

Prototipo de revista institucional para el programa de diseño gráfico

Cristian Machado González

Institución Universitaria Pascual Bravo

Facultad de producción diseño y afines

Tecnología en diseño gráfico

Medellín

2013

Prototipo de revista institucional para el programa de diseño gráfico

Cristian Machado González

Trabajo de grado

Asesora
Catalina Lleras
Diseñadora gráfica

Institución Universitaria Pascual Bravo
Facultad de producción diseño y afines
Tecnología en diseño gráfico

Medellín

2013

Contenido

Pág.

Glosario

Introducción

1. El problema

1.1 Identificación del problema

1.2 Planteamiento del problema

1.3 Formulación del problema

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

2.2. Objetivos específicos

3. Justificación

4. Marco teórico

4.1 El diseño gráfico

4.2 El diseño editorial

4.3 Partes de una editorial

4.4 Secciones y partes de una maquetación

4.5 Las cuatro f

4.6 La revista

4.7 Estudiantes del programa de diseño gráfico

5. Diseño metodológico

5.1 Conclusiones del sondeo

6. Descripción del proyecto

6.1 Tipo de investigación

7. Recomendaciones

8. Conclusiones

9. Recursos

10. Cronograma

11. Bibliografía

Glosario

A

Añoranza: es descrita como un sentimiento o necesidad de anhelo por un momento, situación o acontecimiento pasado.

Armónico: Componente sinusoidal de una onda periódica cuya frecuencia es múltiplo de la de otra componente de onda denominada fundamental. Así, en acústica, se dice que un sonido es armónico cuando su frecuencia es múltiplo de la de un sonido fundamental.

C

Composición: La composición en referencia al lenguaje visual supone la organización de los elementos que forman el conjunto de imagen, con el fin de obtener un efecto de unidad y orden.

Contextual: El contexto (del latín contextus) es un entorno físico o de situación a partir del cual se considera un hecho. El entorno del contexto puede ser material (algo que se presenció en el momento de ocurrir el hecho) o simbólico (por ejemplo el entorno cultural, histórico u otro) o dicho de otras palabras, es el conjunto de circunstancias en el que se produce el mensaje.

Criterio: Un criterio es una condición/regla que permite realizar una elección, lo que implica que sobre un criterio se pueda basar una decisión o un juicio de valor o una norma para acceder a la verdad. La etimología de la palabra criterio procede de la palabra griega κρίνω / crinó -juicio o discernimiento-, que a su vez da origen a la palabra κρίνειν / crinen -discernir, juzgar- y de allí a la palabra κριτήριον / critérium.

D

Diversidad: La multitud de formas que presentan los organismos vivos apenas puede ser abarcada en su conjunto.

E

Editorial: La edición de libros es la industria relativa a la producción y difusión de todo tipo de libros (literarios, técnicos, enciclopédicos, de entretenimiento, cómics, informativos, etc.).

Encuadernación: Se llama encuadernación a la acción de coser o pegar varios pliegos o cuadernos de texto y ponerles cubiertas. Las

encuadernaciones tienen por objeto procurar al libro tres ventajas: su conservación, su fácil manejo y su presentación artística.

Ergonómico: Busca la optimización de los tres elementos del sistema (humano-máquina-ambiente), para lo cual elabora métodos de estudio de la persona, de la técnica y de la organización.

Exhaustiva: Se dice de lo que agota un tema o materia, es decir, que trata todos los casos posibles o, al menos, una enorme cantidad de ellos.

F

Fundamentos: Elementos básicos de un arte o ciencia.

I

Improvisar: la improvisación es el hecho de transmitir o generar de forma espontánea una idea o sentimiento a través de la imaginación y la aplicación de recursos de la materia, es realmente "arte" cuando los recursos muestran con lujo de detalles un dominio del arte emprendido y un balance perfecto de ideas desarrollo y desenlace de lo transmitido.

Innovación: La innovación va de la mano con la mejora continua. La diferencia es que en la mejora continua se ven resultados a corto plazo, y los cambios son graduales, mientras que en la innovación se notan grandes cambios y se pueden ver resultados a mediano plazo. Mientras que la mejora continua es orientada al proceso, la innovación va orientada al resultado final.

Intervalos: Espacio o distancia que hay entre dos momentos o entre dos puntos.

L

Litógrafo: El que ejerce el arte de la litografía.

Litografía: La litografía es un procedimiento de impresión creado en el año 1796, hoy casi en desuso salvo para la obtención y duplicación de obras artísticas. Su creador fue el alemán Aloys Senefelder (1771 - 1834). Etimológicamente la palabra litografía viene de los términos griegos lithos piedra y graphe (dibujo).

M

Maquetación: La maquetación, también llamada a veces diagramación, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.

P

Paleolítico: El Paleolítico (παλαιός, palaiós=antiguo, y λίθος, lithos=piedra) significa etimológicamente Edad de piedra antigua, término creado por el arqueólogo John Lubbock en 1865 en contraposición al de Neolítico (Edad moderna de la piedra). Es el período más largo de la historia del ser humano (de hecho abarca un 99% de la misma) y se extiende desde hace unos 2,85 millones de años (en África)¹ hasta hace unos 10.000 años. Constituye, junto con el Mesolítico/Epipaleolítico y el Neolítico, la llamada Edad de Piedra, denominada así porque la elaboración de utensilios líticos ha servido a los arqueólogos para caracterizarla (en oposición a la posterior ?).

Periodicidad: Calidad de lo que ocurre o se efectúa cada cierto espacio de tiempo, repetición regular.

Proyectar: lanzar, idear, proponer.

R

Reconvertir: Hacer que vuelva a su estado, ser o creencia lo que había experimentado un cambio.

Rentable: Que produce un beneficio que compensa la inversión o el esfuerzo que se ha hecho.

Rupestre: Se aplica al arte prehistórico, surgido en el paleolítico superior (entre el 30 000 y el 10 000 a. C. aproximadamente) que consistía en pinturas, relieves o grabados sobre las paredes de piedra de las cuevas, que representaban principalmente escenas de caza.

S

Simbólicas: Que representa o simboliza una cosa.

Que se expresa por medio de símbolos.

Que tiene significado afectivo o moral, o valor representativo, más que material.

T

Típicamente: Que es característico o representativo de un lugar.

Que es propio, característico o representativo de un tipo o clase.

Tipo: De la tipografía o relativo a esta técnica de impresión.

X

Xilógrafo: Técnica de grabado basada en el empleo de una plancha de madera en la que se tallan o se vacían las partes que en la reproducción o impresión deben quedar en blanco.

Introducción

Crear una revista para el programa de diseño gráfico, es un tema de vital importancia para institución, mas ahora cuando es necesario utilizar herramientas como esta que permitan mejorar la calidad del mismo; además esta puede ser la oportunidad para mostrar las capacidades de los estudiantes del programa y las virtudes de sus trabajos. Todo esto orientado a provocar cambios que contribuyan al mejoramiento de la institución (INSTITUTO TECNOLÓGICO PASCUAL BRAVO).

Por tanto esta revista, debe ser aceptada por los estudiantes como una posibilidad para identificar la exigencia académica en la institución y las capacidades de sus compañeros, como incentivo para esforzarse por ser mejores cada día. Así en un futuro el crecimiento se verá reflejado en la importancia de esta, dándose a conocer como una de las mejores en el campo de las revistas universitarias de la ciudad.

Para que una revista institucional de diseño gráfico sea sobresaliente y pueda mantenerse en el tiempo, debe ser creativa, interesante para los estudiantes y con una gran calidad gráfica. Estos atributos le permitirán competir con otras revistas institucionales y a su vez servirán para darle una identidad en la institución y fuera de esta al programa de diseño gráfico del INSTITUTO TECNOLÓGICO PASCUAL BRAVO. Una buena revista institucional se está convirtiendo en un requisito indispensable para el reconocimiento de de la carrera de diseño gráfico en cualquier institución, por lo que la motivación de implementar una revista como esta es la dar solidez y fortalecer la cerrera y de este modo dar una imagen innovadora y creativa no solo del programa sino también de la institución.

1. El problema

1.1 Identificación del problema

Algunas de las actitudes observadas entre los estudiantes de diseño gráfico es que sienten que la institución no le da la importancia requerida al programa a pesar de las inversiones hechas en los últimos semestres, tal vez se debe a que aunque han hecho esta inversión también han dejado ir maestros con una gran experiencia y trayectoria. Este sentimiento se podría contrarrestar con la creación de la revista.

1.2 Planteamiento del problema

Ha sido evidente el mejoramiento de la calidad de los programas de diseño gráfico en otras instituciones gracias a la creación de revistas institucionales, ya que estas dan como resultado no solo reconocimiento e identidad, sino también sentido de pertenencia de los estudiantes por la carrera. En el caso del Tecnológico Pascual Bravo que no cuenta con este tipo de revista, genera una sensación entre los miembros del programa de inseguridad y de no importancia del programa para la institución.

1.3 Formulación de el problema

¿Cómo diseñar una revista para el programa de diseño gráfico, que sirva de herramienta para la formación de los estudiantes de este programa?

2. Objetivos

2.1 objetivo general

Diseñar el prototipo de una revista institucional para el programa de diseño gráfico en el INSTITUTO TECNOLÓGICO PASCUAL BRAVO que ayude a mejorar la calidad de la formación y le de reconocimiento entre las instituciones de educación superior haciéndola más competitiva y poniéndola al nivel de las mejores del país.

2.2 objetivos específicos

- Proponer la producción de artículos para la revista.
- Diseñar el prototipo de la revista.
- apoyar a los estudiantes de diseño gráfico.
- Crear una identidad y un sentido de pertenencia para la carrera de diseño gráfico en el INSTITUTO TECNOLÓGICO PASCUAL BRAVO.

3. Justificación

La importancia de realizar y diseñar el prototipo de una revista institucional del programa de diseño gráfico, radica en mejorar la imagen de la carrera, para generar un efecto de reconocimiento en la ciudad y sentido de pertenencia entre los estudiantes por el programa de diseño gráfico del Instituto Tecnológico Pascual Bravo. La revista va a darle el prestigio y la posición que merece en la ciudad y porque no en el país.

Se puede notar como en otras instituciones que con la uso de este tipo de revistas mejoran la imagen y calidad académica de los programas, en parte debido a la sana competencia que se genera entre los estudiantes para obtener un lugar en la revista, que los lleva a exigirse para lograr alcanzar el reconocimiento en la publicación.

En efecto el desarrollo de esta revista demostrará un crecimiento y un acelerado despliegue de la calidad de profesionales que salen de la institución, generándole reconocimiento al INSTITUTO TECNOLÓGICO PASCUAL BRAVO.

La inversión necesaria para hacer de este proyecto una realidad deberá estar en las manos de la institución, y esta a su vez se verá recompensada en el mediano plazo con el reconocimiento que obtendrá gracias a las cualidades de los diseñadores gráficos que serán los futuros egresados, profesionales representantes de la institución en el campo laboral. Permitiéndoles a través de esta oportunidad ser reconocidos como unos de los mejores en esta área.

Por estas razones es que se hace necesaria la creación de una revista para la carrera de diseño gráfico, ya que esta es la ventana para mostrar los resultados que se logran producto del esfuerzo de los estudiantes y la inversión de la institución, para demostrar su creatividad y la calidad de su formación.

4. Marco teórico

4.1 El diseño gráfico

Como aparece en (<http://www.discorp.es/serviciosgrafico.html>, extraído el 22 de octubre de 2013) El diseño es una profesión cuya actividad es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales determinados. Esta es la actividad que posibilita comunicar gráficamente ideas, hechos y valores procesados y sintetizados en términos de forma y comunicación, factores sociales, culturales, económicos, estéticos y tecnológicos. También se conoce con el nombre de diseño en comunicación visual, debido a que algunos asocian la palabra únicamente a la industria gráfica, y entienden que los mensajes visuales se canalizan a través de muchos medios de comunicación, y no sólo los impresos.

Dado el crecimiento veloz y masivo en el intercambio de información, la demanda de diseñadores es mayor que nunca, particularmente a causa del desarrollo de nuevas tecnologías y de la necesidad de prestar atención a los factores humanos que escapan a la competencia de los ingenieros que las desarrollan.

Algunas clasificaciones difundidas del diseño son: el diseño publicitario, el diseño editorial, el diseño de identidad corporativa, el diseño, el diseño de envase, el diseño tipo, la cartelera, la señalética y el llamado diseño multimedia, entre otros.

También se debe tener en cuenta la ilustración y el diseño fotográfico los cuales son muy utilizados en el diseño editorial.

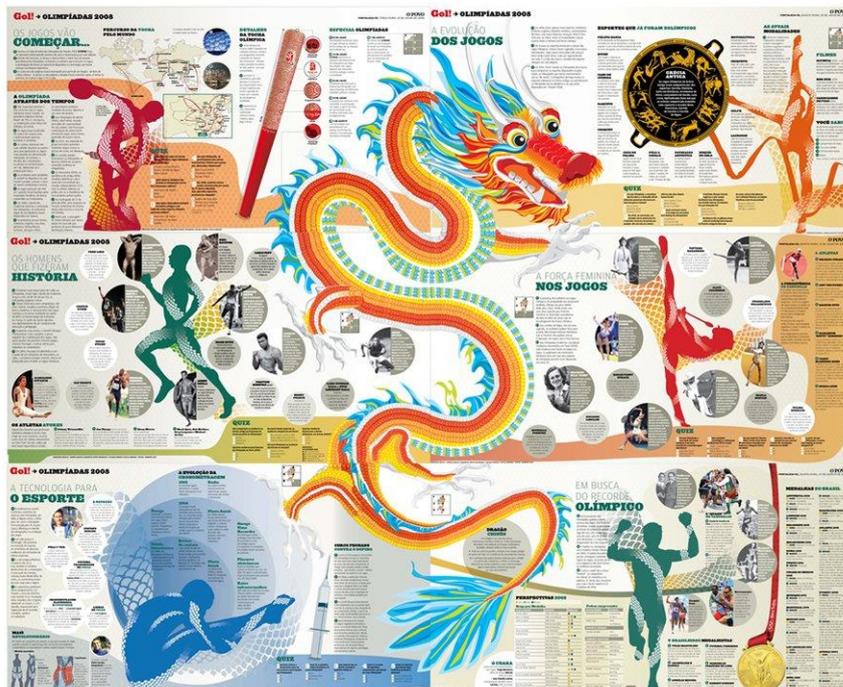


Figura No. Ejemplo de diseño editorial con ilustración.

http://myblogcommx-veronica.blogspot.com/2011_09_01_archive.html



Figura No. Ejemplo de diseño editorial con diseño fotográfico.
<http://blog.luismaram.com/wp-content/uploads/2010/06/disenio-editorial-3.jpg>

4.2 El diseño editorial

Un punto importante es el diseño editorial que es la rama del diseño dedicada a la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros. Para esta parte del desarrollo es necesario analizar el contexto, pues El diseño editorial debe moldearse de acuerdo al mercado y a lo que se quiere comunicar; no es lo mismo entregarle una revista especializada para niños a un adulto mayor, el cual quiere leer su periódico o una revista de temas políticos. El contenido define el diseño a realizar y su enfoque define todo un complejo sistema de tendencias de diseño tales como: Estilo informativo; -Art nouveau, Pop art; entre muchas otras.

El diseño editorial o la "maquetación" incluyen muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos. La comprensión de los términos usados en la maquetación puede fomentar la articulación de ideas creativas entre los diseñadores, los clientes que realizan el encargo, los impresores y demás profesionales que también participan en la producción del diseño. El conocimiento y uso de términos industriales estándar minimiza el riesgo de malentendidos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas de libros, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de

una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, y estas pueden ser.

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar)
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas)
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen.

4.3 Partes de un editorial.

Texto: Se pueden encontrar titulares, subtítulos, bloques de texto, pie de foto y eslogan.

Titulares: Nombran cada artículo o tema a tratar, son los más importantes dentro de cada composición

Pie de foto: Es un texto que aparece en el borde inferior de una imagen, con frecuencia sobre impuesto a ella, aportando información adicional sobre la misma.

Cuerpos de texto: Son los considerados el alma de toda publicación porque en ellos radica toda la información de cada artículo, estos bloques de texto deberán hacerse más legibles, saturación ni caos. Por ejemplo: el Pie de foto describe la foto, su nombre y el del autor.

4.4 Secciones y partes de una maquetación

- Una revista:
- Portada
- Contraportada
- Editorial
- Índice
- Sumario
- Directorio
- Artículos
- Textos
- Fotos
- Ilustraciones

(Extraído el 22 de octubre de 2013 desde <http://www.urkan.com/servicios-gráficos/maquetacion-editorial/>)

4.5 Las cuatro F

Las Cuatro F establecen una identidad de marca en las revistas generando así una unidad y coherencia en las publicaciones impresas.

1. Formato: el diseño que se aplica en todos los números y definen el aspecto general de la revista. El logo, los titulares de portada, el tamaño de la revista, secciones, los títulos de las secciones y el pie de página, son elementos que componen el formato de la revista.
2. Formula: resume el enfoque de la revista sobre el contenido editorial. Tipo y extensión de artículos, secciones en las primeras y últimas páginas del ejemplar, estilo foto e ilustraciones.
3. Frame (marco): es la norma de márgenes exteriores e interiores de la página.
4. Función: lo que una revista intenta conseguir y el mensaje que trata de transmitir.

4.6 La revista

Para darnos una entender mejor los objetivos de este proyecto se debe tener una idea clara de lo que es una revista: Una revista es una publicación de aparición, a intervalos mayores a un día. A diferencia de los diarios o periódicos, orientados principalmente a ofrecer noticias de actualidad más o menos inmediata, las revistas ofrecen una segunda y más exhaustiva revisión de los sucesos, sea de interés general o sobre un tema más especializado. Típicamente están impresas en papel de mayor calidad, con una encuadernación más cuidada y una mayor superficie destinada a la gráfica.



Figura No. Ejemplo de una revista hecha por universitarios
http://www.unblogged.net/wp-content/uploads/2008/03/doctambulos_17.PNG

Pero para poder realizar propuestas para artículos y funcionamiento de una revista se debe conocer a fondo como se hace, por lo que es importante hablar de la diagramación de una producción como esta. Que es sólo el pretexto para conocer los mecanismos que sirven para el mismo proceso en boletines, memorias, folletos, periódicos, etc., ya que los fundamentos del diseño son comunes para todos ellos, así que cuando se habla de los fundamentos de la diagramación nos referimos en esencia a los fundamentos del diseño: la tipografía, el color y la composición. Y cuando se trata es de organizar una página necesitamos saber: Qué es lo que vamos a organizar y cómo lo vamos a organizar.

Así que de acuerdo con la composición de la revista lo que se va a organizar se refiere a los textos e imágenes (T+I), los cuales son los componentes básicos de los mensajes impresos, la forma cómo se va a hacer es como se mencionaba anteriormente manejando los criterios de tipografía, color y composición. Ya que la tipografía, el color, y la composición constituyen las bases de la diagramación. Un entendimiento claro del significado de cada uno de estos conceptos permitirá al diagramador trabajar con seguridad un proyecto de cualquier envergadura.

En general el proceso de la diagramación es también una permanente interrelación de los objetos. Cuando se modifica una de las condiciones las demás se ven afectadas y es en esa búsqueda del equilibrio donde el trabajo se pone divertido para el diseño en general y la composición de páginas en particular, esta destreza se logra en base al ejercicio permanente de la composición y muchas veces están relacionados con la repetición de los procesos los mismos que posteriormente se convierten en elementos de identidad para un diseño específico.

Pero la sencillez con que se concibe este proceso no debe impedir ver la realidad de su complejidad y entonces caer en el error de dedicar los esfuerzos a complicar sus páginas con una serie de elementos para justificar plazos y costos convenidos con sus clientes; el verdadero profesional busca siempre es elaborar un mensaje visual sencillo que haga fácil la comunicación, que haga de esa página una agradable lectura. Si esto se logra se habrá cumplido con el objetivo que no es otra cosa que la de facilitar la lectura recurriendo al uso de un criterio de color que armonice con el mensaje, a una tipografía que refuerce el carácter de ese contenido y a una composición que envuelva al lector en la dinámica o la placidez de ese mensaje.

4.7 Estudiantes del programa de diseño gráfico

Importancia de una revista de universitarios para universitarios

La añoranza de los estudiantes de diseño gráfico que se inclinan para la publicidad, tiene que ver con la idea narcisista de ver impreso su nombre en producto publicado y siendo menos pesimistas también con hacer lo que les gusta: diseñar.

En este sentido, los emprendimientos editoriales desarrollados por estudiantes con poca o nula experiencia han marcado un camino a veces problemático pero no menos esperanzador, el de la autogestión.

Decimos problemático porque no siempre existe un plan de acción preconcebido y las turbulencias económicas pueden hacer peligrar su sustentabilidad. Lo destacable viene entrelazado al desarrollo de un proyecto editorial desde cero con las potencialidades y la libertad que ello permite.

Función de los estudiantes de diseño

Los estudiantes tendrán la función de proponer sus productos para concursar por la publicación en la revista, de este modo se sentirán más activos y esto les ayudara a sentirse más seguros con di mismos a la hora de salir al mercado.

Funciones formativas

Las funciones formativas de esta revista para los estudiantes, serán las de fortalecer su sentido de pertenencia y mejorarlos en cuanto al diseño generando una competencia sana con sus compañeros de carrera.

Función de los maestros

La función de los maestros sería la de orientar y motivar a los estudiantes para poner a participar sus productos y de este modo darles confianza y sentido de pertenencia hacia la revista.

Población

La población escogida para este proyecto son directamente los estudiantes de diseño gráfico del Instituto Tecnológico Pascual bravo, ya que es un proyecto que de realizarse ellos serán los directamente beneficiados por esto este proyecto se enfoca específicamente en esta población de estudiantes.

5. Diseño metodológico

5.1 Sondeo

Encuesta realizada a 35 estudiantes de diseño gráfico del instituto tecnológico pascual bravo.

La cual arrojó los siguientes resultados.

1. ¿Cree que el instituto tecnológico pascual bravo debería tener una revista institucional de diseño?

Si. 34

No. 0

No sabe no responde. 1



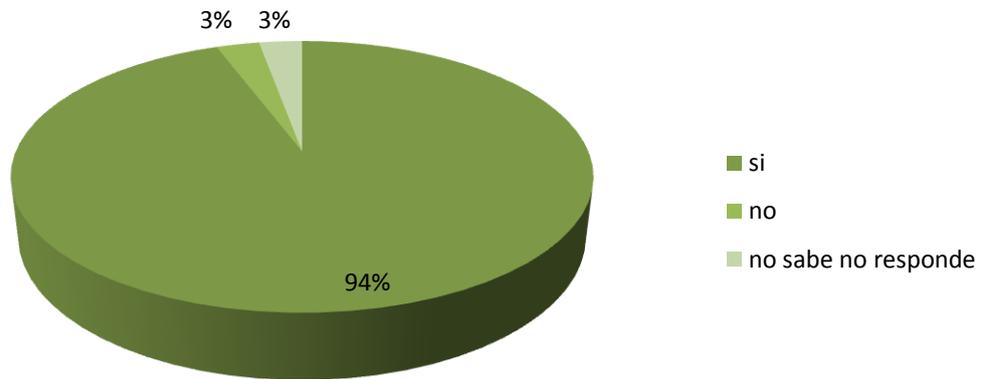
2. ¿le gustaría tener una revista institucional de diseño?

Si. -33

No. -1

No sabe no responde. - 1

¿le gustaría tener una revista insitucional de diseño gráfico?



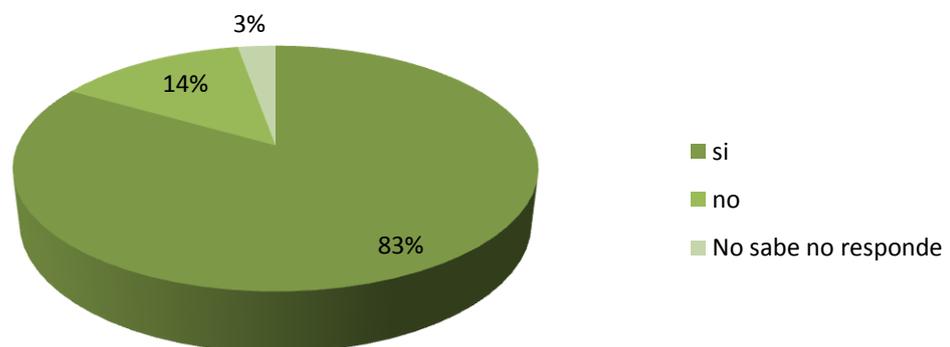
3. ¿cree que es importante una revista institucional de diseño gráfico para el Instituto Tecnológico Pascual Bravo?

Si. 30

No. 4

No sabe no responde. 1

¿cree que es importante una revista institucional de diseño gráfico para la institución?



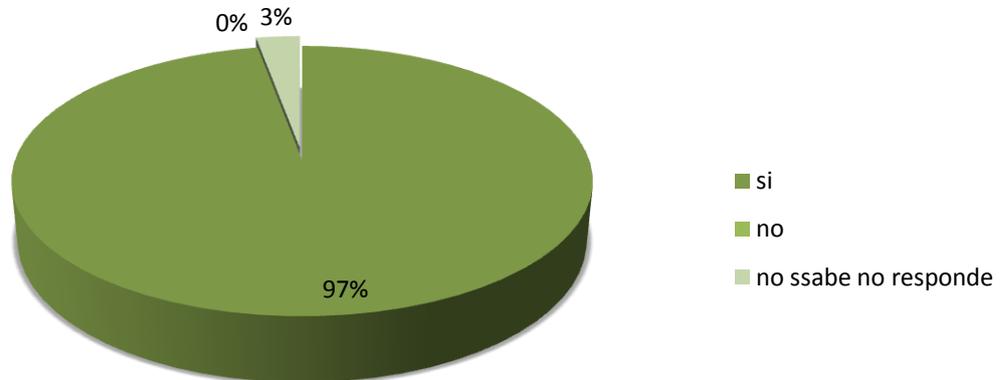
4. ¿le gustaría que uno de sus trabajos apareciera en la revista?

Si. 34

No. 0

No sabe no responde. 1

¿le gustaría que uno de sus trabajos apareciera en la revista?



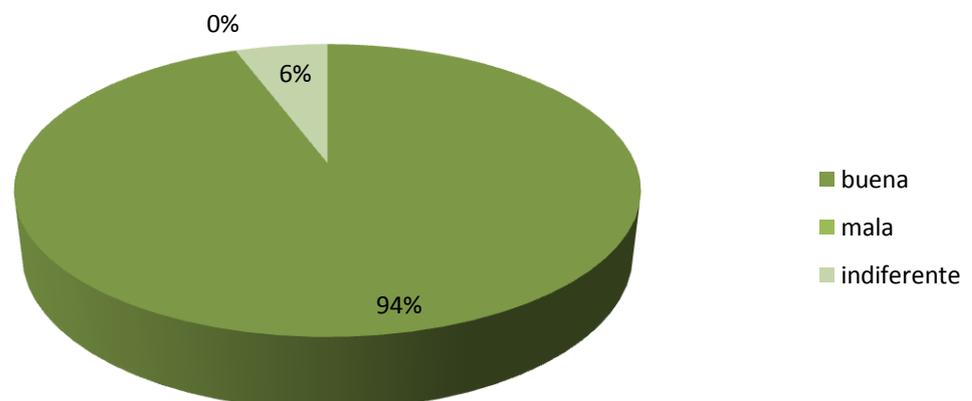
5. En caso de que existiera esta revista, ¿cuál sería su actitud para con la revista?

Buena.33

Mala.0

Indiferente.2

1. En caso de que existiera esta revista, ¿cuál sería su actitud para con la revista?



5.2 Conclusiones del sondeo

1. ¿Cree que el instituto tecnológico pascual bravo debería tener una revista institucional de diseño?

De esta pregunta sacamos como conclusión que los estudiantes de diseño gráfico ven con buenos ojos la posibilidad de tener una revista institucional de diseño gráfico.

2. ¿le gustaría tener una revista institucional de diseño?

Sacamos como conclusión que los estudiantes de diseño gráfico del Instituto Tecnológico Pascual Bravo se entusiasmarían con la implementación de la revista en la institución.

3. ¿cree que es importante una revista institucional de diseño gráfico para el Instituto Tecnológico Pascual Bravo?

Como conclusión sacamos que los estudiantes creen que con la implementación de una revista institucional mejoraría la calidad de la carrera en la institución.

4. ¿le gustaría que uno de sus trabajos apareciera en la revista?

Como conclusión sacamos que los estudiantes estarían dispuestos y con buena actitud para publicar sus producciones en la revista.

5. En caso de que existiera esta revista, ¿cuál sería su actitud para con la revista?

De esta pregunta sacamos como conclusión que los estudiantes mejorarían la actitud ya que la revista sería acogida con una actitud muy buena por parte de los estudiantes de diseño gráfico.

6. Descripción del proyecto

6.1 Tipo de investigación

Investigación documental

La metodología de investigación utilizada es la investigación documental ya que en el desarrollo de este ante-proyecto se utiliza una gran cantidad de material bibliográfico y de fuentes documentales tales como: libros, revistas, encuestas, páginas web etc. Se recurrió a este tipo de información debido a que en el anteproyecto se debe tener una fuente informativa que sea de índole permanente, es decir que esté dispuesta para acudir a ella en cualquier momento del desarrollo del proyecto.

También se ha indagado y tomado como referencia otras revistas institucionales, de este modo construimos la base para el desarrollo del proyecto.

7. Recomendaciones

La recomendación para el desarrollo viable de este proyecto es que sea realizado pensando en el mejoramiento del programa de diseño gráfico en la Institución Universitaria Pascual Bravo, convirtiéndola en algo importante para la misma.

También se recomienda que para el desarrollo del proyecto se elijan a personas competentes que puedan elegir sin ninguna duda los mejores trabajos para publicar, para que la revista sea algo diferente e innovador y que siempre conserve su estilo como una producción de diseño gráfico. De este modo la revista estará vigente por mucho tiempo en la institución.

8. Conclusiones

- Para el mejoramiento de la imagen y de la calidad del programa de diseño gráfico de la Institución Universitaria Pascual Bravo, se hace evidente la necesidad de la creación de una revista por y para el programa.
- Los estudiantes del programa de diseño gráfico están de acuerdo con que la creación de una revista no solo les permitiría mejorar la calidad de su formación sino que se demostraría el interés de los directivos por el programa.
- La inversión de la Institución Universitaria Pascual Bravo, en la realización del proyecto de una revista del programa de diseño gráfico le permitirá tener en un mediano y largo plazo un reconocimiento y solidez frente a otras universidades que ofrecen el mismo programa. Igualmente le permitirá dar una imagen de la formación de profesionales íntegros, creativos y competitivos.

9. Recursos

Recursos humanos:

Diseñador gráfico.

Comunicador.

Recursos técnicos:

Dos computadoras.

Software de diseño.

Costos de impresión y publicación.

Los recursos para realizar esta revista, pueden salir de dos fuentes principales, una es la venta de publicidad dentro de la revista y la otra de la venta de la revista.

10. Cronograma

Septiembre 1 de 2013: cambios y correcciones del anteproyecto par hacer el proyecto de grado.

Septiembre 3 de 2013: organizar la introducción y los objetivos.

Septiembre 10 de 2013: redactar la formulación del problema, empezar con el marco teórico y tener definidos los artículos de la revista.

Septiembre 24 de 2013: realizar la portada de la revista, la justificación y continuar con el marco teórico.

Octubre 1 de 2013: organizar e diseño metodológico y diseñar cuatro páginas de la revista.

Octubre 8 de 2013: finalizar el marco teórico y pulir los detalles de lo que va de la revista.

Octubre 15 de 2013: diseñar otras 4 páginas de la revista.

Octubre 22 de 2013: hacer el glosario y diseñar 2 páginas más de la revista.

Octubre 29 de 2013: hacer el resumen y diseñar 4 páginas de la revista.

Noviembre 5 de 2013: redactar las conclusiones y las recomendaciones y tener toda la revista diseñada.

Noviembre 12 de 2013: terminar el trabajo escrito y hacer las correcciones de la revista.

Noviembre 15 de 2013: entrega final del proyecto.

11. Bibliografía

Echavarría, J. (2010). Cartilla didáctica para la formulación de anteproyectos. Medellín, Colombia.

Arboleda Alejandro (2008). creación de imagen corporativa de la empres SAMM comunicaciones. Medellín, Colombia.

Zapaterra, Y. (2012). Diseño editorial. México D.F. México, Editorial Gustavo Gili.

Kaj, j. (2011). Manual de Producción Gráfica. Recetas. México D.F. México, Editorial Gustavo Gili.

¿Qué es diseño gráfico?

[http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/libros/comunicacion/Fundamentos de dia gramacion/cap_1.htm](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/libros/comunicacion/Fundamentos_de_dia_gramacion/cap_1.htm)

http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico

[http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/libros/comunicacion/Fundamentos de dia gramacion/cap_1.htm](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/libros/comunicacion/Fundamentos_de_dia_gramacion/cap_1.htm)

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

