionados con el aprendizaje del área editorial, aplicando una metodología didáctica para la enseñanza.

Objetivos específicos del proyecto:

- Aplicar conocimientos de metodología didáctica.
- Construir una clara estructura en el orden y presentación de contenidos.
- Relacionar los contenidos con ejemplos de realidad concreta cercana al alumno.

Objetivos de comunicación visual:**Objetivo general:**

Generar una herramienta didáctico-pedagógica, donde los elementos visuales utilizados se relacionen con la estructura de cada capítulo basados en los principios fundamentales de un mapa conceptual.

Objetivos específicos:

- Aplicar ejemplos visuales que involucren una muestra de elementos nacionales del ámbito editorial.
- Equilibrar contenido verbal escrito con mensajes visuales.
- Emplear recursos de relación pertinente al área editorial.
- Incorporar esquemas e infografías si la optimización del mensaje lo amerita.

En función de los objetivos planteados y los parámetros de diseño establecidos, el proyecto se planifica de la siguiente manera:

1. Definición de información a recopilar:

se define que la información recopilada gira entorno al mercado nacional de revistas producidas y/o publicadas en Chile en la actualidad, circulando en kioskos con fecha última en el año 2004.

2. Recopilación de información:

basada principalmente en conocimiento empírico mediante el trabajo de diseño de revistas por más de 3 años en el área editorial, más la investigación de información recopilada a través de distintos medios como adquisición de revistas nacionales circulando en el mercado, publicaciones relacionadas con el medio e internet.

3. Clasificación y planificación del material.

Una vez recopilada la información y el material visual se clasifica según parámetros establecidos mediante fichas y/o tablas que permitan ordenarlas, agruparlas y clasificarlas para su posterior aplicación.

4. Planificación estructural del material y diseño visual aplicado:

una vez obtenido y clasificado el contenido se define el soporte y la estructuración de presentación de contenidos en función de una definida didáctica pedagógica.

2.7 Público Objetivo

El usuario al que está dedicado este material es aquel relacionado pedagógicamente con el área editorial de revistas. Por ella queda definido como estudiantes del área de diseño de comunicación visual y profesores que guíen y trabajen en esta área.

Junto a esto se suman usuarios que determinados por el poder adquisitivo, quieran tener este material a modo de "libro objeto" por su carácter lúdico-didáctico apoyado por una gráfica diferenciadora del material existente en la actualidad referente a la misma área.

Finalmente pueden ser potenciales usuarios alumnos de últimos años (por el grado de aplicación y conocimientos utilizados) de colegios en los cuales se desarrollen talleres especiales de editorial para reforzar el trabajo en equipo y desarrollar finalmente proyectos concretos como revistas del colegio o el anuario, fundamentado en las nuevas líneas de enseñanza de la reforma educacional chilena.

proceso de diseño

a

*te cuento
cómo lo hizo?!*

2.9.1 Metodología aplicada

En una investigación generalmente hay más de un "tipo" de éstas involucradas en el transcurso de su realización. Sin embargo, éste caso se centró en un carácter descriptivo con explicaciones que refuerzan la entrega de información.

Los tipos de investigación aplicados a este proyecto fueron:

1º: Investigación bibliográfica: posterior al conocimiento empírico del tema, éste se refuerza con una investigación bibliográfica en función del material relacionado existente en el mercado (mayoritariamente publicaciones extranjeras) entorno al diseño de revistas, diseño editorial general, mercado de medios nacionales y apoyo en diseño, y diagramación general. Cómo apoyo existe la investigación en base a la pre-producción de esta memoria entorno a áreas de enseñanza y aprendizaje, adquisición de conocimiento, didáctica gráfica y pedagógica.

2º Investigación exploratoria: parte importante fue la búsqueda y recopilación de material gráfico (revistas impresas publicadas en el mercado nacional actual) en kioscos de la región metropolitana y directamente en editoriales encargadas de estas publicaciones, para una posterior clasificación y uso en el diseño final. Cabe señalar que como recopilación el material presentado es inédito en el medio.

3º Investigación descriptiva: previo al desarrollo de nuevos contenidos existe una base fundamentada en el diseño editorial general, no sólo de revistas, y las bases de diseño de comunicación visual centradas en el usuario final (en este caso específico, el lector). Estos conocimientos apoyan y se combinan con la presentación ordenada y clasificada de material que pretende describir el mercado nacional entorno a estas publicaciones, qué profesionales se desempeñan en esta área y cómo se presenta la cadena productiva en la publicación de revistas nacionales. Posterior a estas descripciones hay explicaciones que apoyan el contenido para mayor claridad entregada en términos de los objetivos pedagógicos del material desarrollado.

2.9.2.1 Recopilación de información

La investigación comienza con la recopilación de información entorno a revistas nacionales que circulan actualmente en el mercado, determinando sus características de funcionamiento general, qué agentes participan en éste proceso y cómo éste se desarrolla paso a paso. Junto con esto se recopilan referentes visuales de las revistas en sí y se adjuntan imágenes entorno a los elementos propios de trabajo de quienes participan en la realización de una revista, para reflejar su ambiente en el medio nacional.

2.9.2.2 Creación de registro de imágenes

2.9.2.2.1 Registro visual.

Para crear el registro visual se opta por la digitalización de imágenes de revistas representativas del mercado nacional fundamentadas en la información publicada por el mercado de medios nacionales respecto de las revistas más leídas, reconocidas y circulantes en la actualidad.

2.9.2.2.2 Adquisición de material: las revistas se compran en los kioscos del área metropolitana y / o directamente en las editoriales que las distribuyen.

2.9.2.2.3 Digitalización y retoque: una vez adquiridas las revistas, se determina rescatar la portada y algunas páginas interiores tipo que reflejen la gráfica general aplicada a cada publicación.

Así dependiendo del tamaño y posibilidades se escanean las imágenes o se fotografían digitalmente.

De esta manera el registro queda conformado por imágenes en alta resolución (300 dpi para su posterior impresión) en formato Tif.

Por último se retocan colores e impurezas que pueda tener la imagen para no crear ruidos visuales, sin intervenir el contenido gráfico original de la publicación.

2.9.2.3
 Orden y clasificación
 del material visual
 recopilado

2.9.2.3.1
 Clasificación de revistas

Las imágenes de las revistas recopiladas se clasifican posteriormente en función de su contenido y usuario final al que están dirigidas (género, estrato socioeconómico, etc). Para ello se crea una tabla con las principales características que reflejan el comportamiento de cada publicación en el medio editorial nacional.

	nombre	clasificación	período publicación	precio de venta
01	Vanidades	femenina	quincenal	\$1980
02	Elle	femenina	mensual	\$1980
03	Caras	femenina	quincenal	\$2500
04	Cosas	femenina	quincenal	\$2500
05	Cosmopolitan	femenina	mensual	\$1950
06	Paula	femenina	quincenal	\$2400
07	Vogue	femenina	mensual	\$5500
08	Glamour	femenina	mensual	\$4200
09	Miss 17	femenina adolescente	quincenal	\$1200
10	Catalina	femenina	mensual	\$1980
11	Seventeen	femenina adolescente	mensual	\$1350
12	Tú	femenina adolescente	mensual	\$1350
13	Paparazzi	misceláneo/diseño	mensual	\$2000
14	Blank	misceláneo/diseño	mensual	\$2000
15	Latitud 33	misceláneo/diseño	mensual	\$2000
16	Fibra	misceláneo/diseño	mensual	\$2500
17	Urbánika	misceláneo	mensual	\$1500
18	Gatopardo	misceláneo	mensual	\$1800
19	Ercilla	político, económico y administración	quincenal	\$1900
20	Qué pasa	político, económico y administración	semanal	\$2000
21	Paréntesis	político, económico y administración	mensual	\$3000
22	Capital	político, económico y administración	quincenal	\$3000
23	Club Nintendo	tecnológico	mensual	\$1500
24	PC Magazine	tecnológico	mensual	\$2100
25	Conozca Más	científica	mensual	\$1980
26	Muy Interesante	científica	mensual	\$2000
27	Mecánica Popular	científica	mensual	\$1650
28	National Geographics	científica	mensual	\$2500
29	Maxim	masculina	mensual	\$1980
30	Men's Health	masculina	mensual	\$1650
31	H	masculina	mensual	\$2200
32	GQ	masculina	mensual	\$5500
33	Deco Art	decoración	mensual	\$2500
34	Ed	decoración	mensual	\$3000
35	Práctica	manualidades	mensual	\$2400
36	Ideas	manualidades	mensual	\$1700
37	Paula Cocina	cocina y gourmet	bi-mensual	\$2400
38	Platos & Copas	cocina y gourmet	mensual	\$2500
39	TV Grama	cine, tv, farándula	semanal	\$1200
40	Cine Grama	cine, tv, farándula	mensual	\$1900
41	TV y Novelas	cine, tv, farándula	semanal	\$1350
42	Veá	cine, tv, farándula	semanal	\$1500
43	Rockaxis	tendencias musicales	bimensual	\$1500
44	Rolling Stones	tendencias musicales	mensual	\$2500
45	Traxx	tendencias musicales	mensual	\$2200
46	Rockdeluxe	tendencias musicales	mensual	\$1850
47	Pic Nic	tendencias musicales	mensual	Distribución gratuita
48	Condorito	humor	quincenal, mensual y bimensual	\$2500

categoria	grupo objetivo	casa editorial
femenina, moda, belleza	mujeres, 25-65 años, ABC1 y C2	Televisa S. A.
femenina, moda, belleza	mujeres, 25-55 años, ABC1 y C2	Holanda Comunicaciones S. A.
estilo de vida y actualidad	mujeres y hombres 25-44 años, ABC1 y C2	Televisa S. A.
vida social, nacional e internacional	mujeres y hombres 25-55 años, ABC1 y C2	Tiempo Presente LTDA.
femenina	mujeres, 19-34 años, ABC1 y C2	Televisa S. A.
femenina, social moda y belleza	mujeres, 20-45 años, ABC1 y C2	Paula ediciones S.A. / COPESA
femenina, moda y belleza internacional	mujeres, 25-55 años, ABC1 y C2	Ediciones Conde-Nast S. A.
femenina, moda y belleza internacional	mujeres, 25-45 años, ABC1 y C2	Condè Net Ibérica S.L.
femenina, juvenil	mujeres adolescentes, 13-18 años, ABC1 y C2	Holanda Comunicaciones S. A.
femenina, moda y belleza	mujeres, 25-40 años, ABC1 y C2	Holanda Comunicaciones S. A.
femenina, juvenil	mujeres adolescentes, 12-18 años, ABC1 y C2	Editora Cinco Chile S. A.
femenina, juvenil	mujeres adolescentes, 13-18 años, ABC1 y C2	Televisa S. A.
vida social, nacional e internacional	mujeres y hombres, 25-45 años ABC1 y C2	Ediciones ED S. A.
misceláneo, moda estilo	mujeres y hombres, 25-40 años, ABC1 y C2	Blank Comunicaciones LTDA.
misceláneos, estadísticas	mujeres y hombres, 25-40 años, ABC1 y C2	Editorial LAT 33 LTDA.
misceláneos, crítica, actualidad	mujeres y hombres, 25-50 años, ABC1 y C2	Telefónica CTC Chile
vida social y cultural	mujeres y hombres, desde 23 años, ABC1 y C2	Indefinida
actualidad y misceláneos	mujeres y hombres, 25-55 años, ABC1 y C2	Latinamerican Publishing Group INC.
actualidad social, política y comercial	mujeres y hombres, 25-65 años, ABC1 y C2	Editorial Ercilla LTDA.
actualidad, economía y finanzas	mujeres y hombres, 25-65 años, ABC1 y C2	COPESA
política, economía y sociedad	mujeres y hombres, 30-55 años, ABC1 y C2	Comunicaciones Paréntesis S. A.
negocios y mundo	mujeres y hombres, 25-65 años, ABC1 y C2	Ediciones e impresos S. A.
videojuegos, juvenil y entretenimiento	hombres, 6-18 años, ABC1 y C2	Televisa S. A.
tecnología e informática	mujeres y hombres, 20-45 años, ABC1 y C2	Televisa S. A.
científica, cultural	mujeres y hombres, 19-34 años, ABC1 y C2	Televisa S. A.
científica, técnica y cultural	mujeres y hombres, 25-50 años, ABC1 y C2	Ediciones Creativas
ciencia especializada	hombres, 19-44 años, ABC1, C2 y C3	Televisa S. A.
cultura, naturaleza y viajes	mujeres y hombres, 19-45 años, ABC1 y C2	Televisa S. A.
masculina y misceláneos	hombres, 19-34 años, ABC1 y C2	Televisa S. A.
masculina y salud	hombres, 19-34 años, ABC1 y C2	Televisa S. A.
masculina y misceláneos	hombres, 25-55 años, ABC1 y C2	Editorial Perfil S. A.
masculina y estilo	hombres, 25-44 años, ABC1 y C2	Condè Net Ibérica S.L.
estilo de vida y decoración	mujeres y hombres, 25-45 años, ABC1 y C2	COPESA
estilo de vida y decoración	mujeres y hombres, 30-45 años, ABC1	Ediciones ED S. A.
manualidades	mujeres, 30-55 años, ABC1 y C2	Paula Ediciones S. A. / COPESA
manualidades y hogar	mujeres y hombres, 35-65 años, ABC1, C2 y C3	Televisa S. A.
cocina y estilo de vida	mujeres, 25-45 años, ABC1 y C2	Paula Ediciones S. A. / COPESA
cocina y gourmet	mujeres y hombres, 25-35 años, ABC1 y C2	B y C Comunicaciones
televisión espectáculos y entretenimiento	mujeres y hombres, 15-44 años, ABC1, C2 y C3	Holanda Comunicaciones S. A.
cine y entretenimiento	mujeres y hombres, 18-45 años, ABC1 y C2	Holanda Comunicaciones S. A.
entretenimiento y espectáculos	mujeres y hombres, 15-44 años, ABC1, C2 y C3	Televisa S. A.
personajes y entretenimiento	mujeres y hombres, 25-44 años, ABC1 y C2	Editorial Ercilla LTDA.
música y artistas	mujeres y hombres, 15-35 años, ABC1 y C2	Desconocido
música y entretenimiento	mujeres y hombres, 15-45 años, ABC1 y C2	Grupo Revistas La Nación
música electrónica y tendencias	mujeres y hombres, 15-35 años, ABC1 y C2	IXO Publishing Ibérica S.L.
actualidad musical	mujeres y hombres, 15-45 años, ABC1 y C2	RDL / Rockdeluxe S. A.
actualidad musical	mujeres y hombres, 15-35 años, ABC1 y C2	Sinamon Promotions LTDA.
humor	mujeres y hombres, 15-45 años, ABC1, C2 y C3	Televisa S. A.

2.9.2.3.2

Orden de agentes involucrados:

A partir de la información recopilada entorno a los agentes involucrados en el desarrollo de una revista, se crea un listado de los "personajes tipo" presentes de una u otra forma en todas las revistas y se le asocia el material técnico fundamental para su trabajo, quedando el listado de la siguiente forma:

personaje	área de trabajo	materiales
presidente	financiera / administrativa	computador, agenda, e-mail, tel. celular, reuniones, capital financiero, etc.
gerente	financiera / administrativa	computador, agenda, e-mail, tel. celular, reuniones, etc.
directora	editorial + visual	computador, agenda, e-mail, teléfono, archivos anteriores ,etc.
editora general	editorial	computador, agenda, e-mail, teléfono, editores de texto, libros de referencia ,etc.
periodista	editorial	computador, editores de texto, tel. celular, internet, e-mail, libro de notas, grabadora ,etc.
corrector de textos	editorial	textos, diccionarios (significados y/o sinónimos), computador, archivos anteriores ,etc.
director de arte	visual	computador, libros de referencia diseño y/o fotografía, agenda, e-mail ,etc.
diseñadora	visual	computador, programas de diseño, libros de referencias, fotografías, textos ,etc.
fotógrafo	visual	cámara, flash, luces, fotómetro, rollos películas, filtros ,etc.
asistente de fotografía	visual	fotómetro, luces, focos especiales, paraguas de fotografía, tripodes, baterías de iluminación...
productora general	visual	agenda, tel. celular, materiales foto: vestuario, maquillaje, locación, amoblado ,etc.
control de calidad	visual + financiera / administrativa	computador, Pantone, cuentahilos, marcadores, pauta y maquetas ,etc.
subgerente de ventas	financiera / administrativa	computador, tel. celular, e-mail, agenda electrónica, teléfono, tarjeta de presentación ,etc.
ejecutiva de ventas	financiera / administrativa	computador, tel. celular, e-mail, agenda electrónica, teléfono, tarjeta de presentación ,etc.
circulación	financiera / administrativa	computador, organizadores ,teléfono, guías de despacho, etc.
encargada de archivo	editorial + visual	computador, respaldos, números anteriores, libros, otras revistas, marcadores ,etc.

propuesta de diseño

t

*te propongo
lo siguiente...*

Sintácticos: de manera concreta, esta herramienta didáctica se traducirá en una publicación impresa de contenido instruccional. El usuario se encontrará con una estructuración de contenidos presentados progresivamente a medida que avanzan las páginas de la publicación. Postulará a un equilibrio entre la presentación del contenido escrito v/s el contenido visual. Visualmente se apoyará en fotografías, esquemas, infografías e ilustraciones. De manera técnica será un impreso de mediano formato, a cuatro colores. Por la extensión de su contenido se proyecta una cantidad promedio máxima de 100 páginas en papel couché, gramaje medio. De preferencia tapa dura y sobrecubierta con barniz opaco.

* *Publicación impresa.*

* *Aplicación de cuatricromía.*

* *Formato medio, con un máximo de 100 páginas.*

* *Papel couché gramaje medio.*

* *Tapa dura o cartón couché con sobrecubierta sobreimpresa con barniz opaco.*

Semánticos: el enfoque principal de esta herramienta se apoya en la didáctica instruccional motivada por su función pedagógica. La forma de estructurar y presentar los contenidos estará directamente relacionada con el desarrollo de mapas conceptuales postulados por el aprendizaje significativo, que permitan al usuario reconocer de manera clara el trayecto y desarrollo de información que le permita la adquisición de conocimientos de manera gradual, lógica y jerarquizada acerca del diseño de revistas. Sumado a lo anterior, dado su enfoque didáctico, buscará motivar al alumno, presentando ejemplos que le sean coherentes y reconocibles al momento de relacionarlas con su realidad, apoyando el aprendizaje en un recorrido basado en el diseño y producción de una revista nacional. Visualmente se apoyará en la aplicación didáctica de la comunicación visual, donde presentará contenidos y relaciones a modos de ilustraciones simbólicas (lenguajes visuales que re-presentan y los otros que visualizan).

* *Carácter instruccional.*

* *Aplicación didáctica.*

* *Motivacional.*

* *Relación realidad concreta.*

* *Aplicación de gráfica didáctica.*

Pragmáticos: El usuario se enfrentará a una publicación didáctico-pedagógica guiada por capítulos que presenten la nueva información de manera general a específica, centrándose finalmente en la actividad propia del diseñador de comunicación visual. Cada capítulo presentará en el inicio una portadilla que permita ubicar al lector, seguidos de una introducción en la que implícitamente se mostrará los objetivos que se buscan alcanzar con la entrega de contenidos específicos de cada capítulo, para finalmente terminar en la presentación del material didáctico en sí con los contenidos a desarrollar relacionados a una estructura conceptual de base que permita guiar al lector.

La relación directa con su entorno se determinará por el uso de imágenes de referentes nacionales reconocidos por el usuario. Aplicando la didáctica visual, los contenidos estarán apoyados por esquemas, mapas e infografías cuando el mensaje lo necesite, optimizando la información y presentándola de manera que se cumpla el aprendizaje por experiencia del alumno en la búsqueda de información.

* *Publicación dividida en capítulos presentados por una introducción.*

* *Estructura de contenidos de menor a mayor especificidad señalada por variables visuales y de diagramación.*

* *Aplicación de esquemas, ilustraciones e infografías.*

* *Utilización de fotografías.*

El soporte queda definido por una estructura en base a fichas impresas de contenido agrupadas por capítulos, contenidas en una caja impresa de material más rígido que las láminas, para su posterior resguardo.

Como primera presentación se muestra al lector como un libro con páginas unidas por hotmelt lateral; sin embargo cada lámina puede ser posteriormente despegada.

La elección del formato y soporte obedece principalmente a que la presentación de los contenidos busca llegar al lector de la forma más lúdica posible para que la adquisición y retención de ellos sea factible. Un libro podría haber sido una solución de aporte, sin embargo no diferiría mucho del material existente excepto por el desarrollo de contenidos, siendo la didáctica pedagógica entorno a él reducida en posibilidades de aprendizaje. El entregar el material a modo de fichas implica condensar el contenido a lo estrictamente necesario potenciando la búsqueda de un modo visual que logre hacer llegar la información al lector. Además, la posibilidad de manipular de forma diferente las fichas de cada capítulo, permite que el sujeto que aprende deduzca de modo exploratorio la información, de éste modo, el aprendizaje es mucho más retenido.

Otra opción válida pudo ser el grado de interacción que se puede lograr con un CD_interactivo, sin embargo se habla de un contenido absolutamente impreso (el mundo editorial de revistas), por lo cual sobre las mismas láminas, (no sólo en los contenidos), se puede ratificar el uso de elementos propios de una buena diagramación que guían y comunican efectivamente al lector.

Se apuesta finalmente por la esencia tangible de lo impreso, donde el usuario mide los tiempos propios de contemplación del contenido y la seducción del material áptico en función del atractivo de la gráfica visual aplicada a él.

Las láminas se definen bajo un formato cuadrado menor al tamaño de hoja carta. Esto por su carácter más afable frente al usuario, menos utilizado en la entrega de materiales educativos y por su facilidad de manejo y visibilidad.

En función de los contenidos, su estructuración y en función de ello, cantidad de variables comunicadas, el formato cuadrado permite ser una constante simétrica que ayuda a equilibrar distintas diagramaciones e imágenes internas.

Resumen técnico:

Formato cuadrado de 17 x 17 cm.
Impreso 4/4 o 4/1, según los requerimientos didácticos de cada capítulo (1 al 3).

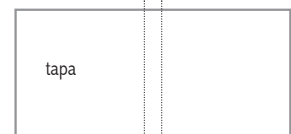
4° capítulo: una lámina de 7 cm. de alto x 51 cm. de ancho (equivale a 3 láminas de formato cuadrado de 17 cm.), impresa 4/4, por las características requeridas por el contenido del capítulo.

Tapa: es una lámina continua impresa 4/1 tamaño 17 x 34 cm más ancho de lomo.

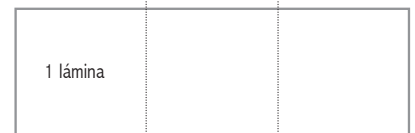
17 x 17 cm



17 x 34 cm + lomo



17 x 51 cm



2.10.4 Diagramación

La diagramación general obedece al formato de láminas didácticas en función de la entrega de información como fichas individuales en cuanto al contenido de cada una.

2.10.4.1 Estructuración general

A modo de presentación y orden general, las láminas se agrupan en 4 capítulos definidos para la entrega de contenidos. Cada capítulo repite la misma estructura base:

- Portadilla (que permite ubicar al lector en la entrega de contenidos),
- Introducción (que presenta un resumen de los contenidos a tratar y el porqué de su importancia en el proceso de diseño)
- Instrucciones (para desarrollar un trabajo lúdico diferente por cada capítulo) y
- Láminas de trabajo (contienen la información que se busca enseñar al lector).

2.10.4.2 Definición de contenidos por capítulo

El material total queda definido por 4 capítulos base que pretenden reflejar los distintos agentes involucrados en la creación de una revista en el medio nacional. Además se busca entregar gradualmente información necesaria y acumulativa a medida que avanzan las "páginas" para entender los siguientes procesos. De esta manera quedan definidos de la siguiente manera:

- 1er capítulo: Presentación del mercado actual de revistas nacionales.
- 2do capítulo: Agentes participantes en el desarrollo de una revista en función de ser una empresa conformada por un trabajo multidisciplinario.
- 3er capítulo: Elementos básicos en la diagramación de una revista, atendiendo al área específica de los diseñadores de comunicación visual.
- 4to capítulo: El proceso de publicación de una revista, paso a paso, relacionando

2.10.4.3 Tipografías y estilos gráficos utilizados

A B C D E F G H I
J K L M N O P Q
R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i
j k l m n o p q
r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A B C D E F G H I
J K L M N O P Q
R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i
j k l m n o p q
r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Atendiendo a una gráfica asociada al concepto de manual y el hecho de seguir instrucciones, se utilizan básicamente 2 grupos de tipografías:

La *primera*, que a modo lúdico busca relacionarse con los años 50 cuando los procesos industriales y la publicidad se presentaban como una mezcla que acercaba las nuevas tecnologías y productos de éste mercado a la gente.

Su utilización se define principalmente en títulos y palabras destacadas por la legibilidad que ofrece.

Tipografía: Freehand 521 Bt
Rango de uso: entre 25 y 40 pts.

La *segunda* tipografía que predomina en el proyecto es de mayor legibilidad, especialmente para textos de mayor extensión o menor tamaño. Por ello es sin serif.

Tipografía: News Gothic
(familia tipográfica aplicada)
Rango de uso: entre 6 y 12 puntos.

Tipografías Secundarias:

Como apoyo al desarrollo visual y lúdico de cada capítulo, se utilizaron *tipografías complementarias* aplicadas a elementos específicos.

Big Log:

utilizada sobre frases cortas y descriptivas, se aplicó a modo de reflejar un carácter de escritura a mano alzada en el primer capítulo para diferenciarse de la entrega de contenidos entorno a las revistas y demostrar ser una instrucción específica.

Rango de uso: 12 puntos.

A B C D E F G H I J K L M N O
P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p
q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Rothwell:

tipografía utilizada en el segundo capítulo del libro a modo de título para la denominación de los agentes involucrados en el equipo de trabajo de una revista.

Pretende diferenciarse de los títulos presentes en los 4 capítulos y presentarse de manera neutra (por eso no tiene serif ni es manuscrita) pero diferenciadora.

Rango de uso: 40 pts.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T
U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q
r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Eight Tracks:

Tipografía lúdica pero simple, con detalles en su puntuación. Utilizada en títulos o palabras destacadas en el capítulo uno y tres.

Rango de uso: entre 14 y 16 puntos.

















a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t
u v w x y z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r
s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Rosewood:

tipografía con rasgos alusivos a los antiguos juegos de carta del oeste o dependiendo de la aplicación del color, a los circos itinerantes de rarezas.





Se aplicó en los números de las cartas del capítulo uno.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T
U V W X Y Z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q
R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0



		% C	%M	%Am	%N
	A1	20	0	5	0
	A2	35	0	8	0
	A3	43	0	11	0
	A4	51	0	18	0
	B1	0	27	9	0
	B2	0	43	6	0
	B3	0	72	15	0
	B4	0	94	51	0
	C1	9	0	34	0
	C2	15	0	47	0
	C3	24	0	60	0
	C4	43	0	79	0
	D1	0	18	43	0
	D2	0	38	79	0
	D3	0	51	100	42
	D4	0	51	100	56

Acompañan a esta paleta en aplicaciones menores específicas:



Gama de anaranjados:

	O1	0	9	27	0
	O2	0	36	76	0
	O3	0	51	87	0
	O4	15	43	0	0

Morados:

	M1	43	91	0	0
	M2	15	43	0	0

Azules:

	Az1	100	79	0	0
	Az2	47	34	0	0

Se determinó el uso de una paleta basada en 4 colores centrales. En cada capítulo predomina el uso de uno de ellos (por eso la elección de 4) y se combina con otro para hacer duplas de color y evitar el uso de láminas monocromáticas independientes del colorido de las imágenes.

Los colores utilizados obedecen a transmitir la misma sensación de la tipografía Freehand aplicada a los comienzos de capítulo: apoyar la idea de "manual de instrucciones" de la época de los años '50.

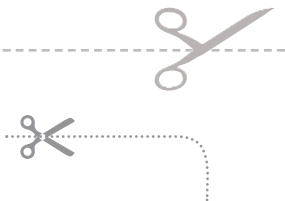
Los colores base son de la gama de los cyan, magenta, café y verde compuestos por cuatricromía.

***Portadillas:**

Para cada capítulo se definieron íconos de personajes de oficina que se anclaban a una frase para resumir sutilmente el contexto al cual se dirigía el contenido del capítulo. Estos íconos pertenecen a una familia de Dingbats llamada: Glamocon Retrobats.



* Además se utilizó como apoyo al carácter lúdico-didáctico una línea punteada acompañada de la imagen de una "tijera" a modo de relacionarla con láminas recortables.

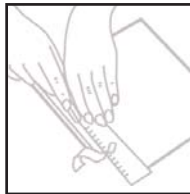


Para reforzar la sensación de "manual de instrucciones" se utilizaron distintos elementos de apoyo además de las tipografías y colores.

* Para el primer capítulo se desarrollaron tres ilustraciones a modo de señalar "instrucciones" para cada lámina como apoyo gráfico de indicaciones básicas.



01*
Para armar el set de cartas, leer cuidadosamente las instrucciones.



02*
Con una tijera o cuchillo cartonero, cortar las cartas.



03*
Guiar el corte por la línea punteada como la *tijera* lo indica.

2.10.4.6 Tratamiento de imágenes

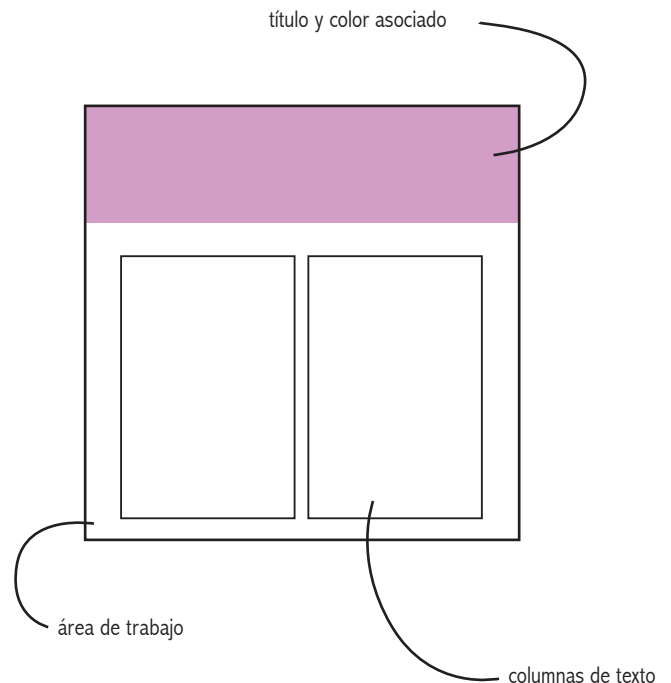
Predominante, como estilo gráfico asociado a este material es el uso de ilustraciones y colores planos.

En cuanto a la utilización de fotografías, se optó por no intervenirlas y colocarlas con sus colores originales para reflejar el contenido real que se busca transmitir (asociación con realidad concreta).

2.10.4.7 Definición de áreas de contenido

Estas láminas se caracterizan por tener una franja superior de 4 cm. de alto que contiene los títulos del contenido descrito posteriormente bajo ésta. Además, cada lámina se relaciona con su capítulo por el color asociado a éste.

El texto de mayor extensión se definió sobre un área blanca para permitir total legibilidad, en base a dos columnas de contenido.



La estructuración de los contenidos desarrollados en cada capítulo, quedó definida de la siguiente manera:

- *Portadilla
- *Introducción
- *Descripción de contenidos previos si el capítulo lo amerita.
- *Desarrollo de láminas de trabajo.

Relación general
establecida entre
la presentación de
contenidos y gráfica
visual aplicada

Para abordar el material como un tema lúdico se presenta al lector como un "Manual de Instrucciones" para la creación de una revista. Esto pretende reflejar la idea de la entrega de contenidos precisos y concisos de manera gradual y progresiva para finalmente llegar a una meta. Además, se busca asociar la idea práctica que refleja un manual, pues es una herramienta básica para "armar o hacer funcionar algo" y no tiene validez sin el elemento de fondo que acompaña al manual, el cual resulta ser el fin último de la lectura del manual y no el manual en sí.

En cada capítulo se define de modo diferente la entrega de contenidos, en función de lo que se busca comunicar, a pesar de estar enmarcada en una estructura base general por ser parte de un todo mayor (el manual). Sin embargo, el hilo conductor siempre es el generar una herramienta lúdica relacionando conceptos para la entrega de información, no necesariamente explícita, para lograr la participación del usuario más allá de una lectura correlativa y pasiva de páginas.

Tabla relación contenidos v/s gráfica aplicada.

Capítulo	Contenido teórico	Gráfica visual
01	Estudio y reconocimiento del mercado.	Cartas que conforman un mazo de juego.
02	Agentes involucrados en el desarrollo de una revista, como empresa productiva / Reconocimiento de trabajo multidisciplinario.	Muñecos de papel con vestuario y elementos de apoyo.
03	Elementos gráficos aplicados a la diagramación de una revista vistos como piezas individuales que componen un todo final.	Rompecabezas formado por láminas (piezas) que forman finalmente las páginas de una revista.
04	Descripción del proceso de publicación de una revista / Aspectos técnicos involucrados.	Esquema infográfico que refleja las conexiones entre los elementos involucrados en la producción de una revista en función del tiempo de progreso.

Relación desarrollada

1. Este primer capítulo es básicamente expositivo en donde la información se repite de revista en revista. Como el contenido es de poco texto continuo se relaciona directamente con fichas descriptivas donde se exponen de manera concisa datos en relación a la presencia de mercado de cada revista, una breve descripción de contenidos editoriales y se presenta la imagen de portada y una página doble interior que refleje la gráfica de cada revista. De este modo se establece la relación entre imágenes e información entregada.

Para reforzar el carácter lúdico del material, estas fichas se presentan como cartas de juego clásicas parte de un mazo a modo de comunicar el hecho de que cada una es parte del mercado nacional de revistas... juego al que el usuario está comenzando a jugar, con sus propias reglas y elementos que la conforman.

2. El capítulo dos busca que el usuario reconozca y relacione los distintos personajes involucrados en el desarrollo de una revista en donde cada uno cumple un rol específico determinado por el área de producción al que pertenece. Así se reconoce una revista como empresa participante en un mercado altamente competitivo y además se valora el aporte individual al trabajo en equipo. La idea es que independiente de la persona, cada rol es fundamental en el proceso (aunque una persona se haga cargo de más de un trabajo), y para ello son necesarios conocimientos específicos en cuanto al material técnico que cada uno maneja y los conocimientos aportados al desarrollo de la revista. Esto permite valorar la individualidad en función de un trabajo multidisciplinario.

3. El tercer capítulo atañe directamente al diseño y diagramación de la revista, desglosando cada parte de los elementos utilizados para publicar un artículo. El objetivo es relacionar todos estos elementos como parte de un todo final; de allí la asociación con un puzzle de piezas para armar. La imagen final utilizada corresponde a Revista Paula, referente nacional altamente reconocido por su extensa trayectoria.

4. El capítulo final presenta un esquema de producción relacionando los distintos agentes involucrados en la producción de una revista desde los elementos necesarios para comenzar la diagramación hasta el momento en que la revista circula. Para reforzar la idea de la constante "lucha contra el tiempo" de una revista, determinada por la fecha inamovible de publicación, se utiliza de fondo una trama que muestra relojes en distintos horarios. Para dar aún más la sensación de continuidad, se utilizó el formato adaptado de tres láminas de 17 x 17 cm. unidas dando un formato final de 17 por 51 cm. apaisado. Las flechas en cada costado de la lámina pretenden comunicar el carácter cíclico de éste proceso pues cuando una revista sale al mercado la otra ya está siendo producida. La aplicación de íconos y otros elementos que permitan relacionar los pasos a seguir del esquema pretende salir del contexto rígido, pero no lineal y continuo de un esquema cualquiera, para así entregar contenidos lo más comprensible y recordables por el usuario del manual.



Portadillas



Páginas introducción

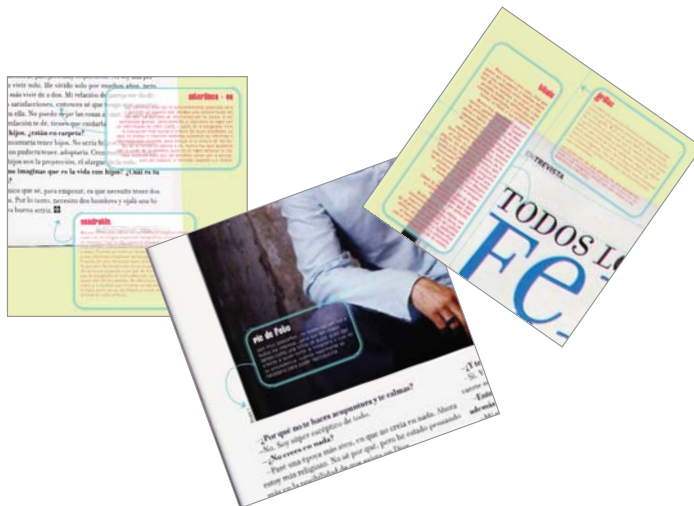




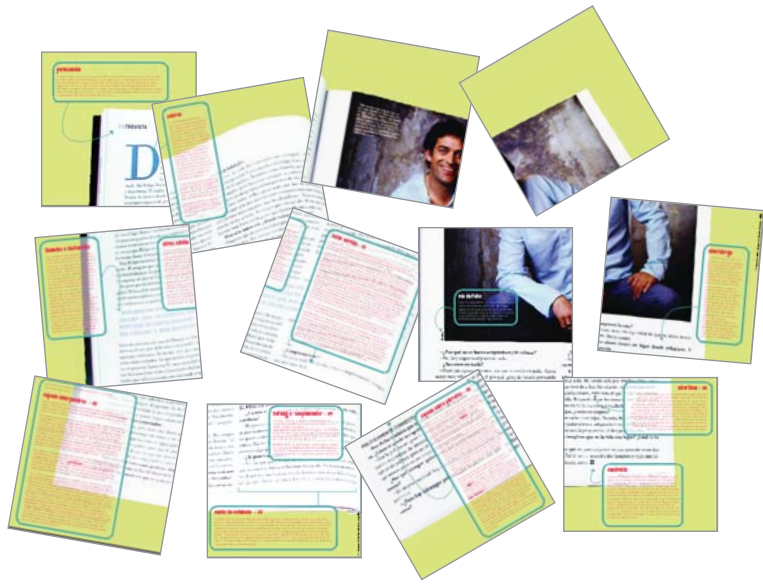
Páginas capítulo 01
/Cartas (tiro y retiro)



Páginas capítulo 02
/ lámina inicial e interior

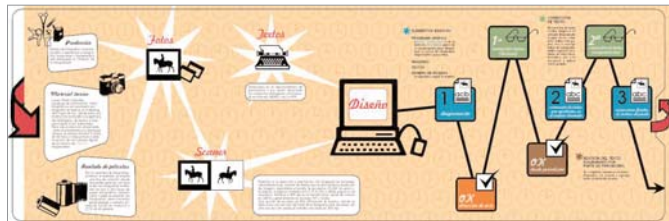


Páginas capítulo 03
/ detalle lámina individual

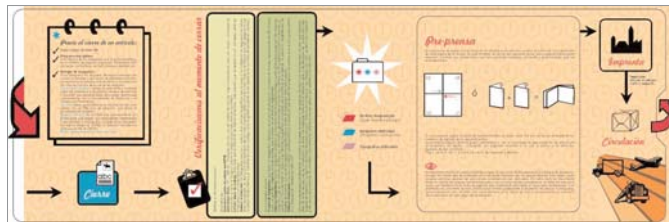


Páginas capítulo 03
/ retiro armado

propuesta de diseño



Páginas capítulo 04
/ tiro y retiro



2.11 Aspectos legales

En términos de publicación de este material se debe tomar en cuenta la autorización del uso de imágenes, referidas a portadas e interiores de revistas, inscritos en los registros de propiedad intelectual y usos otorgados por cada editorial.

2.12 Aspectos técnicos

El material desarrollado en este proyecto contempla la utilización de imágenes en alta resolución y colores en cuatricromía, por lo que, dependiendo de la cantidad a imprimir se consideran dos opciones: la impresión offset digital y/o la salida en offset tradicional si el tiraje a imprimir es mayor.

Por las características didácticas del material se opta por encuadernar la presentación en base a un hotmelt liviano en el lomo o engomado, que permita separar las láminas con posterioridad.

Determinado por su característica lúdico-didáctica, el soporte de impresión se define como couché de gramaje igual superior a 270 gr., asegurando la calidad de cada lámina una vez despegada del lomo.

La caja, como soporte y resguardo de estas láminas, deberá ser impresa en un material igual o superior al gramaje señalado con aplicación de un barniz (completo o selectivo) que proteja la cubierta.

2.13 Costos y financiamiento

2.13.1 Características a cotizar

59 láminas impresas
4/4 colores
de 17 x 17 cm. cerrados
en couché de 270 gr.

1 lámina impresa,
4/4 colores
de 17 x 51 cm.,
con dos plisados rectos
en papel de 270 gr.

Caja con plisados y
apertura lateral de
17 x 17 x 1 cm. aprox.,
impresa 4/0 colores
en couché de 270 ó 300 gr.
con terminación de barniz
sólo por tiro impreso.
Encuadernación lateral
en hotmelt o engomado liviano
para láminas interiores.

Cantidad: desde 500 unidades
Tipo de impresión: offset

Costo por unidad:
\$4.387,46

Costo total 500 ejemplares:
\$2.193.500

*cotización sin IVA incluido.

2.13.2 Valores

Al cotizar se entregaron valores que diferían mucho uno de otros, aún cuando los requerimientos para todas las imprentas eran las mismas.

Al momento de cotizar es importante tomar en cuenta no sólo los costos finales de impresión sino calcular bien los tiempos de entrega, requerimientos previos de la imprenta, y verificar si es posible trabajos anteriores del lugar a imprimir, pues si bien se puede trabajar con las mismas materias primas, las calibraciones de las máquinas y el modo de trabajar de quienes las manejan, igual arrojan resultados de impresión muy diferentes entre si, destacándose el que queden manchas por rodillos (sea offset tradicional o digital) o simplemente mal guillotinado, con bordes blancos o "aserruchados".

Los costos por unidad en cotizaciones por 500 unidades variaban desde 4.387 hasta 9.390 pesos y los requerimientos de entrega en algunas imprentas incluía el armado de cuartillas previo y todas las tipografías trazadas (aún cuando se incluía el envío de vínculos tipográficos) aludiendo a que se pueden "correr los textos"; sin embargo, esto implica que no se podrán hacer fácilmente correcciones de texto después de la prueba de color, lo que en un trabajo de esta naturaleza es complicado.

Dado el número de páginas final del impreso, a modo de costos comparativos sigue siendo más factible el uso de impresión offset tradicional pues el precio no lograba bajar de un promedio de \$10.000 por unidad, considerando que el precio final de venta incluye porcentaje de impuestos (IVA), porcentaje asignado a la editorial que lo publique, si es la opción, porcentaje al lugar de venta y derechos de autor.

2.13.3 Financiamiento

El financiamiento de éste material podría obtenerse mediante:

a) Gestión Independiente:

por el nivel del proyecto, la calidad de la información y el modo de desarrollarla, éste se presenta como un atractivo material posible de gestionar mediante una editorial independiente. Más aún en este último año, en que el diseño comienza a cobrar terreno en la publicación de material presente en librerías no necesariamente especializadas.

b) Fondos concursables:

por ser una instancia con fines pedagógicos que refleja identidad nacional en su contenido podría optar a fondos concursables nacionales como Fondart Nacional y/o regionales, además de respaldo del Ministerio de Educación.

c) Empresa privada:

por ser un elemento atractivo que posee contenidos actuales en la enseñanza del diseño de revistas y apunta a una entrega de información estructurada a modo de conformar un material instruccional, podría ser financiada por universidades e institutos que impartan esta asignatura. Además en la actualidad hay colegios, principalmente del área privada, que basados en la reforma educacional, imparten talleres de diseño editorial que terminan con la publicación de su anuario. Ellos también podrían ser agentes válidos de financiamiento pues su capacidad financiera lo permite

Pensar que el diseño lo resuelve todo es un error tan grande como decir que esta disciplina se encarga de hacer monitos. Al concluir este proyecto se reconoce la importancia de un diseño bien aplicado, es decir, un diseño que reconoce falencias e intenta enmendarlas en función de un terreno reconocido, estudiado, para que sea una verdadera solución. En el mundo editorial, y como en la mayoría de las áreas relacionadas con el mundo gráfico, el tiempo apremia, por ello, desarrollar un diseño que cumpla con las necesidades implica que el profesional domine no sólo su área inmediata de trabajo, sino que reconozca el medio laboral en el cual se desenvuelve y con el aporte de un equipo multidisciplinario de trabajo, reconociendo en cada uno su función e importancia, se puede llevar a cabo una gran tarea.

Sumado a esto, es importante recordar que el diseñador siempre debe desarrollar su trabajo pensando en “para quien” está diseñando. Sólo así, conociendo su usuario final, podrá generar un diseño que sea un real aporte, pues con diseñar por diseñar, colorear, utilizar tipografías extrañas, o simples “efectismos baratos” de computador, puede llegar cubrir una urgencia del momento pero tarde o temprano el problema saldrá a flote dado que nunca se solucionó.

Otro punto es la carencia de conocimiento del medio nacional en cuanto a diseño de contingencia, pues en las escuelas de diseño y mucho de los diseñadores nacionales, se tiende a conocer y reconocer lo internacional de nuestra área olvidando lo que se tiene a primera mano. No se pretende decir con esto que hay que ir al otro extremo y sobrevalorar lo nacional sin razón de por medio, sino que de una suma de conocimientos “del mundo”, que debe partir del interés profesional y personal que tenga el diseñador, se puede obtener un mejor resultado o tal vez, simplemente más rápido, basándose en experiencias anteriores de problemáticas ya resueltas de diseño.

Finalmente, es válido mencionar que el diseño no sólo es “gráfica visual” sino que verdaderamente puede ser **diseño de comunicación visual**, pues bien utilizado, aplicando conocimientos no sólo de diseño sino de otras disciplinas (como en éste caso de adquisición de conocimientos y enseñanza-aprendizaje), puede generar elementos en donde la comunicación sea verdaderamente efectiva, no sólo generando un contacto visual sino que logrando realmente la transmisión y adquisición de conocimientos por parte de un tercero mediante el código visual bien aplicado. Esto demuestra que los conocimientos entorno a la disciplina del diseño, más conocimientos específicos anexos de otras áreas y la efectiva aplicación de las herramientas que un diseñador puede manejar, permite llegar a soluciones realmente efectivas que verdaderamente aportan más allá de un mero “dibujo de lindos monitos”.

En resumen, ser creativo no sólo en el resultado gráfico sino en la solución que se entrega, tener claras las herramientas de trabajo, el entorno, con quién y para quién se trabaja permite el logro de un buen diseño final, entregando soluciones reales que satisfacen necesidades de modo profesional.

Compendio de didáctica general (adaptación), *Luis Alves Mattos*. Con la autorización de Editorial Kapelusz

www.educa.aragob.es/aplicadi/didac/didac.htm

Curso de didáctica pedagógica
www.aulafacil.org/Didactica/Temario.htm

Teorías de aprendizaje y adquisición de conocimientos. Educar Chile, portal de la educación chilena
www.educarchile.cl/web_wizzard/ver_home.asp?id_proyecto=3

Diseño y comunicación visual, de *Bruno Munari*
Editorial Gustavo Gili, Barcelona.

La Sintaxis de la Imagen, de *D. A. Dondis*. Editorial Gustavo Gili, 14ª edición, 2000.

http://vulcano.lasalle.edu.co/~docencia/presupuestos/cursoev_paradig_const_5.htm

http://vulcano.lasalle.edu.co/~docencia/presupuestos/cursoev_paradig_ausubel.htm
www.imageandart.com
www.mineduc.cl
www.gobiernodechile.cl
www.fau.cl
www.puc.cl
www.utem.cl
www.unab.cl
www.udp.cl
www.upacifico.cl
www.umayor.cl
www.finisterrae.cl
www.universidades.cl
www.premioaltazor.cl

Imágen Didáctica, de *Joan Costa y Abraham Moles*. Enciclopedia del diseño/CEAC 1991

Grafismo Funcional, principios y estrategias de la comunicación gráfica, de *Luc Janisewski y Abraham Moles*. Enciclopedia del diseño/CEAC 1991

Qué es el diseño gráfico?, publicado por RotoVisión S.A., 2002. Editorial Gustavo Gili S.A.

Diccionario Ilustrado de la lengua española Aristos, Editorial Sopena S.A.

Compendio estadístico de mercado de medios 2003, desarrollado por *Initiative Media* Servicios de medios Ltda.

38th Publication Design Annual of the society of publication designers (SPD), Compendio anual de la Sociedad de diseñadores editoriales, 2003.

Diseño de revistas, por *William Owen*. Gustavo Gili S.A./ 1991

Nuevo Diseño de revistas, por *Jeremy Leslie*. Gustavo Gili S.A./ 2000

Diseño de revistas: pasos para conseguir un mejor diseño, por *Stacey King* Gustavo Gili S.A./ 2000

Nuevo Diseño de revistas 2, por *Jeremy Leslie*. Gustavo Gili S.A./ 2003

Diseño editorial en Chile, colección temas de diseño. Proyecto de título de *Lucía Correa, Macarena Cisternas y Carolina Solovera*, Universidad UDP, 2003

Manual de diseño editorial, de *Jorge De Buen*. Editorial Santillana, edición año 2000, México DF.

1.1 Aprendizaje	3
1.1.1 Definición	3
1.1.2 Factores que participan en el proceso de aprendizaje	3
1.1.3 Modelos de aprendizaje y adquisición de conocimientos	4
1.1.3.1 Constructivismo	5
1.1.3.2 Aprendizaje significativo	5
1.1.3.2.1 Definición	5
1.1.3.2.2 Estructuras cognitivas	5
1.1.3.2.3 Clasificación del aprendizaje según Ausubel	6
1.1.3.2.4 Condiciones para el aprendizaje significativo	6
1.2 Mapas Conceptuales	7
1.2.1 Definición y desarrollo	7
1.2.2 Relación con la adquisición de conocimiento	7
1.2.3 Aplicación del mapa conceptual en la didáctica instruccional	8
1.2.4 Funcionalidad en el aprendizaje significativo y el constructivismo	8
1.2.5 Diferencia entre esquemas y mapas conceptuales	9
1.3 Enseñanza	10
1.3.1 Definición	11
1.3.2 Elementos fundamentales en el proceso de enseñanza-aprendizaje	11
1.4 Didáctica Pedagógica	12
1.4.1 Definición	13
1.4.2 Fundamentos del método didáctico para la docencia	13
1.5 Comunicación Visual	14
1.5.1 Introducción	14
1.5.2 Definición	14
1.5.3 El mensaje visual	15
1.5.4 Elementos básicos del diseño	15
1.6 Didáctica y Comunicación visual	16
1.6.1 Introducción	17
1.6.2 Modos de aprehender la realidad	17
1.6.3 Gráfica didáctica, definición	17
1.6.4 Actividad didáctica del diseñador	17
1.6.5 Dominio del medio gráfico	18
1.6.6 Conocimiento del público objetivo	18
1.6.7 Criterios para definir la tipología del público objetivo	18
1.6.8 Aspectos a considerar en el momento de producir una pieza didáctica	18

1.6.9	Aplicación de lenguajes gráficos	19
1.6.10	Comunicación efectiva	19
1.6.11	Estrategias de comunicación en el proceso didáctico	19
1.6.12	Función didáctica óptima	20
1.6.13	Disciplinas del diseño gráfico, área editorial	20
1.7	Mercado de medios	21
1.7.1	Inversión publicitaria general por medio	21
1.7.2	Revistas	21
1.7.2.1	Situación general en Chile	21
1.7.2.2	Propiedad de las revistas	22
1.7.2.3	Penetración y audiencia de las revistas	22
1.7.2.4	Destino de las revistas	22
1.7.2.5	Situación publicitaria	23
1.7.2.5.1	Sistema de operación	23
1.7.2.5.2	Compras	23
1.7.2.5.3	Inversión publicitaria de revistas	23
1.7.2.5.4	Ranking de revistas por inversión publicitaria	23
1.8	Enseñanza del diseño de revistas en Chile	24
1.9	Material Didáctico educativo entorno al aprendizaje del diseño de revistas	25
1.9.1	Medios didácticos aplicables a la enseñanza	25
1.9.2	Material didáctico existente para el diseño de revistas	26
1.9.3	Tipología existente: descripción técnica, exposición de contenidos y breve análisis	26
1.10	Análisis contextual	31
1.11	Conclusiones de la investigación	32
1.11.1	Conclusiones Operacionales	32
1.11.2	Conclusiones Conceptuales	32
2.1	Introducción general	36
2.2	Planteamiento del problema	37
2.3	Formulación del proyecto	38
2.4	Importancia del proyecto	38
2.5	Definición del proyecto (conceptual y operacional)	40

2.6	Objetivos generales y específicos del proyecto y de comunicación visual	40
2.7	Público objetivo	41
2.8	Planificación de trabajo	41
2.9	Proceso de diseño	42
2.9.1	Metodología aplicada	43
2.9.2	Actividades desarrolladas:	44
2.9.2.1	Recopilación de información	44
2.9.2.2	Creación de registro de imágenes:	44
2.9.2.2.1	Registro visual	44
2.9.2.2.2	Adquisición de material	44
2.9.2.2.3	Digitalización y retoque	44
2.9.2.3	Orden y clasificación del material visual recopilado	45
2.9.2.3.1	Clasificación de revistas	45
2.9.2.3.2	Orden de agentes involucrados	46
2.10	Propuesta de diseño	47
2.10.1	Parámetro de diseño: semánticos, sintácticos y pragmáticos	48
2.10.2	Definición del soporte	49
2.10.3	Formato	50
2.10.4	Diagramación:	51
2.10.4.1	Estructuración general	51
2.10.4.2	Definición de contenidos por capítulo	51
2.10.4.3	Tipografía y estilos gráficos utilizados	52
2.10.4.4	Paleta de colores	54
2.10.4.5	Imágenes de apoyo gráfico	55
2.10.4.6	Tratamiento de imágenes	56
2.10.4.7	Definición de áreas de contenido	56
2.10.5	Relación gráfica y de contenidos	57
2.10.6	Resultado de aplicaciones gráficas	59
2.11	Aspectos legales	62
2.12	Aspectos técnicos	62
2.13	Costos y financiamiento	63
2.13.1	Características a cotizar	63
2.13.2	Valores	63
2.14.3	Financiamiento	64
3	Conclusión	65
4	Bibliografía	66

...por sonreírme,
por los traspasos,
por las llamadas,
por encaminarme a la
U cargada de mil
materiales,
por recibirme con leche
caliente los días de
lluvia, por las conver-
sas, por el ánimo, por
los retos, por pensar
en mí, por financiarme,
por recibirme, por
abrazarme, por pregun-
tarme mil y una cosas,
por ver que estaba
"tramando",
por los llantos, por
"tirarme" abajo de
la cama, por los bailes
dentro y fuera de
la casa, por los
cariños, por el pan
con pastrami,
por las miles
de canciones, por las
tablas, por los amigos
y los que ya
no lo son tanto,
por el auto, por corre-
girme, por el libre
albedrío, por apoyarme
y empujarme, por
sacarme adelante, por
confiar en mí, por
amarme, por correr
conmigo detrás de las
micros o apretarse en el
metro a cambio de una
buena compañía,
por la ropa arreglada
y las emergencias, por
querer contarme algo,
por las vacaciones
maravillosas
de siempre, por leerme
el diario, por ir a bus-
carme al trabajo, por
nuestra cama, por
Alicia en el país de las
maravillas,
por querer aprender
de mí, por los que
vienen cercanos,
por estar conmigo,
por todo...
a mi papá, Juan
a mi mamá, Neri
a mi hermana, Claudia
a mi pareja, Rodrigo
a mi amiga, Mony
en resumen,
a mi familia...
porque me titule
o no..
sé que seguirán
estando conmigo.