

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

# ComuniCAIS

**UNA REVISTA PARA EL CENTRO DE ATENCIÓN INTEGRAL AL  
SORDOCIEGO (C.A.I.S.)**

Trabajo de Licenciatura para optar al título  
de licenciada en Comunicación Social

Presentado por la bachiller:

Jaspe de Gudiño, Yamirel Coromoto

Tutor: Prof. Carmen Riera

Caracas, julio de 2008

## Dedicatoria

A mi madre, Mireya, por todo el amor, y el apoyo que siempre me ha brindado en todos los aspectos de mi vida, por su comprensión, ejemplo, dedicación y por sus enseñanzas en lo moral y lo ético, valores fundamentales del ser humano.

A mi padre, Luis, por enseñarme la honestidad y la franqueza en una persona, por su inmenso amor, e interés en que terminara pronto mi carrera. Ejemplo infinito de amor y entrega hacia su familia.

A mis hermanos, Yailu y Luis Guillermo, por su apoyo constante y solidaridad que siempre me han mostrado.

A mi amado José, abnegado esposo, pues sin tu apoyo y solidaridad desmedida, nunca habría logrado cumplir esta meta. Constituyes la columna vertebral de mi vida y de nuestra hermosa familia. Eres el esposo, amigo, chef y paño de lágrimas que cualquier mujer desearía tener! Pero por suerte soy yo quien disfruta de esos beneficios, y por eso, deseo que Dios te colme de bendiciones.

A mi amada María Belén, mi primogénita, por ser fuente de inspiración para luchar por un mejor futuro. ¡Te amo mi niña!

A mi adorable Mariángel, la luz de mi ojos, mi chiquitica, ya que a causa de su discapacidad visual, elegí el tema de esta tesis. Aún con tu baja visión eres una niña brillante y con inmensas capacidades de aprendizaje. ¡Adelante mi niña, pues tienes al mundo en la punta de tus dedos!

A mis suegros, María y Francisco, por su invaluable presencia en todos los momentos importantes de mi vida. Son un ejemplo fiel de unión familiar.

A mis cuñadas y cuñados, por su apoyo y por compartir momentos muy significativos en nuestra vida familiar.

A Zaida, mi eterna comadre, con quien he contado tanto en las buenas como en las malas, a quien le agradezco tantas cosas. Mi eterna admiración y más profundo respeto.

A María Auxiliadora, la comadrita, la eterna e incondicional amiga y cómplice en nuestras travesuras. Mi gran compañera laboral, mi vecina y aún mejor amiga, también para las buenas y las malas. Sigue adelante, acuérdate que el cielo es el límite.

A mis amigas y amigos de la universidad Ruth, Yovaly, Clemencia, Yorly, Lilia, Grisset, Alan, Wilmer, Manuel, Jesús, por estar siempre presentes en todos los momentos precisos y ser grandes compañeros en mi carrera universitaria.

## Agradecimientos

A Dios, padre eterno y todopoderoso, por ser la divina presencia que me guía todos los días de mi vida y por darme la fuerza necesaria para cumplir esta meta con mucho éxito. Porque confió en mi como madre para enviarme un ángel del cielo “Mi Mariángel”, que aún con la oscuridad en sus ojitos, es un sol que irradia a toda la familia, y nos da la luz que nos guía en los momentos difíciles que hemos tenido que superar.

A la universidad, la casa que aún trata de vencer las sombras, por ser un templo de sabidurías para mí y también el trabajo que me ha dado sustento a mi y mi familia durante quince años de mi vida.

A mi tutora, Prof. Carmen Riera, por todas sus enseñanzas, aportes y orientaciones a todo lo largo de la tesis, así como mi admiración y respeto.

A mis padres, por ser apoyo fundamental en mi vida.

A mi esposo e hijas por comprender el gran esfuerzo y sacrificio que ha significado la realización de esta carrera y compartir el éxito alcanzado, porque les pertenece.

Al C.A.I.S. y su personal docente, por todo el apoyo bibliográfico, su colaboración y su tiempo para los cuestionarios. También por lograr que Mariángel aprenda a conocer el mundo a través de sus otros sentidos y por enseñarme a mi que las diferencias no existen, sino retos por superar.

A la Prof. Inírida Rodríguez, por sus enseñanzas y orientaciones muy valiosas en muchos aspectos de mi vida personal y laboral y por su apoyo en mi ingreso a la Escuela de Comunicación Social.

A Miguel Ramón, de la Biblioteca Gustavo Leal, por su invaluable colaboración en la búsqueda del material bibliográfico.

A quienes siempre me alentaron, a todos mil gracias.

# Índice

	Página
Dedicatoria.....	2
Agradecimientos.....	3
Índice.....	4
Resumen.....	9
Abstract.....	10
Introducción.....	11
<b>Capítulo I: El Proyecto.....</b>	<b>14</b>
<b>I.1. Objetivos.....</b>	<b>16</b>
<b>I.2. Planteamiento del Problema.....</b>	<b>16</b>
<b>I.3. Justificación.....</b>	<b>18</b>
<b>I.4. Alcances.....</b>	<b>18</b>
<b>I.5. Limitaciones.....</b>	<b>19</b>
<b>Capítulo II: Marco Teórico.....</b>	<b>20</b>
<b>II.1. La comunicación social y la discapacidad.....</b>	<b>22</b>
<b>II.1.1. Definición de discapacidad.....</b>	<b>25</b>
<b>II.1.2. Definición de Sordoceguera.....</b>	<b>26</b>
Clasificación según las causas de la sordoceguera.....	27
Clasificación según las personas sordociegos.....	28
<b>II.1.3. Sordoceguera en Venezuela.....</b>	<b>29</b>
<b>II.1.4. Centro de Atención Integral al sordociego (C.A.I.S.)...</b>	<b>31</b>

Caracterización de la población.....	35
Modalidades de atención.....	37
Atención Educativa Integral.....	39
<b>II.2. La revista como medio de comunicación social.....</b>	<b>40</b>
<b>II.2.1. Definición de revista.....</b>	<b>41</b>
<b>II.2.2. Características de la revista.....</b>	<b>42</b>
<b>II.2.3. Elementos de la revista.....</b>	<b>46</b>
<b>II.2.4. Clasificación de las revistas.....</b>	<b>48</b>
<b>II.2.5. Las revistas especializadas.....</b>	<b>51</b>
<b>II.2.6. La revista institucional.....</b>	<b>53</b>
<b>II.2.7. La línea editorial.....</b>	<b>53</b>
<b>II.3. El diseño de revistas.....</b>	<b>54</b>
<b>II.3.1. Definición de diseño.....</b>	<b>54</b>
<b>II.3.2. Principios del diseño.....</b>	<b>56</b>
<b>II.3.3. El manual de diseño.....</b>	<b>58</b>
La Mancha.....	59
La Retícula.....	63
Los Elementos Orientadores.....	64
El Color.....	64
Tipografía.....	66
Las Imágenes.....	70
<b>Capítulo III: Metodología.....</b>	<b>72</b>
<b>III.1. Investigación documental.....</b>	<b>74</b>

<b>III.2.</b> El diseño.....	74
<b>Capítulo IV: La Propuesta</b> .....	75
<b>IV.1.</b> La propuesta ComuniCAIS.....	77
<b>IV.2.</b> ComuniCAIS.....	77
<b>IV.3.</b> ComuniCAIS Ficha técnica.....	78
<b>IV.4.</b> La selección del nombre.....	78
<b>IV.5.</b> Política editorial.....	79
<b>IV.6.</b> Periodicidad.....	80
<b>IV.7.</b> Secciones de la revista.....	80
<b>IV.8.</b> Manual de estilo.....	83
<b>IV.8.1.</b> Política informativa.....	83
<b>IV.8.2.</b> Manual de estilo redaccional.....	84
<b>IV.8.3.</b> Uso del lenguaje periodístico.....	86
<b>IV.8.4.</b> Géneros periodísticos.....	87
<b>IV.9.</b> Manual de identidad gráfica de ComuniCAIS.....	88
<b>IV.9.1.</b> Sistema de Coordinación Gráfica.....	89
<b>9.1.-</b> Elementos de espacio.....	89
<b>9.1.1.-</b> La maqueta.....	89
<b>9.1.1.1.-</b> Soporte y encuadernación.....	89
<b>9.1.1.2.-</b> Formato.....	89
<b>9.1.1.3.-</b> Mancha.....	89
<b>9.1.1.4.-</b> Márgenes.....	89

<b>9.1.2.-</b> La retícula.....	89
<b>9.1.2.1.-</b> Módulos.....	89
<b>9.1.2.2.-</b> Retícula vertical.....	89
<b>9.1.2.3.-</b> Retícula horizontal.....	90
<b>9.1.3.-</b> Los elementos orientadores.....	90
<b>9.1.3.1.-</b> Las Líneas.....	90
<b>9.1.3.2.-</b> Las franjas.....	90
<b>9.1.3.3.-</b> Los recuadros.....	91
<b>9.1.4.-</b> Los elementos indicadores.....	91
<b>9.1.5.-</b> Paleta de colores.....	92
<b>9.2.-</b> Elementos de la unidad informativa.....	93
<b>9.2.1.-</b> La tipografía.....	93
<b>9.2.2.-</b> Las imágenes.....	94
<b>9.3.-</b> La portada.....	94
<b>9.4.-</b> El logotipo.....	95
<b>9.5.-</b> Fotografías y titulares.....	95
<b>9.6.-</b> Contraportada.....	96
<b>9.7.-</b> Reverso de portada y contraportada.....	96
<b>9.8.-</b> Publicidad.....	97
<b>9.9.-</b> Distribución de páginas.....	97
<b>9.10.-</b> Carátula.....	98
<b>9.11.-</b> Contenido por páginas.....	99
<b>9.12.-</b> Tácticas de mercadeo.....	101

9.13.- Factibilidad.....	101
<b>Capítulo V: Prueba del producto.....</b>	<b>103</b>
Conclusiones.....	105
Referencias bibliográficas.....	108
Tesis consultadas.....	110
Portales de Internet consultados.....	111
Anexos.....	112



## Resumen

El presente trabajo de licenciatura constituye el diseño de una revista para el Centro de Atención Integral al Sordociego (C.A.I.S.), en virtud de la importancia del enlace comunicacional entre el centro y los familiares de la población sordociega y/o con discapacidad sensorial que atiende.

El C.A.I.S. se encuentra ubicado en la Avenida Caroní, Anexo Quinta Carlui, Urb. Colinas de Bello Monte, Municipio Baruta, Estado Miranda. Tanto la directora como el personal docente y especialistas, un número importante de padres y representantes y por supuesto un grupo de los niños y jóvenes que constituyen la comunidad sordociega y/o con discapacidad visual, contribuyeron de una u otra forma para llevar a feliz término este significativo proyecto. Como muestra se utilizó un cuestionario que se aplicó al personal docente y especialistas, así como también a algunos padres y representantes.

Su propósito fue el diseño de una revista que sea interesante, ágil y útil para facilitar el flujo de comunicación e información entre el C.A.I.S. y la población sordociega y/o con discapacidad visual y sus familiares. En el aspecto metodológico se trató de una investigación documental y bibliográfica, con la cual se obtuvo la teoría que sirvió de base para la realización de la revista y su posterior diseño y diagramación final.

El trabajo se justificó porque permitirá desarrollar un medio de comunicación entre el C.A.I.S. y los familiares de la población sordociega que asiste al centro. Como resultado se obtuvo el diseño de una revista, sencilla pero precisa, fresca y muy útil para la comunidad que asiste al centro y para el público en general que se interese y sea sensible sobre el tema de la discapacidad.

**Palabras Claves:** Diseño, Comunicación, Sordociegos, Comunidad, Información, Revista, Discapacidad.

## **Abstract**

This work degree is designing a magazine for the Center for Comprehensive Care to deafblind (ACHR), under the importance of communication link between the centre and the families of deafblind people and / or sensory disabilities served.

The C.A.I.S. is located at Avenida Caroní, Annex Fifth Carlui, Urb. Colinas de Bello Monte, Baruta Municipality, Miranda State. Both the director as teachers and specialists, a significant number of parents and representatives and of course a group of children and young people who are deafblind community and / or visually impaired, contributed in one way or another to bring to a successful conclusion this significant project. As shown, a questionnaire was used that was applied to teachers and specialists, as well as some parents and representatives.

Its purpose was to design a magazine that is interesting, useful and flexible to facilitate communication and information flow between the ACHR and deafblind people and / or visually impaired and their families. In the methodological aspect it was a documentary research and literature, which was obtained theory which formed the basis for the realization of the magazine and its subsequent final design and layout.

The work was justified as it will develop a means of communication between the ACHR and the families of deafblind people attending the centre. The result was the design of a magazine, simple but accurate, fresh and very useful for the community who attends the center and to the general public who are interested in and be sensitive on the subject of disability.

Key Words: Design, Communication, Sordociegos, communications, information, Magazine, Disability.

## Introducción

“El Centro de Atención Integral al Sordociego C.A.I.S. es una institución oficial dependiente de la Dirección de Educación Especial del Ministerio del Poder Popular para la Educación, adscrita al Distrito Escolar N° 6 de la Zona Educativa de Miranda, que atiende a la población con la condición de sordoceguera con o sin otras condiciones asociadas”.

“El C.A.I.S. presta apoyo a las diferentes unidades operativas de la modalidad de educación especial y de los niveles y otras modalidades del sistema educativo venezolano. Garantiza la atención integral y de calidad a todas aquellas personas, desde la infancia hasta la edad adulta, que presenten deficiencias auditivas y visuales a fin de apoyarlos en su proceso de prosecución escolar e integración laboral y social”.

“Apoya a los padres y representantes, así como a los profesionales que los atienden, en cuanto a aspectos relacionados con la educación de la persona con sordoceguera, entre los que se encuentran: comunicación, lengua escrita en código Braille, lengua de señas venezolana, actividades de la vida diaria, estimulación visual, orientación y movilidad, adaptaciones curriculares, etc”. (Tríptico del C.A.I.S).

Para este centro, el tener un medio de comunicación es una aspiración que viene desde hace muchos años, con el cual se logrará un vínculo de unión entre sus alumnos, padres o representantes y el centro. Consideramos necesaria la creación de esta revista para el Centro de Atención Integral al Sordociego (C.A.I.S.).

El presente Trabajo de Licenciatura es una monografía y tiene la finalidad de cumplir con todas las formalidades legales, académicas y específicas de la Escuela

de Comunicación Social, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela para optar al título de Licenciada en Comunicación Social.

La monografía que será presentada al jurado es el diseño de una revista, la cual facilitará el enlace informativo/comunicacional entre el C.A.I.S. y los familiares y representantes de la población sordociega que es atendida en dicho centro. Con esta innovadora propuesta se pretende brindar a los usuarios del centro una serie de herramientas y servicios de orientación (referencias, consultas e información en general).

Dicha monografía estará dividida en cinco capítulos: 1.- El Proyecto; 2.- Marco Teórico; 3.- Metodología del Proyecto, 4.- Propuesta de diseño de una revista informativa para el C.A.I.S. y 5.- Prueba del producto

Para diseñar esta monografía se seguirá una metodología constituida por los siguientes pasos: Enunciación del problema, el cual se resume así: La necesidad del C.A.I.S. de contar con un medio idóneo para vincularse con los padres y representantes que asisten al centro, asimismo con el personal docente y especialistas que allí laboran.

Los límites o tiempo de duración del objeto físico se estima en años, por cuanto los usuarios objetivos al tener el primer contacto o prototipo se interesarán en conocer mucho más del producto. En el último paso de esta metodología se visualizará "La Revista".

Para la ejecución de este proyecto de diseño de una revista que sirva como medio informativo y orientador a fin de cubrir los objetivos comunicacionales del C.A.I.S. se realizará una investigación a nivel interno, empleando la técnica de la

entrevista tanto a los directivos, como al personal docente y profesionales especialistas en diferentes áreas de discapacidad, así como también a algunos padres y representantes.

Igualmente se entrevistarán a profesionales en el área de la comunicación impresa y artes gráficas y se investigará la bibliografía existente sobre el tema.

# **Capítulo I**

## **El Proyecto**

# **I. El Proyecto**

En este capítulo se desarrollarán los objetivos del proyecto, se hará el planteamiento del problema de investigación, se definirá la revista a diseñar. Se expondrán los motivos y la justificación de este trabajo, así como los alcances y limitaciones que se enfrentaron para llevar a feliz término este trabajo.

## **I.1. OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Crear una revista que informe a los familiares, que sea interesante, ágil y útil. Para facilitar un enlace comunicacional entre el C.A.I.S. y los parientes de la población sordociega del país.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ◆ Determinar la importancia del enlace entre el C.A.I.S. y los familiares de la población sordociega que atiende.
- ◆ Analizar los elementos de comunicación que debe contener una revista.
- ◆ Realizar una revista que logre vincular comunicacionalmente al C.A.I.S. con los familiares de la población sordociega.
- ◆ Diseñar el número “0” de la revista.

## **I.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El Centro de Atención Integral al Sordociego (C.A.I.S.) institución oficial (único en el país), dependiente del Ministerio del Poder Popular para la Educación, adscrita al Distrito Escolar N° 6 de la Zona Educativa del Estado Miranda y creada el 01 de Octubre de 1995 como Unidad Operativa del área de Deficiencias Visuales de la Dirección de Educación Especial, orienta la praxis pedagógica hacia la atención directa e integral de los niños y niñas, jóvenes y adultos que presentan Deficiencias Visuales y Auditivas (Sordoceguera) con o sin otras condiciones asociadas, por parte de un equipo interdisciplinario que facilita el desarrollo integral de esta población utilizando estrategias acordes con sus características y necesidades individuales y



grupales, y con las teorías y técnicas específicas del área, creando ambientes de aprendizaje fundamentados en experiencias significativas. Al mismo tiempo, se encarga de diseñar, elaborar, adaptar y utilizar materiales instruccionales, instrumentos y equipos técnicos especializados y actualizados que se empleen en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

El C.A.I.S., no cuenta con ningún medio u órgano comunicacional que brinde la información necesaria entre los docentes, profesionales, especialistas y los familiares de la población sordociega que asiste al centro. De tal forma, que con esta propuesta se busca facilitar un enlace informativo y de orientación entre el C.A.I.S. y la comunidad objeto de atención.

Este medio de comunicación o revista se podría considerar efectivo y accesible para los usuarios, pues se daría énfasis tanto interno (docentes y profesionales) como externo (familiares de las personas con sordoceguera) a las informaciones pertinentes a los procesos de prosecución escolar e integración laboral y social, así como orientación en general.

Es por ello, que mediante la revista que se propone diseñar, será posible ofrecer una herramienta para difundir información eficaz y de interés comunicacional, a la vez que contribuirá en la proyección del C.A.I.S.

En este sentido, el problema objeto de estudio en este proyecto será el **Diseño de una revista que sirva de enlace informativo/comunicacional entre el C.A.I.S. y los familiares de la población sordociega que asiste al centro.**

### **I.3. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO**

La presente investigación se justifica porque permitirá desarrollar un medio de comunicación (revista) para el Centro de Atención Integral al Sordociego (C.A.I.S.) con lo cual se pretende enfrentar la problemática de la falta de un canal de comunicación para orientar a los familiares y representantes de las personas con discapacidad visual y auditiva que asisten al centro.

La propuesta de diseñar una revista para el C.A.I.S. se plantea a raíz del importante flujo de información que se maneja dentro y fuera del centro y por el incremento de la matrícula en estos últimos años.

### **I.4. ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN**

La investigación es de carácter exploratorio y no es un estudio de opinión representativo. Este estudio alcanza sólo a aquellas publicaciones producidas en Venezuela, pues el C.A.I.S. se encuentra como única sede en el área metropolitana de Caracas.

El diseño de esta revista para el Centro de Atención Integral al Sordociego, constituye un vehículo comunicacional en dicho centro de orientación especializado para los familiares de las personas con diferentes discapacidades. Pues dadas sus características expresivas, estéticas, funcionales y organizativas se convertirá en un medio de comunicación modelo a seguir por otros institutos similares al C.A.I.S.

## **I.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente proyecto sólo abarcará la primera fase del diseño y producción de la revista, pues es sólo una propuesta para dar una idea de factibilidad del producto.

Una de las limitaciones de la presente investigación será la escasa existencia de material documental sobre el tema de la sordoceguera, ya que no se tiene conocimiento de la existencia de revistas que sean especialmente dirigidas a las personas con dichas discapacidades editadas en el país.

También constituye una limitación el poco tiempo del que se dispone para presentar el proyecto; el escaso presupuesto con que se cuenta y la poca disponibilidad de tiempo de los entrevistados. Por lo que la investigación implica un esfuerzo constante y permanente para lograr el objetivo del trabajo.

# **Capítulo II**

## **Marco Teórico**

## **II. Marco Teórico**

En este segmento se desarrollará la base teórica necesaria para ampliar los conocimientos sobre la discapacidad visual o sordoceguera, la importancia de la revista como medio de comunicación social y lo esencial del diseño para la creación de una publicación.

Por tanto se abarcarán los aspectos resaltantes de cada uno de estos puntos. En primer lugar se tratará el concepto de discapacidad, sordoceguera, la sordoceguera a nivel nacional, el papel que desempeña el C.A.I.S. Luego, se estudiará lo relacionado a la revista, su definición, características, elementos, su clasificación, entre otras cosas. Finalmente, trataremos el diseño de revistas, en el cual se estudiarán sus principios básicos y los aspectos más importantes para la creación del manual de estilo.

## II.1. La comunicación social y la discapacidad

Entendemos por actualidad periodística, “la selección de aquellos acontecimientos que, en razón de su interés humano y actual, ganan la atención en un momento dado”<sup>1</sup>. El factor humano es, desde un principio y como puede observarse, el motivo principal que encuentran los periodistas en el universo de la discapacidad para convertirlo con frecuencia en noticia.

La discapacidad es un componente de la actualidad periodística. Su relevancia es cada vez mayor, no hay duda. En los últimos años se han sentado los cimientos para una relación recíproca entre los medios y el colectivo donde la lucha por aparecer dentro del territorio de la noticia se ha caracterizado por la utilización de unos modos, la predilección por unas fórmulas estandarizadas de tratamiento y la acomodación del trabajo de las entidades al funcionamiento de los profesionales de la comunicación con la creación de gabinetes y oficinas de prensa especializados.

Por eso, el competitivo panorama de informaciones que pugnan entre sí por un hueco mínimo dentro de la actualidad encuentra en la discapacidad un protagonista emergente. En esa serie de cuestiones de mayor calado mediático o, tal y como afirma Ángel Benito, en ese conjunto de “noticias que interesan y afectan a los públicos en un momento dado”<sup>2</sup>, aparece con entidad propia pero con la necesidad de reformularse ante la opinión pública el colectivo de la discapacidad.

El peso y la influencia de los medios de comunicación juegan un papel determinante en la transmisión del hecho informativo que, en palabras de García

---

<sup>1</sup> BENITO, Ángel: La invención de la actualidad –Técnicas, usos y abusos de la información-, Fondo Cultura Económica, Madrid, 1995, pág. 12.

<sup>2</sup> IDEM: pág. 9.

Núñez, “no consiste sino en la recopilación de una serie de datos y hechos de actualidad (las fuentes), por parte de unos agentes (los periodistas), que mediante un ulterior tratamiento de dichos datos (la redacción y la documentación), los ponen en conocimiento de la comunidad (los lectores), a través de un medio de comunicación (el periódico)”<sup>3</sup>

Es necesario, por lo tanto, conseguir también la integración en el terreno mediático, donde aún subyace unas fórmulas de tratamiento sobre la información de la discapacidad poco rigurosas, unos enfoques basados en generalizaciones, una apelación constante al estereotipo como herramienta para captar la realidad del colectivo a partir de simplificaciones aceptadas por la mayoría y una perspectiva del universo de la discapacidad que, en modo alguno, facilita la integración del discapacitado en su entorno.

Resulta, de esta manera, indispensable instalar la discapacidad de forma definitiva en el plano del proceso periodístico, en los esquemas habituales de generación y difusión de informaciones de actualidad con objeto de ensanchar la ocupación de un ángulo social aún hoy reducido y penetrar con un mensaje diferenciado entre los lectores desde los medios de comunicación, porque, y así lo reconoce el propio García Núñez, “uno de los caracteres esenciales del periódico como tal es su naturaleza pública, su venta libre y en consecuencia el libre acceso de todo el mundo a sus contenidos publicados”<sup>4</sup>

La discapacidad debe romper con su tradicional aislamiento en la sociedad, en gran medida motivado por sus notables carencias a la hora de reclamar un mayor

---

<sup>3</sup> GARCIA NUÑEZ, Fernando: Cómo escribir para la prensa, Europea de Ediciones, Madrid, 1985, pág. 16.

<sup>4</sup> IDEM, Pág. 21.

espacio en el ámbito de lo noticioso. Sólo así, el colectivo podrá traspasar sus propios límites, ser más y mejor conocido, colarse entre las cuestiones preferentes que conforman la actualidad y combatir unas fórmulas de acercamiento periodístico cuyo saldo le ha sido siempre más bien desfavorable. En esencia, “los medios, con sus noticias, empujan al hombre a ponerse en contacto con el mundo. Las noticias son trozos de la vida real”, que nos serían ajenos sin la capacidad difusora de los primeros.

La discapacidad se ha convertido en una fuente de noticias para los medios, es decir, forma parte de la actualidad. Siempre lo ha sido, pero ahora se ha convertido en una forma permanente de intercambio donde la transferencia de informaciones es mucho más fluida y más frecuente.

La discapacidad ha dado en Venezuela un paso significativo hacia delante durante la última década. El compromiso de las instituciones, la existencia de una legislación específica y la progresiva vertebración del colectivo a través de un creciente movimiento social representado en CONAPDIS ha posibilitado la conducción de sus demandas hasta los círculos donde se producen la toma de decisiones y su aparición entre las noticias de actualidad de los distintos medios de comunicación. La superación de un formato periodístico caduco para la discapacidad, basado en el estereotipo y fáciles generalizaciones, es el gran reto del colectivo en estos momentos en su relación con los medios.

Más específicamente, la Ley para las personas con discapacidad en el Capítulo II De la Educación, Cultura y Deportes, Artículo 23.- explica sobre la difusión de mensajes sobre discapacidad: Los medios de difusión de prensa, radio y



televisión, privados, oficiales y comunitarios, en todo el territorio nacional, transmitirán, y publicarán mensajes dirigidos a la prevención de enfermedades y accidentes discapacitantes y la difusión de mensajes sobre discapacidad, a requerimiento del Consejo Nacional para las Personas con Discapacidad, según lo establecido en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Asimismo, se promoverán convenios para la difusión de proyectos y actividades relacionadas con la discapacidad.

Se prohíbe cualquier programa, mensaje o texto en medios de comunicación de denigre o atente contra la dignidad de las personas con discapacidad. Los medios de difusión y comunicación deben usar los términos adecuados, contemplados en esta Ley y en instrumentos emanados de la Organización de las Naciones Unidas, para referirse a las personas con discapacidad.

### **II.1.1. Definición de discapacidad**

Según el artículo 5º de la Ley para las personas con discapacidad; se entiende por discapacidad la condición compleja del ser humano constituida por factores biopsicosociales, que evidencia una disminución o supresión temporal o permanente, de alguna de sus capacidades sensoriales, motrices o intelectuales que puede manifestarse en ausencias, anomalías, defectos, pérdidas o dificultades para percibir, desplazarse sin apoyo, ver u oír, comunicarse con otros, o integrarse a las actividades de educación o trabajo, en la familia con la comunidad, que limitan el ejercicio de derechos, la participación social y el disfrute de una buena calidad de vida, o impiden la participación activa de las personas en las actividades de la vida

familiar y social, sin que ello implique necesariamente incapacidad o inhabilidad para insertarse socialmente.

### **II.1.2. Definición de sordoceguera**

“La sordoceguera es una discapacidad única causada por una combinación de deficiencia auditiva y visual. Hay que tener bien claro que no se trata de la sumatoria de la sordera más la ceguera, sino que es una sola discapacidad con características propias. Esto hace que se presenten problemas en la comunicación con la familia y la comunidad. La severidad de la combinación del impedimento visual y auditivo significa que estas personas tienen dificultades para acceder a la educación, vida laboral, actividades culturales y a la información” (Traducción de Sense Internacional (Latinoamérica) del Comité Nórdico de Discapacidad, 1980).

Si consideramos la proporción de 15 personas por cada 100.000 habitantes que se ha calculado en los países occidentales más avanzados, la cifra aproximada de casos para países como España sería de entre 4.000 y 6.000 afectados. De estos, hasta un 20% pueden corresponder a los casos congénitos.

El principal factor que dificulta la inserción social de las personas sordociegas es aprender a comunicarse. Las personas sordociegas han de hacerlo a través del tacto. La sordoceguera, como discapacidad, presenta numerosas barreras, no sólo sensoriales, también de movilidad y orientación.

Las personas sordociegas pueden usar diferentes sistemas de comunicación:

Sistemas alfabéticos: dactilológicos, sistemas de letras mayúsculas, tablillas, Braille, máquinas de escribir en vista tinta o en braille.

Sistemas no Alfabéticos (signos o símbolos): la lengua de signos, símbolos, labio lectura, tadoma.

### **Clasificación según las causas de la sordoceguera:**

**a) sordoceguera congénita:** Se denomina así cuando la sordoceguera aparece antes de desarrollarse el habla (etapa prelingual). Una de las causas principales de esta modalidad son las infecciones víricas maternas como, por ejemplo, la rubéola, la meningitis, la sífilis, ... y la prematuridad. La rubéola, si actúa sobre el feto, puede originar graves daños, sobre todo en los tres primeros meses de gestación. Otras razones pueden ser el uso de fármacos fuertes y la toxoplasmosis.

**b) sordoceguera adquirida:** La causa principal es el síndrome de Usher. Es una enfermedad congénita, hereditaria y recesiva (Es decir, se nace con ella pero los problemas aparecen más tarde). Es necesario que los dos progenitores tengan un gen determinado para transmitir la enfermedad. Los síntomas aparecen entre la infancia y la tercera edad sin tener un momento concreto.

#### **Hay tres tipos de síndromes de Usher:**

Tipo 1: Son personas con sordera profunda de nacimiento. Los problemas de visión aparecen entre los 8 y los 12 años.

Tipo 2: Personas con pérdida auditiva entre moderada y severa y que presentan problemas de visión en la adolescencia.

Tipo 3: Es más infrecuente. Se producen alteraciones visuales y sordera progresiva en jóvenes que de niños parecían oír y ver bien.

En los tres grupos la pérdida de visión se produce por una enfermedad denominada "Retinitis Pigmentaria".

### **Clasificación según las personas sordociegas:**

**a) Totales o congénitas:** Son las personas que han quedado sordociegas antes de la adquisición del lenguaje. Es frecuente que en este grupo se encuentren niños con otras deficiencias adicionales, incluso el retraso mental. Es imprescindible comenzar con una educación apropiada para niños sordociegos, puesto que de lo contrario no conseguirán progresar. No tienen posibilidades para imitar a sus mayores, ni para explorar el entorno por sí mismos, las dos fuentes principales del aprendizaje durante los primeros años de la vida.

**b) Sordos congénitos** que pierden la vista años después: La causa principal es el síndrome de Usher.

**c) Ciegos congénitos** que pierden el oído siendo adultos: Son personas ciegas de nacimiento que pierden el oído con el paso del tiempo o a causa de medicamentos tóxicos.

**d) sordociegos postsimbólicos tardíos:** Son personas que han quedado sordociegas después de la adquisición del lenguaje.

La diferencia fundamental entre los cuatro grupos es el desarrollo del lenguaje. Mientras que el grupo 1 y 2 suele desarrollar el lenguaje de signos, los grupos 3 y 4 generalmente se siguen expresando con el lenguaje oral y reciben la información con

lengua de signos, o con el dactilológico, o con sistemas basados en el Braille. Cuanto más tarde aparezca esta discapacidad, más fácil será la educación.

### **II.1.3. Sordoceguera en Venezuela**

Según las investigaciones realizadas por la Sra. Massiel de Iriarte, Presidente de FUNDAPAS, se remonta al año 1989, cuando por primera vez una madre venezolana, Olga León, establece contacto con la Perkins School for The Blind en búsqueda de apoyo para la atención de su hija sordociega, Valentina.

En el año 1995 se crean en Venezuela tres instituciones dirigidas a las personas con sordoceguera:

- Organización Venezolana del Sordociego, ORVES, fundada y presidida por la Sra. Miriam Torres (sordociega líder en nuestro país)
- Sordociegos de Venezuela, SOCIEVEN, fundada por Olga León y Massiel de Iriarte, madres de Valentina y Bárbara (sordociegas) y por María Luz de Troconis, profesional.
- Centro de Atención Integral al Sordociego en Venezuela, CAISVE, creado por la Dirección de Educación Especial del Área de Deficiencias Visuales del Ministerio de Educación.

Desde estos momentos iniciales el Programa Internacional Hilton Perkins apoya los proyectos de SOCIEVEN y la formación de personal especializado en sordoceguera.

Inicialmente se pretendía que el C.A.I.S.V.E. se convertiría en un Plantel Educativo de Educación Especial, dirigido a niños, jóvenes y adultos sordociegos en todo el país pero esto no ocurrió así. En el año 1997 se realizan los primeros

cambios en la Educación Especial (conceptualización y política de las personas ciegas y deficientes visuales) y se convierte al CAISVE en un Centro de Atención Integral (CAI), como unidad de apoyo administrativa con competencia regional no concebido para brindar escolaridad ya que esto es competencia de los planteles educativos, motivo por el cual los Centros de Atención Integral deben comenzar a trabajar de manera cooperativa y coordinada con los planteles educativos.

De esta manera, los niños y jóvenes sordociegos debían ser integrados en planteles educativos del área de deficiencias visuales o de deficiencias auditivas correspondiéndoles además por ley asistir al plantel que estuviese ubicado dentro de la comunidad más cercana a su residencia. Esto fue difícil de asimilar para todos (profesionales, padres y alumnos de los planteles, padres de personas sordociegas y para los propios sordociegos).

Después de transcurridos diez años de aquellos cambios de políticas y con todas las transiciones que se producen cuando se hace frente a nuevos desafíos, se puede decir que los resultados de esos cambios comienzan a dar sus frutos de una manera positiva.

En la actualidad se tiene al Centro de Atención Integral al Sordociego, CAIS, dirigido por la Prof. Carolina Ortega, quien con su equipo de trabajo ha logrado integrar a niños con sordoceguera en planteles educativos para personas con deficiencias visuales o ciegos, en planteles de deficiencias auditivas y en talleres laborales encontrándose además un grupo de sordociegos en proceso de integración.

Se cuenta con ORVES presidida por Miriam Torres y SOCIEVEN dirigida por la Lic. Troconis. Pero además también se puede mencionar el apoyo de la Fundación de Padres y Amigos del Sordociego en Venezuela (FUNDAPAS) creada el 15 de junio de 2005, por la iniciativa de un grupo de padres y familiares que desde hace diez años vienen trabajando muy cerca de las Instituciones creadas en el año 1995 en nuestro país y el año pasado tomaron la decisión de darle carácter legal a este grupo, con el objetivo de fomentar, buscar y apoyar acciones, programas e iniciativas que vayan en beneficio de las personas sordociegas y sus familias para lograr poner el mundo en sus manos.

#### **II.1.4. Centro de Atención Integral al Sordociego (C.A.I.S.)**

El Centro de Atención Integral al Sordociego, C.A.I.S., institución oficial (único en el país), dependiente del Ministerio de Educación, adscrita al Distrito Escolar N° 6 de la Zona Educativa del Estado Miranda y creada el 01 de Octubre de 1995 como Unidad Operativa del área de Deficiencias Visuales de la Dirección de Educación Especial, orienta la praxis pedagógica hacia la atención directa e integral de los niños y niñas, jóvenes y adultos que presentan Deficiencias Visuales y Auditivas (Sordoceguera) con o sin otras condiciones asociadas, por parte de un equipo interdisciplinario que facilita el desarrollo integral de esta población utilizando estrategias acordes con sus características y necesidades individuales y grupales, y con las teorías y técnicas específicas del área, creando ambientes de aprendizaje fundamentados en experiencias significativas. Al mismo tiempo, se encarga de diseñar, elaborar, adaptar y utilizar materiales instruccionales, instrumentos y

equipos técnicos especializados y actualizados que se empleen en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Por su condición de unidad de apoyo no está concebido para ofertar escolaridad a su población, pues esto es competencia de los planteles donde están integrados los educandos, razón por la cual, este servicio debe realizar acciones de manera cooperativa y coordinada con instancias educativas a nivel intramodalidad e intrasectorial y con otros sectores (intersectorial).

Por otra parte, en lo que respecta a la Integración Escolar, el C.A.I.S. tiene la competencia de orientar, asesorar y coordinar acciones con las instituciones educativas que atienden a esta población a fin de garantizar un proceso de educación integral.

En Venezuela la atención a las personas con Deficiencias Sensoriales comienza hacia la década de los años treinta del siglo XX, cuando llega a Venezuela proveniente de Grecia, el Sr. Mevorah Florentín, quien presentaba la discapacidad que hoy se conoce como Sordoceguera. Poseía restos visuales y auditivos leves, usaba lentes y prótesis auditivas. Al no existir alguna institución educativa que se ocupara de la atención de las personas ciegas y sordas, y conociendo él los sistemas para la enseñanza de las personas ciegas a través del Código Braille creó, con la ayuda de distinguidos miembros de la sociedad venezolana, el Instituto Venezolano de Ciegos, el cual también extendía su labor hacia las personas sordas, en el año 1936. También fundó por aquellos mismos años la primera imprenta de libros Braille.



La participación oficial se hace presente cuando el 1 de octubre del año 1937, se crea la Escuela Federal Primaria No. 1261, la cual atendía ciegos y sordos y que fue única en su género en el país. Su modelo de atención educativa fue el prototipo de escuela residencial, segregando así al educando de su contexto familiar y social. En cuanto a los sordos, el Consejo Venezolano del Niño, en 1950 contrata un grupo de religiosas españolas, especialistas en la educación de sordos, para dirigir una escuela-taller que nació tras la decisión de separar del Instituto Venezolano de Ciegos a los alumnos sordos. Posteriormente en 1959 se crea la Escuela Oral del Instituto Venezolano de Fonoaudiología adscrito al Ministerio de Sanidad y Asistencia Social.

Es a partir de 1960 cuando el Ministerio de Educación sienta las bases para la educación especial incorporando a la Dirección de Primaria y Normal, la Oficina de Preescolar y Excepcional, iniciando así la formación de docentes, contratando para ello personal extranjero y creando en Caracas la primera escuela para sordos, la cual se denominó "Escuela Especial para Sordos N° 1". Desde ese momento se fortalece la educación especial oficial ya que se crean las dependencias administrativas en el Ministerio de Educación para efectos de la supervisión escolar y se fundan escuelas de educación especial en todo el país.

A partir del año 1965 el Ministerio de Educación asume la educación especial de las personas con deficiencias sensoriales, creando la Escuela Nacional Luis Braille integrando las escuelas unitarias que funcionaban en la Sociedad Amigos de los Ciegos (Instituto Venezolano de Ciegos).

De tal manera, se pasa de una atención uniprofesional a una atención multidisciplinaria para lo cual se incrementa el personal docente, se incorpora personal técnico y maestros especialistas para la atención de “educandos multiimpedidos”. Por otra parte, se implementan cursos de capacitación para el personal en servicio, a través de convenios con organismos internacionales.

En el año 1975, se crea la Dirección de Educación Especial del Ministerio de Educación, dándole así carácter legítimo a la atención educativa especializada de la población con necesidades especiales, estando las personas con deficiencias sensoriales atendidas en unidades operativas de las áreas según el déficit sensorial (IEE de sordos o IEE de ciegos).

En este sentido, la atención de las personas con sordoceguera comienza de manera incipiente cuando se crea en 1995 el CAISVE (Centro de Atención Integral al Sordociego en Venezuela), quien bajo el asesoramiento del Programa Internacional Hilton Perkins, capacita al equipo interdisciplinario responsable de la atención de esta población.

En el año de 1997, con la reorientación político-conceptual de la Educación Especial la institución se convierte en C.A.I.S (**Centro de Atención Integral al Sordociego**) el cual es un servicio de apoyo a las instituciones de Educación Especial y de los niveles y otras modalidades del sistema educativo que atienden las personas con sordoceguera.

## CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN

El Centro de Atención Integral al Sordociego C.A.I.S., garantiza el derecho a la integración y participación activa dentro del contexto familiar, escolar y social a niñas, niños, jóvenes y adultos que presentan deficiencias sensoriales auditivas y visuales. En tal sentido, el Área de Deficiencias Visuales de la Dirección de Educación Especial del Ministerio de Educación y Deportes, en el documento de Conceptualización y Políticas (1997) caracteriza a la población atendida de la siguiente manera:

- **Ciego:** Es toda persona que requiere de técnicas y procedimientos específicos para relacionarse con el medio y adquirir conocimientos debido a que no percibe ni proyecta luz y requiere de los sentidos no visuales.
- **Deficiente Visual:** Persona que requiere de la adecuación de caracteres visuales a su capacidad visual, por lo que necesita estimulación del potencial visual de manera constante y progresiva.
- **Ciego o Deficiente Visual con Condiciones Asociadas:** Son las personas que presentan asociado al déficit visual, algún compromiso en sus funciones intelectuales, sensoriales o motoras, por lo que requiere de técnicas, procedimientos y adaptaciones especiales que le facilitan su ingreso, prosecución y culminación en el sistema educativo.

De esta última caracterización se desprende la población con Deficiencias Auditivas y Visuales (Sordoceguera) la cual queda definida como **“aquellas personas que requieren de estrategias pedagógicas específicas para el abordaje del Lenguaje y la Comunicación como elementos esenciales para su**

***aprendizaje y desarrollo, debido a que sus potencialidades auditivas y visuales no permiten que dichas áreas se desarrollen de la manera más natural posible”.***

(Equipo C.A.I.S., 2006)

Con el propósito de responder a las necesidades educativas de las personas con sordoceguera, es imprescindible tener una interpretación pedagógica de los efectos y las implicaciones en el aprendizaje y en el desarrollo que pueden provocar los diferentes tipos de esta condición y que están relacionados con los factores etiológicos, el momento del surgimiento de la condición, el grado de pérdida sensorial, estabilidad y deterioro en el funcionamiento de ambos analizadores. Todo esto, a su vez, como lo refleja la definición expresada, repercute sobre el lenguaje y el modo de adquisición de aprendizaje de diferentes sistemas comunicativos, aspecto muy importante a considerar en la proyección de la estrategia e intervención educativa en las personas con esta condición.

En este sentido, las personas con sordoceguera no son todas iguales y la experiencia social y comunicativa de cada una de ellas es muy particular, dependiendo casi siempre del alcance funcional de la visión y de la audición o de la posibilidad de obtener la información sobre el mundo a través del tacto u olfato. Sin embargo, como regla, en todas estas personas con sordoceguera se constatan serios problemas de comunicación y aprendizaje, falta de socialización y de un clima de seguridad para cubrir sus necesidades especiales, dependiendo de una educación individualizada que les permita prepararse acorde con sus potencialidades para la vida adulta e independiente.

De allí, que como punto de partida hacia una clasificación de la población con sordoceguera se tiene que la misma puede ser:

- **PERSONAS CON MAYOR GRADO DE COMPROMISOS (SENSORIALES, COGNITIVOS, MOTORES):** es la población con condiciones asociadas que requiere de un programa individualizado con proyección a sistemas de protección.
- **PERSONAS CON MENOR GRADO DE COMPROMISO:** es la población con potencial para la integración en el medio escolar o laboral.

### **MODALIDADES DE ATENCIÓN**

Para garantizar la atención educativa integral de la persona sordociega, el Centro de Atención Integral al Sordociego – C.A.I.S establece dos modalidades de atención:

- **DIRECTA:** a la población con condiciones asociadas que por su grado de compromiso no puede ser aún integrada. Esta puede ser permanente o por sesiones.
- **COMO UNIDAD DE APOYO:** a fin de garantizar la Atención Educativa Integral de la población que asiste a las unidades operativas de la modalidad de Educación Especial o de otras modalidades y niveles del sistema educativo. Esta modalidad se combina con la modalidad de atención directa por sesiones.

En la modalidad de Educación Especial se administran unidades operativas tales como: Unidades Educativas (U.E.E.E) y los Centros de Atención Integral (C.A.I),

ubicándose los primeros en la categoría de planteles y los segundos como servicios de apoyo.

En lo que respecta a los planteles se cuenta con las Unidades Educativas de Educación Especial para Deficiencias Visuales, para Deficiencias Auditivas y para Impedimentos Físicos, y con los Institutos de Educación Especial de Retardo Mental.

En cuanto a los Centros de Atención Integral se cuenta con los C.A.I de Deficiencias Visuales (C.A.I.D.V); de Parálisis Cerebral (C.A.I.P.A.C); de Autismo (C.A.I.P.A) y el Centro de Atención Integral al Sordociego (C.A.I.S). Otros servicios de apoyo son los Centros de Desarrollo Infantil (C.D.I), los Centros de Rehabilitación del Lenguaje (C.R.L), los Equipos de Integración Social (E.I.S), los Talleres de Educación Laboral (T.E.L) y las unidades operativas del área de Dificultades de Aprendizaje: Aulas Integradas (A.I), Unidades Psicoeducativas (U.P.E) y Centros de Niños con Dificultades de Aprendizaje (CENDA)

Todas estas unidades operativas requieren articular sus acciones entre ellas y con otras unidades operativas de los niveles y otras modalidades del sistema educativo para garantizar la atención educativa integral a las personas con necesidades educativas especiales.

Entre los criterios de ubicación para la integración de las personas con sordoceguera a las unidades operativas de la modalidad o de otros niveles y modalidades del sistema educativo se consideran de vital importancia:

- Las características y necesidades de la persona con sordoceguera
- El entorno lingüístico que favorecerá el desarrollo de la comunicación y del lenguaje

- Las adaptaciones curriculares que facilitaran el acceso y manejo de la información.

## **ATENCIÓN EDUCATIVA INTEGRAL**

En lo que respecta a la atención educativa integral de la persona sordociega se requiere del abordaje pedagógico de todas las áreas inherentes al desarrollo humano, sin embargo, se hace necesario el énfasis en:

- Desarrollo del lenguaje y la comunicación: lengua de señas venezolana, lengua escrita en caracteres táctiles (braille), español oral, comunicación aumentativa y alternativa.
- Adaptaciones curriculares
- Orientación y movilidad
- Fisioterapia
- Terapia ocupacional
- Estimulación senso-perceptual
- Integración sensorial
- Competencias para desenvolvimiento independiente (avd)

En este sentido, es importante dejar claro que independientemente de la ubicación de la persona sordociega en cualquier unidad operativa de la modalidad de Educación Especial o de otros niveles y modalidades del sistema educativo, cualquier profesional que asuma la atención educativa de esta población debe tener conocimientos sobre la especificidad de la atención de la persona sordociega, la cual corresponde a las áreas anteriormente mencionadas. De allí la responsabilidad del

Centro de Atención Integral al Sordociego C.A.I.S para la formación permanente del personal en servicio en cuanto al abordaje pedagógico de la población en cuestión.

## **II.2. La revista como medio de comunicación social**

La revista es un medio de comunicación de gran aceptación en el mundo de las publicaciones, debido tanto a sus recursos expositivos como a su capacidad gráfica, a la hora de divulgar las diferentes informaciones.

Si las revistas desempeñaron hasta hace poco un papel complementario dentro de los medios de comunicación social que eran seleccionados para una campaña publicitaria, hoy en día, ante la increíble fragmentación del mercado, su papel ha vuelto a ser preponderante: usuarios de la informática, ecologistas, hombres de finanzas, publicistas y pare de nombrar; público y segmentos de público donde el mensaje publicitario es captado con mayor eficacia y más cómodamente a través de la revista especializada.

Esta ha reconquistado su terreno. Actualmente, el rol desempeñado por las revistas es dirigirse a un público especializado o segmentado, con el cual llegan a establecer niveles de lealtad inusitada.

En esta sección trataré todos los aspectos que definen a una revista, desde su concepto, su clasificación, sus características y ventajas, sus elementos y su contenido.



## II.2.1. Definición de revista

El concepto más significativo es el que distingue a la revista de otras publicaciones diversas: “aquella publicación no diaria de papel, formato y características de impresión distintas a la del diario, cosida y/o encuadernada, y con cubierta”<sup>5</sup>. Dentro de esta categoría se distinguen, además:

**a) revista de información general:** que se define como “publicación que se edita con una periodicidad no diaria y cuyo contenido editorial incluye información general de actualidad y va dirigida a un público lector indeterminado”.

**b) revista de información especializada:** que es “aquella publicación que es editada con una periodicidad no diaria, y en cuyo contenido editorial otorga habitualmente prioridad a materias o temas especializados y va dirigida a un público lector determinado”.

**c) publicación gratuita de interés local:** es “aquella publicación gratuita que se edita con una periodicidad no diaria y cuyo contenido editorial incluye información general de actualidad y va dirigida a un público lector indeterminado de un área geográfica reducida”.

Enrique Castejón, señala que la revista es “un medio de comunicación social no diario, en forma de cuaderno y con una presentación particular y dinámica, a

---

<sup>5</sup> DOVIFAT, Emil: Periodismo, Pág. 17, (Vol. 2), Uteha, México.

través de la cual se transmite, con mayor reposo y sosiego, y sin los cerrados esquematismos del diario, información diversa de actualidad”.<sup>6</sup>

La revista se puede dividir en dos estructuras, la interna y la externa. La primera está formada por la ideología y las políticas que guían el tratamiento del contenido. Así como, la diagramación que comprende la forma de distribuir el material redaccional y el gráfico. Mientras que la estructura externa es la portada, la cual es la encargada de captar la atención de los consumidores. Es la que tiene la tarea de mostrar lo que tiene la publicación. Sus características son el logotipo, la variedad de colores, los subtítulos y la fecha.

## **II.2.2. Características de la revista**

Algunas de las más notorias características de las revistas son su capacidad de segmentación, permanencia, el tiempo que los lectores destinan a las revistas, su capacidad de generación de audiencia adicional y su efectividad por autoridad.

### **Capacidad de Segmentación**

El elemento fundamental en juego, y una de las razones por la cual las revistas son consideradas como uno de los principales medios por los expertos, es la selección de la audiencia o segmentación que se puede hacer con ellas. Quizás más que cualquier otro medio importante, las revistas ayudan a seleccionar con gran exactitud la clase de público para un mensaje publicitario, que será su mercado meta.

---

<sup>6</sup> CASTEJÓN LARA, Enrique: Revistas: Periodismo no diario, Caracas, 1986, pág. 118

Las personas compran revistas con un propósito: leer sobre materias de interés específico para ellas. Los directores de revistas diseñan y preparan sus publicaciones con el propósito de entregar a sus lectores material informativo y de entretenimiento, relacionado con ese interés determinado.

Cada revista selecciona su propio público, y por otro lado las personas seleccionan las revistas de acuerdo con sus intereses. De este modo es muy fácil seleccionar un mercado al cual dirigirse, colocando los mensajes en revistas determinadas.

Desde ese ángulo se puede clasificar las revistas por su contenido editorial, esto es, la clase y calidad de artículos, las ilustraciones, las secciones disponibles al servicio del lector, incluidos el material de lectura escogido, y destinado al público que la revista espera encontrar.

### **Permanencia de las revistas**

Hombres, mujeres y niños no desechan las revistas de la misma forma que otros medios. Los periódicos y aún los impresos de correo directo más elaborados, se botan con relativa facilidad. Las revistas, por el contrario tienen una permanencia increíblemente larga. El hombre siempre ha conservado los escritos que registran acontecimientos importantes, las cosas bellas y los altos ideales, que tradicionalmente se transmiten de generación en generación.

Las revistas, en su corta existencia como medio informativo, han incrementado esas características que los lectores aprecian: orientación personal, y contenido editorial serio y resumido que se presenta en forma creativa y elegante.

Sean o no sean percibidos conscientemente por el lector esos elementos, el hecho es que las revistas no se destruyen. El lector las hojea, las lee intensivamente, las vuelve a leer, se refiere a ellas y las pasa a otros. Nadie se deshace fácilmente de las buenas revistas.

### **Se destina más tiempo a las revistas**

Este es un valor especial para los anunciantes de una revista. El lector destina más tiempo a leer las revistas, que a otros medios. Se genera una lectura más tranquila y detallada de los anuncios. De diferentes formas las revistas crean un efecto acumulativo entre los consumidores, que va más allá de las expectativas reflejadas en el número de ejemplares en circulación.

### **Audiencia Adicional**

En términos de pasar las revistas a otros lectores, y crear circulación o audiencia marginal. Es interesante señalar que Life, se estima que genera 4.2 lectores por ejemplar, y Newsweek 3.5 lectores. Esto hace que la circulación real de una revista sea muy superior a los ejemplares impresos. La publicidad en revistas resulte relativamente competitiva con otros medios de comunicación.

## **Efectividad por Autoridad**

Las revistas que por su clima editorial, son respetadas, pueden aumentar la credibilidad de una característica de los productos que se anuncian en ella; por la credibilidad que tiene el vehículo.

Una cualidad perteneciente a la revista es su posibilidad de poseer géneros periodísticos de gran interés para el público, como lo son: investigación, análisis cronológico, recuentos, testimonios, biografías, debates, grandes entrevistas, reportajes, etc.

Las revistas llevan información a segmentos selectos del público, ya que a pesar de que son de fácil acceso ya sea en quioscos, locales, no todas las personas las adquieren ya que estas se especializan en ciertas ramas. Por ejemplo están aquellas abocadas a la música, otras a las finanzas, otras a la cultura, en fin diversas categorías para diferentes tipos de clientes.

Como existen diversos tipos de revistas es difícil definir las ventajas y desventajas pero existen algunas en común:

- **VENTAJAS**

**1.- Selectividad de la audiencia:** las revistas exitosas son aquellas que identifican y alcanzan un segmento de audiencia de interés para los anunciantes.

**2.- Mayor alcance entre segmentos seleccionados de la audiencia:** Las revistas selectivas pueden ser un medio excelente para aumentar el alcance entre ciertos grupos: por ejemplo entre los usuarios ligeros de la televisión.

**3.- Larga vida:** las revistas constituyen el más permanente de todos los medios de comunicación de masas. Algunas revistas se tienen durante meses y los mensajes publicitarios se ven cierto número de veces.

**4.- Credibilidad:** la mayoría de las revistas le ofrece a los anunciantes un ambiente en extremo creíble para su publicidad.

- **DESVENTAJAS**

**1.- Fecha de cierre muy larga:** la mayoría de las revistas exige que el original de publicidad se entregue de seis a ocho semanas antes de la publicación.

**2.- Bancos de anuncios:** algunas publicaciones, como la National Geographics, colocan todos los anuncios en grupos al comienzo y al final de la revista.

Esta práctica crea agrupamiento de publicidad y mayor competencia para el anuncio individual.

### **II.2.3. Elementos de la revista**

Existen diferentes elementos para definir una revista, según Enrique Castejón, estos son: el formato, la periodicidad, la fisonomía y el tratamiento informativo. Todos deben trabajar conjuntamente con la finalidad de reflejar las características, el objetivo y la función de la publicación.

El formato es la medida tanto de ancho como de alto que tiene una publicación. En las revistas se utilizan diversos tamaños de formato, el de un octavo (1/8), es el más utilizado en la actualidad, éste es la octava parte del pliego de papel usado para la impresión de un periódico tamaño estándar. Puede variar de tamaño,

gracias a recortes que se le hacen al mismo, se le denomina “un octavo recortado”. Además, existen publicaciones con un formato de un dieciseisavo (1/16).

La periodicidad se refiere a los períodos de tiempo de aparición que tiene una revista. Ello permite que los trabajos a publicar sean más investigados y analizados.

En cuanto a la fisonomía de la revista se puede decir que ésta se caracteriza por su forma de editarla, la cual es similar a la de un cuaderno y por su diagramación dinámica. Además, del gran uso del color y de la fotografía donde inclusive en esta última área se puede hablar de montajes.

Por su parte, el contenido informativo de las revistas se ha conceptualizado de forma diferente a la de un periódico. Partiendo de la base de que el público de publicaciones no periódicas tiene mayor disponibilidad de tiempo para leer, se ha dicho que la información no está atada a esquemas, como es el caso de los periódicos con la pirámide invertida.

El contenido involucra una selección de los temas, los cuales están relacionados con las necesidades y preferencias del lector. Por lo general, éstos se agrupan en secciones, las cuales facilitan al lector la ubicación del material deseado.

Para lograr éxito en una publicación no diaria se debe realizar una planificación que garantice el desarrollo adecuado de cada información, así como prever que ésta no será obsoleta al momento de la comercialización. La temática de una revista debe poseer características de actualidad, novedad y trascendencia. Las informaciones tienen que ser desarrolladas con profundidad, detalladas y con elementos nuevos.

Ahora bien, no todo el contenido de una revista es estrictamente “noticioso”, hay revistas que incluyen materiales como: lecturas ligeras, recuentos históricos, relatos de novelas o cuentos, pasatiempos, chistes, etc.

Enrique Castejón sostiene que existen diferentes tipos de contenido de acuerdo a la especialización de la publicación. A continuación mostramos su clasificación:

**a. Contenidos periodísticos**, donde se incluyen:

**a.1. Los informativos:** entrevistas, encuestas, reseñas y reportajes.

**a.2. De opinión:** editoriales, artículos, columnas, secciones de crítica o comentarios, caricaturas, etc.

**b. Contenidos especiales:** informes políticos, económicos, etc. Análisis técnicos realizados por especialistas, cartas de lectores, etc.

**c. Contenidos de distracción:** relatos, misceláneas, tests, pasatiempos y humor.

## **II.2.4. Clasificación de las revistas**

La clasificación de las revistas varía de acuerdo a diversos criterios. Para ordenar este tipo de publicaciones se toma en cuenta su orientación, su periodicidad, su formato, su contenido, su tendencia informativa y hasta, en algunos casos, su circulación.

Enrique Castejón, clasifica a las revistas en seis grupos:

- **Por su temática**

Se refiere a la orientación informativa que adopta una publicación, influyendo así en los temas que se tratarán en la revista.



En este caso, Castejón aclara que es posible que se presenten variaciones en la orientación de los contenidos, lo que dificulta la ubicación de la revista dentro de este grupo. Si ello se presentara la solución estaría en evaluar el contexto de la publicación con el fin de conocer el contenido por el cual se inclina la misma.

De acuerdo a la temática se divide en:

### **1. Información General**

**2. Especializadas:** políticas, femeninas, culturales, deportivas, espectáculos o farándula, científicas, de sucesos, literarias, hípcas, de salud, etc.

- **Por su periodicidad**

Este grupo depende de los lapsos temporales de tiempo de circulación. Se dividen así: 1. semanales, 2. quincenales, 3. mensuales, 4. bimensuales, 5. anuales, etc.

- **Por su orientación**

Esta clasificación se determina de acuerdo al objeto de interés de la publicación, definiendo la orientación informativa. Se divide en:

**1. Periodísticas:** Se refiere al tipo de publicación que tiene como fin informar sobre temas y hechos de actualidad. En otras palabras, publicar periódicamente, asuntos de interés social.

**2. Comerciales:** Son aquellas usadas como medio publicitario con la finalidad de “vender” productos. Su orientación se inclina hacia temas que apoyan estrategias de venta.

**3. Institucionales:** son las que tienen la tarea de informar y divulgar dentro de una empresa. Sin embargo, una revista de este tipo puede llegar a salir

de la institución con la finalidad de dar a conocer sus actividades internas a otros públicos.

- 4. Gremiales:** son aquellas que se encargan de informar y relacionar a los asociados de un gremio acerca de las actividades que se realizan a favor de la comunidad laboral, profesional, etc. Además, en algunos casos, estas publicaciones divulgan temas de interés que llegan a convertirse en materiales de apoyo que actualizan los acontecimientos del público objetivo.

- **Por su circulación**

Clasificación que depende del área de circulación de la publicación. Puede ser: internacionales, nacionales, regionales, locales.

- **Por su tendencia en el contenido**

Clasificación que se deriva de acuerdo a la inclinación que se le dé al contenido de la publicación. Estas son las siguientes: informativas, interpretativas, de opinión, técnicas, de orientación, mixtas.

- **Por su presentación**

Son las que se refieren a la fisonomía de la revista, básicamente se trata del aspecto gráfico que personaliza a la misma. Estas pueden ser:

- 1. Gráficas o ilustradas**

En éstas predominan las ilustraciones ya que ellas representan el elemento informativo más relevante.

## **2. De texto o no ilustrada**

Son aquellas cuya característica básica es el texto, las ilustraciones pasan a un segundo plano ya que son utilizadas como elementos auxiliares.

## **3. Balanceadas**

Son las que fomentan un equilibrio entre el texto y la ilustración. Ambos representan elementos valiosos para la confección de la información.

Una vez explicadas las diferentes agrupaciones de la revista, pasaremos a profundizar la definición de una revista especializada, por ser ésta la que se elabora en el proyecto.

### **II.2.5. Las revistas especializadas**

Las revistas especializadas son aquellas cuya información está destinada a un público específico. Su finalidad es satisfacer las necesidades y los intereses de determinado grupo de lectores.

La especialización de una revista viene dada ya sea por la especialización de su contenido o por la segmentación del público al cual va dirigida.

Existen en el país muy pocas o casi ninguna revista especializada en el área de la discapacidad visual o la sordoceguera exclusivamente, más son dirigidas a las diferentes discapacidades y multiimpedimentos, éstas son: **Venezuela Libre de Barreras, Funcionamiento y Discapacidad**

La finalidad de estas revistas es informar y concienciar al público lector en condición de discapacidad y a sus familiares y público en general sobre los más importantes temas de esta área. Para ello utilizan diversos géneros, como el reportaje, la reseña, la entrevista, la noticia, el ensayo y los artículos de opinión.

Cada una de ellas presenta condiciones diferentes ya sea por el contenido, el público al que se dirigen, la utilización de los diversos géneros y recursos periodísticos o la diagramación de las informaciones.

**Venezuela Libre de Barreras**, editada por la Dirección de Comunicación e Información del Consejo Nacional para las Personas con Discapacidad (CONAPDIS), del Ministerio del Poder Popular para la Participación y Protección Social. Es una revista que persigue informar, orientar e integrar a las personas con discapacidad en la sociedad, esta revista tiene un supra objetivo, luchar en contra de las barreras. Las Barreras son todos aquellos impedimentos (Actitudinales, Arquitectónicos, Mentales, Comunicacionales) que una sociedad impone a alguno de sus miembros para excluirlos. Esta publicación desea contribuir a cambiar la matriz de opinión que subestimó a una población llena de ganas de entregar lo mejor de sí, con derechos y deberes sabiendo que la discapacidad no es otra cosa que la incapacidad de la sociedad de entender que todos y todas tienen capacidades diferentes.

**Funcionamiento y Discapacidad**, Es una edición del Programa Nacional de Atención en Salud para las Personas con Discapacidad (PASDIS), de la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Institucionales del Ministerio del Poder Popular para la Salud. Tiene como objetivo visualizar el tema de la discapacidad como una condición de salud que afecta a una importante población del país y no a una minoría, como hasta ahora se había dicho, difundido y estereotipado hasta convertirse en un mito.

También se encarga de la difusión del conjunto de actividades que desde el Ministerio del Poder Popular para la Salud se realizan en distintas áreas estratégicas para atender con calidad al colectivo de personas con discapacidad.

Asimismo, un objetivo fundamental de la revista es la capacitación digital a través del instrumento (e.learning).

### **II.2.6. La revista institucional**

Es aquella revista que tiene la tarea de informar y divulgar dentro de una empresa. Sin embargo, una revista de este tipo puede llegar a salir de la institución con la finalidad de dar a conocer sus actividades internas a otros públicos.

### **II.2.7. La línea editorial**

Los lineamientos ideológicos de una publicación, están agrupados bajo la expresión de “política editorial”, la cual consiste en la congregación de principios y criterios decisivos en los procesos que se dan en el seno de una publicación. Es, en términos coloquiales, una clara noción de quiénes somos y hacia dónde nos dirigimos. Mediante la política editorial se podrá seleccionar un contenido compatible con los intereses del lector.

La política editorial también se relaciona con el área financiera de una publicación, pues ella permite atrapar una cartera de anunciantes y vislumbrar así, condiciones de financiamiento positivos.

Generalmente, la política editorial muestra el propósito de la revista, determina el carácter y define la naturaleza de los contenidos, indica la manera de tratarlos y

establece en número de páginas y frecuencia de la publicación. Sirve de guía al lector, en su día a día.

Cuando la política editorial está clara ayuda al editor a mantener la revista en línea con el propósito y en consistencia con el mensaje. Con esta guía, la revista posee una personalidad y comienza a ser un efectivo instrumento de comunicación.

### **II.3. El diseño de revistas**

La revista es un producto que necesita de una identidad visual, ésta se obtiene a través del diseño gráfico, el cual es usado para imprimirle personalidad de manera que el lector se identifique con la publicación.

Todo ello con la finalidad de producir en cada página, en toda la revista, un efecto agradable que le permita al lector percibir con facilidad el mensaje.

En este aparte hablaré del diseño de revistas, el cual contribuye no sólo con la personalidad que se le quiera dar a la misma, sino también con una buena transmisión y recepción del contenido.

#### **II.3.1. Definición de diseño**

Según Eduardo Orozco, el diseño “es un proceso de creación y planificación general de una actividad para lograr un objetivo determinado”<sup>7</sup>. Dentro de este se encuentra la diagramación, que bajo la noción periodística que expresa este mismo autor, no es más que “el proceso de valoración, organización y distribución del material informativo en un espacio/formato determinado”<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> OROZCO, Eduardo: Edición de diarios, Caracas, 1995, Pág. 25

<sup>8</sup> Idem, pág. 20

“El diseño de producción de revistas es un arte difuso. Hoy no hay principios inmutables, afortunadamente, debido a que no hay características y problemas comunes. La revista es de lujo. Libre. Sin forma visual categórica, efímera, dependiendo solamente de su calidad, seriedad, como documento, como fuente bibliográfica o hemerográfica. Sus formas pueden ser sutiles, diversas o agresivas. Sus limitaciones: formato y mancha.”<sup>9</sup>

A ello podemos agregar que el diseño debe ir acompañado del contenido, es decir, tiene que trazarse como meta la reiteración del contenido, lo que equivale a no distorsionarlo. En consecuencia, en el diseño es la información la que determina la estructura y la compaginación de la página. La idea es integrar las imágenes y el texto desarrollado estableciendo así una propuesta gráfica para cada artículo.

Según Vilmos y Aladar, “el diseño puede aumentar el valor de la información siempre que esté bien concebido. No es solamente un instrumento de la comunicación sino que también influye en la conducta del lector. Es un mensaje visual, estético y psicológico”.<sup>10</sup>

Al realizar la concepción gráfica de la revista debe tomarse en cuenta: la creación de un impacto visual a través del cual se dé la sorpresa, buscando que cada página sea un acontecimiento visual y sobre todo creando innovación ya que el diseño tiene que facilitar el recorrido que el lector hace a la misma. Por supuesto, haciendo uso de la creatividad y con ella despertar el interés y el mayor grado de atención del lector.

---

<sup>9</sup> OWEN, William: Diseño de revistas, Barcelona, España, Ediciones Gustavo Pili, S.A. 1991, pág. 25

<sup>10</sup> VILMOS, Radics; ALADÁR Ritter: Diseño de periódicos. 1ra. ed. Quito, Ecuador: CIESPAL, 1986.

Las publicaciones tienen una particular forma expresiva que va desde la fisonomía hasta elementos visuales que permiten formar la personalidad de una revista. Ello la hace fácilmente identificable para el público objetivo.

Es por ello que al momento de pensar en el diseño de una revista, es necesario considerar que las publicaciones impresas necesitan de una personalidad definida y diferencial en relación con otras publicaciones, ya que ello le proporciona un número de lectores y un porcentaje considerable de inversión publicitaria.

Para que esta meta se alcance, el diseño de una revista debe cumplir con cuatro funciones básicas:

1. Hacer atractiva e interesante a la publicación.
2. Facilitar la lectura y comprensión de la misma.
3. Jerarquizar las informaciones.
4. Conservar un estilo de continuidad a lo largo de la revista.

Estas funciones son señaladas por Kenneth Bronson que aunque en su obra se refiere a la diagramación en los periódicos, no dejan de tener igual validez para las publicaciones no diarias.

### **II.3.2. Principios del diseño**

El diseño de una publicación necesita de principios fundamentales a la hora de estructurar y distribuir las informaciones y los elementos gráficos en la revista.

Los principios que a continuación menciono son señalados por diversos autores, como Jesús Canga, Mario García y Martínez de Sousa.



- **El contraste:** se origina al acentuar las diferencias de los elementos de una página, con la finalidad de atraer la atención del lector y, en algunos casos, darle valor de importancia a unas cosas sobre otras.

El contraste puede usarse en la tipografía (tamaño y variante de la letra) y en la colocación de los elementos que conforman la página (textos, fotografías, etc.), ya sea por la figura, el tamaño, el color (luminoso-oscuro, brillante-opaco, cálido-frío) la posición en que se ubique (arriba-abajo, izquierda-derecha) y la dirección (horizontal-vertical)

De acuerdo a Jesús Canga, el contraste es el punto de partida de lo denominado interés óptico de la página o centro de impacto visual (C.V.I.), el cual es el punto de la página que es capaz de llamar la atención del lector de forma inmediata.

- **La proporción:** hace referencia a las relaciones comparativas que se puede establecer en las diferentes partes de la composición.
- **El equilibrio:** es el causante de la agrupación armónica y la disposición de las partes de un todo, de tal forma que logre unir a grupo de elementos sueltos, sin aparente relación, parezcan constituir una sola unidad. El equilibrio se origina una vez distribuidos coherentemente los elementos de la página.

Según Martínez de Sousa, existen tres modalidades de equilibrio que se pueden usar para que el lector perciba la integración de distintos elementos.

El primero de ellos es el “equilibrio simétrico”, el cual es el resultado de la distribución relativamente equitativa de manchas y blancos en la página. En segundo lugar, tenemos el “equilibrio asimétrico” que consiste en diseñar una

de las partes con más “peso” que las restantes, de forma armónicamente situada, la cual generaría un atractivo visual. Y por último el “equilibrio libre” que se consigue con la distribución de manchas y blancos que aún cuando no se rige bajo ninguna regla, se presentan como un conjunto agradable.

- **Unidad:** es señalada por Jesús Canga como fundamental dentro del diseño gráfico ya que permite que el lector perciba durante toda la página o publicación un mismo estilo.

Estos son los fundamentos básicos para el diseño y la diagramación de una publicación, ellos son usados con el fin de lograr que la transmisión de la información sea atractiva, dinámica y sobre todo clara y sin intervenciones de componentes extraños que produzcan ruidos capaces de interferir con la interpretación del mensaje escrito. Al decir ruido queremos decir: falta de legibilidad y fatiga en la lectura.

### **II.3.3. El manual de diseño**

En el manual de diseño se definen las normas que guiarán una publicación y formarán la identidad de la misma. Estas reglas permitirán establecer las características que poseerá la revista pues le darán forma y coherencia. Y a su vez delimitarán los aspectos que diferencien la publicación en cuestión de otras de igual temática ya que el diseño otorgará una definición precisa y personal a la revista, creando así vínculos con el lector.

A continuación se señalan los aspectos que deben ser considerados al establecer el diseño de una publicación.

Sistema de coordinación:

El sistema de coordinación es utilizado para definir la forma de interacción que tendrán los diversos objetos en el espacio. Este sistema está formado por:

1. La mancha, la retícula, los elementos orientadores, el color.

## **1. La mancha**

Ésta es usada para determinar el espacio de trabajo, para crear el campo es necesario definir: el soporte, el formato, la relación de la mancha, los márgenes, la secuencia, paginación de la publicación y los blancos.

**1.1. El soporte:** es el material o tipo de papel que se utilizará para la impresión de la revista. Para seleccionar el papel es necesario tomar en consideración los siguientes factores:

- a) La permanencia, decisión que se basa en escoger un material con buena calidad de impresión que resulte consistente, es decir, que no transparente la impresión de una página a otra. Todo ello con la finalidad de no causar manchas, ni restarle atractivo a la publicación.
- b) El efecto estético de su apariencia ya que esto formará parte de la identidad de la revista.
- c) La durabilidad, la cual será importante para el mantenimiento del buen estado de la revista durante el período de comercialización y vida útil de la misma.
- d) El costo y el peso del papel, lo cual influye directamente sobre el presupuesto de la revista. La idea es utilizar un papel que sea de buena calidad y con buen precio.

Se habla de peso ya que la unidad de medida para el papel es el gramo. El gramaje que usualmente se utiliza en la tripa es de 80 gramos, mientras que la portada y la contraportada suelen ser más pesados, aunque en algunas oportunidades se prefiere plastificar a éstos dos últimos.

Algunos de los tipos de papel recomendados para la impresión de revistas son: Glasé mate o brillante, papel bond, papel periódico (Press Paper), crac y papeles Marea.

- 1.2. El formato:** es, de acuerdo a Martín Aguado, “el tamaño de un impreso, según la altura y la anchura de la página”.<sup>11</sup> En las revistas se utiliza, por lo general, la octava parte del pliego de papel.
- 1.3. La mancha y los márgenes:** la primera constituye el espacio que pertenece a la superficie impresa, los segundos se refieren a los espacios en blanco ubicados alrededor del impreso, es decir, los cuatro bordes que rodean el espacio del tintaje.
- 1.4. Las secuencias:** son definidas por el orden que poseen los materiales dentro de la publicación. Este orden se rige por la funcionalidad de las informaciones con respecto a la lectura que de ellas realizará el público. Lo importante es lograr que por la ubicación de las mismas se establezca una fácil comprensión para el lector.
- 1.5. La paginación:** es la acción de colocar un número a los que llamamos folio de cada página. La compaginación estará determinada por la forma de visualizar las páginas del formato en una maqueta. En ésta se

---

<sup>11</sup> MARTÍN AGUADO, J. A.: Lectura estética y técnica de un diario, Madrid, Alambra Universidad, 1987.

tiene que establecer el orden del material y las divisiones que éste pueda poseer a lo largo de las páginas. La compaginación es formar páginas con los textos ya compuestos.

**1.6. Los espacios blancos:** al diseñar la página de una revista aparecen elementos independientes de gran interés, por un lado encontramos los grafismos, todo aquello que deja una imagen impresa, como: letras, filetes, adornos, ilustraciones, recuadros, etc. Así mismo, hallamos diversos espacios con diferente forma, tamaño y grosor, los cuales son denominados como contragrafismos o simplemente blancos. Éstos son todas aquellas partes que aparecen del color natural del soporte, inclusive aquellas que hayan recibido una impresión con un fondo de color distinto.

El blanco es un elemento más del diseño que enriquece los bloques tipográficos, contribuye con la compaginación y es indispensable para la estética de la revista. Por lo tanto se le debe conceder la misma importancia que al texto, ambos tienen que conjugarse y distribuirse armónicamente en la página.

El blanco cumple un papel fundamental ya que él se reparte entre las letras, las delimita, se halla en su contorno interior como en su exterior, sobre ellas y debajo de ellas, como es el caso del interlineado. Así mismo, lo encontramos en las ilustraciones.

Los blancos pueden clasificarse en siete grupos. Éstos fueron distinguidos por Collier y Cotton.

- a) Blancos entre letras: se refiere a los “blancos naturales” que encontramos entre las letras. Dicho blanco se establece en función del dibujo de la letra, lo que origina que cierto grupo de letras puedan estar más cerca que otras.
- b) Blancos entre palabras: se trata de aquellos blancos que separan las palabras y que generalmente se conocen como espaciado, que no es más que el conjunto de espacios de una composición, colocados entre palabra y palabra.
- c) Los blancos entre líneas: como su nombre lo indica consiste en los blancos que separan las líneas y usualmente se denomina interlineado.
- d) Blanco entre párrafos: lo que separa a un párrafo del otro.
- e) Blanco entre columnas: las columnas son separadas entre sí por medio de un corondel.
- f) Blanco entre páginas.
- g) Los márgenes: son aquellos espacios en blanco que quedan alrededor de la mancha de la página. En la página encontramos cuatro márgenes que, por lo general, son diferentes de acuerdo a su posición, el margen del lomo y el superior son más pequeños que el del corte y el inferior. Además, encontramos márgenes con forma, los cuales son los que resaltan de un texto no justificado, ya sea que tengan o no igual medida de sus líneas y que se disponen bien sea en forma de bandera o de sesgo.

En definitiva, los blancos tienen como fin suavizar la percepción, descansar la vista, facilitar la separación de las diferentes informaciones que se encuentran en la misma página, acentuar el contraste, agilizar la diagramación y enriquecer la tipografía existente.

Una vez determinado lo anterior, se debe establecer la forma de trabajar en la mancha, para ello se utilizan las retículas.

## **2. La retícula**

Según Eduardo Orozco, la retícula “es la coexistencia de varios columnajes para la información general en la misma mancha de la página adaptadas a la naturaleza del material a aplicar”.<sup>12</sup> De tal manera que existe un columnaje para la información, para la publicidad y para páginas especiales ya sean reportajes, de opinión o editoriales.

En este espacio entran en juego dos elementos importantes: los módulos y las redes.

**2.1. Los módulos:** son los que nos permiten construir patrones geométricos en una página. Por lo general, en el diseño de revistas se usan los módulos rectangulares, en forma de columna.

**2.2. Las redes:** son usadas para la división del espacio de diseño en las columnas. Su finalidad es mantener los elementos impresos y establecer una relación estructural entre los mismos. Las columnas organizan el material informativo sobre la página. El uso de las columnas es fundamental ya que éstas,

---

<sup>12</sup> OROZCO, Eduardo: Edición de diarios, Caracas, 1995, Pág. 57

según Jesús Canga, “facilitan la legibilidad, ayudan a crear un orden y organizar las prioridades dentro de la página...”<sup>13</sup>

Ya definidos estos elementos pasaremos a los factores que hacen posible que el lector recorra las páginas de la revista.

### **3. Los elementos orientadores**

Su función es guiar al lector dentro de la revista. Se dividen en: **ordenadores e indicadores.**

**3.1. Elementos ordenadores:** son utilizados para organizar los materiales encontrados en la retícula. Su uso permite distinguir los diversos materiales de lectura que posee una página, separar las columnas o resaltar informaciones. Estos pueden ser: líneas, recuadros, franjas, orlas y tramas.

**3.2. Elementos indicadores:** sirven para orientar al lector a lo largo de las páginas de la revista. Gracias a ellos se puede identificar el nombre de la publicación, el número de la página, la sección y el lugar donde empieza y culmina el texto. Estos elementos son: los folios, secciones, logotipos y señales.

### **4. El color**

Este es el último de los elementos utilizados para establecer el sistema de coordinación, pero ello no quiere decir que sea el menos importante. Por el contrario, el color nos permite atraer la atención del lector, su uso debe vincularse con el mensaje que se quiere transmitir.

---

<sup>13</sup> CANGA L., Jesús: El diseño periodístico en prensa diaria, España, Bosch Casa Editorial, S.A., Barcelona, 1994, Pág. 67.



El color es un elemento gráfico de gran identificación con respecto a la diferenciación que éste puede establecer con relación al diseño de otras publicaciones.

- Las finalidades del color en el diseño son:
  - a)** Llamar la atención del lector y concentrar el interés del público.
  - b)** Producir un efecto psicológico o desarrollar asociaciones vinculadas al color.
  - c)** Identificar al producto con el color.
- De acuerdo a Jesús Canga “el color puede actuar de cuatro maneras diferentes”<sup>14</sup>.
  - a)** Como soporte: el color es el “fondo” del diseño.
  - b)** Como elemento integrado: al cumplir una función en la publicación.
  - c)** Como elemento natural: cuando está presente en una imagen y el lector lo percibe en su espacio natural.
  - d)** Como protagonista: el color está encargado de transmitir el mensaje.
- En las publicaciones diarias o no, podemos encontrar el uso del color de acuerdo a las siguientes modalidades:
  - a)** Monocromía: consiste en el uso de una sola tinta, que por lo general es el negro. Para el diseñador, trabajar con un solo color requiere de gran creatividad, por ello se recomienda en estas situaciones usar tramas para producir tonalidades en el papel. Un recurso ineludible es el bitono, el cual consiste en usar dos tonos de una misma tinta.

---

<sup>14</sup> CANGA L., Jesús: El diseño periodístico en prensa diaria, España, Bosch Casa Editorial, S.A., Barcelona, 1994, Pág. 162.

**b) Bicromía:** no es más que el uso de dos tintas, donde una de ellas es la negra. Para ello se trabaja con el duotono, impresión en dos tonos, en fotografías o ilustraciones.

**c) Tricromía:** como su nombre lo indica es el uso de tres colores incluyendo en éstos el negro.

**d) Cuatricromía:** es cuando están presentes las cuatro tintas. Es lo que usualmente llamamos impresión a full color.

En el manual de diseño gráfico se especifican las normas de uso del color, lo primero en determinar es la cantidad de colores a utilizar en la publicación y la distribución que de ellos se hará en la revista.

Una vez definidos los aspectos anteriores corresponde señalar lo concerniente a las unidades de información y publicidad, las cuales, en el sistema de coordinación, comprenden el contenido de la revista.

## **Tipografía**

La tipografía abarca la composición tipográfica del contenido redaccional de la publicación. Allí se encuentran: los textos, los títulos, las notas, las leyendas, los créditos, etc.

Existen diversas familias o estilos tipográficos que se han formado de acuerdo a diversas clasificaciones en cuanto a criterios estilísticos, históricos y morfológicos.

Según el diccionario de información, comunicación y periodismo, las familias son un “conjunto de caracteres que se basan en un mismo dibujo o trazo, que al ser

modificado da lugar a la aparición de tipos afines, pero con variantes que lo diferencian”.<sup>15</sup>

La tipografía se puede clasificar en tres familias: la Romana, la Egipcia y la Etrusca.

La primera de ellas es la Romana y se caracteriza por poseer rasgos gruesos y finos, con terminaciones o serif, lo que la convierte en una letra más fácil de leer, con respecto a las demás. Esta es la familia más recomendada para textos largos y letras capitulares en periódicos, libros y revistas. Por ejemplo: Times New Roman y Garamond.

La segunda es la Egipcia, sus trazos son uniformes, posee bigotes del mismo grueso que los trazos principales de las letras. Su uso es recomendable para titulares. Un ejemplo de esta letra es: Serifa y Amer tipe.

La tercera familia es la Etrusca, o comúnmente llamada Palo Seco. Esta es definida por la ausencia de contrastes en sus rasgos ya que no posee adelgazamientos ni engrosamientos. Son tipos con ausencia de Serif. Su uso es recomendable para títulos y textos cortos. Como ejemplo se puede señalar: Arial, Futura y Helvética.

Finalmente, podemos definir a la familia como un conjunto de caracteres de distintos cuerpos, pero que pertenecen al mismo estilo ya que han sido obtenidos partiendo de un mismo diseño básico. Cada familia posee diversas variantes, éstas son series de letra dentro de un mismo estilo. Por ejemplo: negra, seminegra, redonda, cursiva, fina, ancha y estrecha.

---

<sup>15</sup> MARTÍNEZ DE SOUSA, José: Diccionario de información, comunicación y periodismo, Madrid, Editorial Paraninfo, S.A. 2da. Edición, 1992, pág. 106

La letra puede variar, según Martínez de Sousa, de acuerdo a su figura, su tamaño, su ojo o la dimensión de su caja.

Cuando se habla de su figura se refiere a la inclinación de la letra, la cual puede ser: redonda, cursiva, inclinada, etc. Cuando nos referimos al tamaño lo que se busca significar es cuerpo, minúscula o mayúscula. En cuanto al ojo, dibujo del trazo, se trata de una letra superfina, fina, normal, mediana, seminegra, negrita, supernegra o extranegra. Finalmente, por la dimensión de la caja se refiere a estrecha, esqueleto o ancha.

En otras palabras, podemos señalar que las variaciones de una letra dependerán del peso de sus rasgos (normal, Light, bold) la posición (itálicas o redondas) y la distancia entre las letras (condensado y expandido).

Los diseñadores recomiendan mezclar las variantes, es decir, usar negritas, cursivas, versalitas, pero no usar en un mismo texto varios tipos de letras aunque pertenezcan a la misma familia. Se sugiere emplear cada tipo o estilo de letra conforme al texto que se trabaje, es importante adecuar el tipo de letra a la época, espíritu o sensación que se maneje.

Con respecto a la tipografía se puede señalar que la elección de ésta será el resultado de la combinación de la legibilidad, la pertinencia adecuada con respecto a la naturaleza del texto y el buen gusto.

La legibilidad se refiere a la facilidad de lectura que puede tener un texto, es decir, la claridad tipográfica del texto y por consiguiente la accesibilidad que del argumento tiene el lector, la comprensibilidad, el entender lo escrito, el poder comprender e interpretar lo leído.

Es importante indicar ciertos aspectos que señala Martínez de Sousa como beneficiosos para contribuir con la legibilidad, éstos son:

**a)** Los cuerpos tipográficos son legibles de acuerdo a la edad del lector, si se toma el siguiente cuadro:

De 5 a 6 años: cuerpo 16-18

De 7 a 8 años: cuerpo 14-16

De 9 años: cuerpo 12

De 10 años: cuerpo 10-12

Adultos: a partir de 8 puntos. Aunque generalmente se utiliza una letra 12 puntos.

**b)** La letra redonda es más legible que la cursiva, así como la minúscula más que la mayúscula.

**c)** Cuando se estudia los distintos estilos de las letras a partir de su eficacia en la legibilidad no parece existir diferencia entre los diversos estilos.

**d)** Un lector adulto no presentará inconvenientes, en la velocidad de la lectura, cuando la composición del texto sea justificada o en bandera. No obstante, hay que considerar que las justificaciones de bandera producen una lectura cansada y mareada en textos largos.

**e)** En las líneas que son extremadamente cortas, menos de 6 espacios, y excesivamente largas, mayor de 28 espacios. Se puede notar una reducción en la velocidad de la lectura.

f) El interlineado no pareciera afectar ni a la legibilidad ni a la velocidad de la lectura, sin embargo, cuando las líneas se presentan muy separadas o muy juntas, no favorecen al texto.

## **Las imágenes**

Este nombre engloba a las fotografías, las ilustraciones, mapas, gráficos e infografías, todos ellos representan otra fuente de información para el lector. Además, son para el diseñador una gran herramienta capaz de cautivar al público.

Las fotografías muestran como han sucedido los acontecimientos. De acuerdo a Jesús Canga,<sup>16</sup> éstas pueden ser:

- a) Informativas.
- b) Documentales, en cuanto a que la imagen puede ser descriptiva, al mostrar detalles de una escena o una “prueba” ya que se convierte en “medio de autenticación”.
- c) Simbólicas.
- d) Ilustrativas.
- e) Estéticas, con relación a la utilización de un fotografía por su belleza.
- f) De entretenimiento, en caso de que la foto posea la parte humorística de algún acontecimiento.

Las fotos pueden ser a color, en blanco y negro, en mancha o sangradas, remarcadas o enmarcadas, tramadas, de alto contraste, intervenidas por el texto o por otra fotografía, en Diago y silueteadas.

---

<sup>16</sup> CANGA LAREQUI, Jesús: El diseño periodístico en prensa diaria, España, Bosch Casa Editorial, S.A., Barcelona, 1994, Pág. 118.

Según Turnbull y Baird, los sangrados en las fotografías son un excelente recurso para diseñar debido a que ofrecen un cambio de ritmo en comparación con las páginas de márgenes ininterrumpidos, da más amplitud a la página ya que permiten espacio marginal al área de contenido y brindan una mayor magnitud a la fotografía.

Los gráficos e infografías son usados con frecuencia para comunicar información basada en estudios porcentuales a través de éstos el lector puede asimilar con prontitud y facilidad mensajes informativos que en forma de textos sería muy complicados.

La infografía difunde determinada información a través de procedimientos informáticos que permite que el lector capte la esencia del mensaje. Por su parte, los mapas son usados como un recurso gráfico capaz de ubicar al lector en el lugar de los acontecimientos.

A lo largo de este capítulo se desarrolló el marco teórico que servirá de base para la confección de la revista. Seguidamente se encuentra la descripción de la metodología aplicada para alcanzar los objetivos de este trabajo de licenciatura.

# **Capítulo III**

## **Metodología**



### **III. Metodología**

En esta tercera parte del trabajo se desarrollará una explicación detallada de la metodología utilizada para cumplir con los objetivos propuestos. En primer lugar se describirá el tipo de investigación realizada y los objetivos planteados. Seguidamente, se explicarán los criterios que sirvieron de base para el diseño de la revista.

Con el fin de abordar los objetivos propuestos, se utilizó la investigación documental, la cual consistió en la búsqueda de información y estudio de la misma. Finalmente se realizó la prueba piloto de la revista.

### **III.1. Investigación documental**

La investigación documental se basó en un estudio de fuentes bibliográficas, tales como: libros, trabajos de ascenso y trabajos de grado y fuentes hemerográficas, básicamente con el estudio de revistas. Así mismo se consultaron páginas web con la finalidad de obtener información reciente sobre el tema de la discapacidad. Todo ello permitió elaborar los elementos conceptuales del problema de investigación.

Para identificar las citas bibliográficas usadas a lo largo del trabajo se utilizó el sistema de llamada o nota al pie de página.

### **III.2. El diseño**

El diseño de la revista se fundamentó en los resultados obtenidos tanto en la investigación documental o bibliográfica, como en la investigación de campo constituida en su mayoría por los comentarios y sugerencias acerca de las necesidades comunicacionales e informativas de los especialistas en el área de la sordoceguera y el diseño gráfico.

Una vez realizadas estas investigaciones se pudo determinar las características importantes para la definición de la revista que se plantea en este trabajo, como por ejemplo: contenido, orientación, géneros informativos, estilo redaccional y gráfico.

En primer lugar, se estableció la política editorial de la publicación, basada en los objetivos planteados por la revista. Seguidamente, los temas y secciones que abordaría la revista, los géneros que se usarían para elaborar los contenidos, la distribución y despliegue que las informaciones tendrían dentro de la publicación. Finalmente se realizó el ejemplar de prueba de la revista.

# **Capítulo IV**

## **La Propuesta**

## **IV. La Propuesta**

En este cuarto capítulo se presentará el desarrollo de la propuesta de una revista dirigida a los familiares de las personas sordociegas que asisten al C.A.I.S., los docentes y profesionales del área, la cual no sólo será de interés para el público meta, sino que tratará aspectos importantes para el público en general que se interese sobre el tema de la discapacidad. Finalmente, se presentará la revista con el objetivo de mostrar el acabado final de la misma.

## **IV.1. La propuesta: ComuniCAIS**

La revista ComuniCAIS va dirigida a familiares, docentes, profesionales y a todo el público en general que se esté sensibilizado al tema de la discapacidad sensorial específicamente la sordoceguera y la discapacidad visual.

Esta propuesta surge como una motivación personal, pues al ser madre de una niña con discapacidad visual, sentí la necesidad de involucrarme más y conocer todo lo referente a dicha condición, pero en mi búsqueda me di cuenta que en Venezuela no existen publicaciones que aborden de manera específica estos temas.

## **IV.2. ComuniCAIS**

Esta propuesta tiene como objetivo ser una fuente de información, orientación y también de entretenimiento a los familiares de las personas atendidas en el C.A.I.S., docentes, profesionales y público en general que se interese por el tema de la sordoceguera y demás discapacidades sensoriales. La idea es proporcionar un material con temas dedicados a dichas condiciones, su desenvolvimiento en la vida cotidiana, eventos, deportes y recreación, entre otros.

A la luz de los resultados de un cuestionario que se dirigió al personal docente, profesionales especialistas en el área, padres y representantes del C.A.I.S. que gustosamente colaboraron en la presente investigación, es que surgió, según sus comentarios y sugerencias la importancia de ofrecer al público meta una revista atractiva, dinámica, actual y entretenida. Una publicación que refleje en su diseño el espíritu de la misma, es decir, una revista agradable, de orientación y reflexión, amena y útil, evitando la monotonía.

### **IV.3. ComuniCAIS - Ficha técnica**

Tipo de publicación:	Revista institucional
Especialización:	Sordoceguera y discapacidad visual
Contenido:	Información y orientación sobre el área
Idioma:	Español
Periodicidad:	Mensual

### **IV.4. La selección del nombre**

Para seleccionar el nombre de una publicación se deben tener en cuenta muchas variables. El nombre debe sugerir o insinuar el tema de la revista, originando así una identificación por parte del lector con la misma.

Debe tener la cualidad de ser captado y recordado por el público. Debe ser sencillo, comprensible y capaz de llamar la atención del público.

El tema de nuestra revista es la sordoceguera y la discapacidad visual. De allí surge la necesidad que el nombre esté vinculado a la discapacidad y al nombre del centro (C.A.I.S.) para que se cree una representación entre el centro y el público lector a los que va dirigida la revista.

En términos generales, debido a que la revista está destinada tanto al público lector del (C.A.I.S.), como al público en general se hace perentorio que la publicación conserve un lenguaje sencillo y comprensible, bajo una presentación gráfica, creativa y original. Al mismo tiempo que cumpla como cualquier medio de comunicación con un servicio a la comunidad.

## **IV.5. Política editorial**

ComuniCAIS se plantea ser un medio que suministre información variada a los familiares, docentes, profesionales del C.A.I.S. y público en general, proporcionándoles una herramienta de formación y orientación de manera sencilla y precisa. ComuniCAIS promoverá en todo momento un contenido con amplio criterio de objetividad y veracidad que será reflejado en la selección y en el tratamiento de la información. De ninguna manera estará condicionada por intereses particulares de los editores de la publicación, por ende, nunca incurrirá en desviación o deformación de la realidad que deba transmitir.

ComuniCAIS presentará, mensualmente, informaciones interesantes, con un corte técnico-científico, pero en lenguaje sencillo para la fácil comprensión del público meta, noticias en general, reportajes, reseñas, etc.

Con información amena, actual y útil, ComuniCAIS, busca captar la atención de la comunidad del centro y del público en general, por lo que la revista utilizará un lenguaje y un diseño creativo, dinámico y moderno.

Es importante señalar que los colaboradores de la revista se harán responsables por las informaciones y opiniones que emitan y no deberán caer en desviaciones de la realidad que pongan en tela de juicio la aplicación de los principios delineados en la Ley de Ejercicio del Periodismo y el Código de Ética del Periodista.

En consecuencia, ComuniCAIS será imparcial y equilibrada en sus informaciones sin caer en tergiversaciones de ninguna índole. Por consiguiente,

estimulará la integración a la vida familiar, escolar y comunitaria, laboral y social de las personas sordociegas y con discapacidad visual que asisten al C.A.I.S.

## **IV.6. Periodicidad**

Según las recomendaciones de los docentes, profesionales, padres y representantes del C.A.I.S., consultados a través del cuestionario se concluyó que la revista debía ser mensual. Lo cual se debe a las siguientes razones:

1. El numeroso flujo de información propio de las actividades cotidianas del C.A.I.S., los talleres, jornadas y noticias que surgen semanal o quincenalmente dará cuerpo a nuestra revista.
2. La redacción y el tratamiento de todas las informaciones se darán de forma clara y sencilla para que la revista sea de fácil lectura a todos los públicos a los cuales va dirigida.
3. Las posibilidades financieras se deben tomar en cuenta para la realización de esta publicación.

## **IV.7. Secciones de la revista**

La mayoría de los temas con evidente énfasis en la discapacidad sensorial, serán agrupados en secciones de ubicación permanente para que el público pueda encontrar de una forma directa y fácil la información de esta área.

1. **Editorial (ComuniCAIS al día):** es un espacio dedicado a la editorial, allí se colocará un artículo de opinión del director de la revista sobre un tema de interés. Será como la tarjeta de presentación del contenido y al mismo tiempo dejará en claro la política editorial. Para ello se contará con una (1) página que compartirá los créditos de los responsables de la publicación.



2. **Sumario:** hará la función de índice de la revista y tendrá la longitud de una (1) página.
3. **Salud:** en este espacio se abordará todo lo relacionado con las causas, consecuencias, prevención de la sordoceguera y la discapacidad visual. Para el número que se ofrece en este proyecto se publicará un artículo que trata sobre las principales causas de la sordoceguera. El mismo constará de dos (2) páginas.
4. **Comunicación:** en esta importante sección se mencionarán los diferentes niveles, estrategias y el correcto abordaje en la comunicación con una persona sordociega y/o con discapacidad visual. Para tratar el tema de la comunicación se necesitarán dos (2) páginas.
5. **Vida cotidiana:** aquí se publicará en una extensión de aproximadamente dos (2) páginas, un artículo de opinión o reportaje informativo relativos a las actividades de la vida diaria, rutinas, hábitos, juegos, estimulación, orientación espacial y movilidad en el hogar de los niños sordociegos y/o con discapacidad visual o baja visión.
6. **Perfil docentes del C.A.I.S.:** en esta sección con extensión de una (1) página se ofrecerá una breve reseña sobre el perfil profesional del personal docente del C.A.I.S. en el número 0 de ComuniCAIS se mencionarán a todos los docentes del centro; en el próximo número de la revista se publicará la semblanza de un profesor y así en cada número siguiente.
7. **Reportaje:** aquí el protagonista será un tema en específico, en donde se hará un abordaje exhaustivo del mismo. Para el número 0 de nuestra publicación

el tema será “La Sordoceguera: una forma de interpretar la realidad”. Para desarrollar dicha temática fue necesaria una (1) página de la revista.

- 8. Accesibilidad:** en este espacio se busca informar y orientar a las personas sordociegas y/o con discapacidad visual, a sus familiares y público en general sobre los avances en la eliminación de barreras actitudinales y arquitectónicas a propósito de la aprobación de la Ley para Personas con Discapacidad en el año 2007. Para ello se utilizarán dos (2) páginas.
- 9. Testimonios e historias reales:** en esta sección se le da la posibilidad al público lector y a los colaboradores de la revista de presentar testimonios y/o reseñas de personas sordociegas y/o con discapacidad visual. El testimonio inicialmente provendrá del público que envíe información a la revista, por lo que en este espacio se invita al público a participar. No obstante, se pueden transcribir textos elaborados no específicamente para la revista, es decir, testimonios o reseñas que se escribieron en libros, documentos o cualquier otro medio, siempre citando la fuente. Esta sección contará con una (1) página.
- 10. Legal:** Área de una (1) página en donde se abordará los aspectos legales en cuanto a los derechos y garantías de las personas sordociegas y/o con discapacidad visual. En cada número, de la publicación se mencionará un artículo de la Ley para Personas con Discapacidad.
- 11. EL C.A.I.S.:** Ésta sección con una (1) página de extensión estará dedicada a describir y analizar la labor diaria del C.A.I.S., actividades, talleres, eventos, logros y noticias más relevantes.

**12. Hablan los padres:** este es un espacio dedicado en pleno a FUNDAPAS, Fundación de Padres y Amigos del Sordociego de Venezuela, donde se expondrá la labor y objetivos de esta fundación creada el 15 de junio de 2005. Para esta sección se utilizará una (1) página de nuestra publicación.

**13. Poemas:** Esta es la última página dedicada a poemas, pensamientos y reflexiones de personas que viven la discapacidad visual y/o sordoceguera, en donde conoceremos sus sentimientos, expectativas ante la vida y sus palabras de aliento hacia los demás.

## **IV.8. Manual de estilo**

ComuniCAIS se propone ser una revista con una identidad y personalidad propia, por tal motivo, se presenta a continuación las reglas que dirigirá el elemento redaccional y gráfico en una publicación de este tipo.

### **IV.8.1. Política informativa**

ComuniCAIS se reservará el derecho desde su política informativa a abordar, procesar y presentar la información por ante los géneros periodísticos que considere pertinentes de acuerdo a la naturaleza y origen de las informaciones para ser presentadas en nuestra publicación. A continuación se presentan los postulados que servirán como base de la revista:

- La información que se presente será actual, veraz, oportuna, interesante y ante todo útil para nuestro público lector. Las noticias e informaciones serán abordadas con mucho respeto siempre en consideración que el tema de la discapacidad causa sensibilidad en la sociedad.

- Si se incurre en algún error informativo o de opinión, de inmediato se ofrecerá un derecho a réplica o se hará la corrección necesaria.
- En ComuniCAIS se presentará información, opinión e interpretación, en consecuencia, es de carácter obligatorio detallar el origen y las fuentes de las mismas.
- Los elementos gráficos (fotografía, infografía, ilustración o gráfico) estarán debidamente identificados con el nombre de su autor.

#### **IV.8.2. Manual de estilo redaccional**

Para la elaboración del presente manual de estilo se tomó como referencia el del Diario El Universal (2003, abril). A continuación se presentan las reglas:

- ComuniCAIS estará siempre sujeta a un lenguaje acorde con el público al que se dirige.
- Velará por que se cumplan los principios del léxico periodístico que demanda precisión, veracidad, sencillez e imparcialidad en el tratamiento de las informaciones.
- ComuniCAIS persigue una pauta de estilo manejable, útil, resumida y precisa sin llegar a ser extremadamente exhaustiva.
- El esquema de redacción estará basado en pautas sencillas y claras para el tratamiento de los géneros periodísticos que se presenten en la publicación.
- Las frases deben ser cortas, fundamentalmente basadas en las reglas de la oración, es decir, contener sujeto, verbo y predicado.
- En las entrevistas se evitará tratar de tu al entrevistado, sin importar la edad o familiaridad que se tenga con la persona.

- El redactor de las informaciones debe permanecer al margen de lo que narra, de tal modo que no se utilizará la primera persona del singular. Esto sólo es posible en los artículos de opinión, de los colaboradores y lectores.
- El redactor debe abstenerse de dar opiniones personales en las informaciones.
- Los créditos de los redactores y colaboradores serán colocados en la publicación.
- Las citas textuales se escribirán entre comillas dobles y no en cursivas.
- Los signos de puntuación (puntos, coma, punto y coma, dos puntos, etc.) se emplearán para darle coherencia a la redacción y facilitar la lectura, por tanto no se colocarán de forma arbitraria o caprichosa para que no interrumpen la oración.
- Se evitará colocar punto final en los títulos, antetítulos, sumarios, intertítulos, leyendas de fotografías y nombre de autor de los artículos e imágenes. Tampoco se utilizará luego de puntos suspensivos, signos de interrogación, exclamación, y los números de los años, a menos que estén al final de la oración.
- Luego de dos puntos la siguiente palabra debe comenzar en minúscula, salvo que sea el inicio de una cita textual.
- Nunca se dividirán las palabras de titulares y sumarios.
- Al dividir las palabras se separarán en sílabas según las normas de la gramática de la lengua española.

- Los nombres propios de instituciones, organismos, personas, países, agrupaciones, marcas registradas, premios, eventos, épocas históricas, medios de comunicación, etc., se escribirán con la primera inicial en mayúscula en todas sus palabras. Nunca se deben colocar en cursiva o entrecomillados.
- Es imprescindible evitar la cacofonía y la monotonía.
- No se recomienda el uso excesivo de gerundios.
- Se debe impedir a toda costa el dequeísmo y el queísmo. Sin embargo, no se vetarán de nuestras páginas cuando sea expresamente necesario.

### **IV.8.3. Uso del lenguaje periodístico**

- El lenguaje debe tomar en cuenta el contenido que se publicará y el público al cual está dirigido, por ello tendrá que comunicar la información lo más efectiva posible.
- Las expresiones y el léxico en el que se realizarán los textos deben ser de fácil comprensión para que se pueda adaptar a cualquier otro público interesado en el trabajo.
- Por ser una revista que trabajará con el área de la discapacidad tendrá que utilizar términos especializados en el lenguaje, ello no implica el uso de tecnicismos que no sean del dominio del lector, por lo que en casos de este tipo se tendrá que explicar el significado de la palabra en el texto. Se recomienda usar un glosario de términos cuando la ocasión lo amerite.
- Por respeto a los lectores, en esta publicación están prohibidas las expresiones vulgares, obscenas e inadecuadas. Ello, sólo puede ser

permitido cuando se realice una cita entre comillas, siendo manifestación ajena y cuando tales expresiones sean de carácter informativo.

- La revista se escribirá y editará en el idioma español, por lo que cualquier palabra de origen extranjero sólo podrá usarse cuando no tenga un equivalente en dicho idioma, estén consagradas por su uso o se trate de nombre propios.
- Al informar sobre un tema se transmitirán datos ciertos y verificados, sin distorsionarlos desde su origen. La subjetividad del articulista será reducida al mínimo; se cultivará en lo posible la imparcialidad.
- Se colocará la procedencia de las fotos y en caso de ser necesario irán acompañadas de un texto breve que agregue contenido a la misma.

#### **IV.8.4. Géneros periodísticos**

En relación con los géneros periodísticos con los cuales se valdrá nuestra revista para exponer al público su información serán: el reportaje, la entrevista, la reseña, la noticia y el artículo.

A continuación se hará una breve descripción de los géneros periodísticos en cuestión:

**Reportaje:** género informativo en el cual se procura presentar todos los aspectos importantes de un acontecimiento significativo. Para su elaboración se precisa disponer de múltiples fuentes, documentales y vivas, y de un plan de trabajo que permita al periodista la cobertura exhaustiva de los diferentes aspectos del tema escogido.

**Entrevista:** se refiere a un género informativo, en el cual está presente el diálogo explícito o implícito con la fuente, como técnica redaccional más importante. En la entrevista de personalidad se ofrecerá al lector una imagen integral de una persona, esta puede ser una celebridad o prominencia, pero también es factible realizar una entrevista a una persona que aunque no posea los atributos anteriormente mencionados, se haya destacado por alguna acción o razón inherente a su persona que resulte de interés público.

**Reseña:** esta tiene como fin proporcionar al lector la versión sobre el desarrollo de un acontecimiento importante. En este género se describen o se narran las incidencias de un hecho. Debe poseer, título, sumario y subtítulo.

**Noticia:** se utiliza para dar a conocer aquellos hechos noticiosos, “noticiables”. Los componentes de la noticia son los llamados “elementos”, que en realidad son las respuestas a las cinco clásicas preguntas que permiten obtener suficientes referencias sobre un hecho particular, las 5WH (por sus siglas en inglés): ¿qué pasó?, ¿quién lo hizo?, ¿cuándo?, ¿cómo?, ¿dónde? y ¿por qué ocurrió?

**Artículo de opinión:** Los textos de este tipo responden al estilo propio del autor. Tendrá título y nombre del autor. Se sugiere la colocación de una imagen ya sea una caricatura, una fotografía, un dibujo o ilustración.

## **IV.9. Manual de identidad gráfica de ComuniCAIS**

A continuación se presenta un manual de reglas y orientaciones para el uso gráfico de la revista ComuniCAIS.

Este manual consta de un sistema de coordinación, el cual está dividido en dos partes, la primera está constituida por los elementos de espacio, los cuales son:



la maqueta, la retícula, los elementos orientadores e indicadores y la paleta de colores. La segunda parte está compuesta por los elementos de la unidad informativa, éstos son: la tipografía y las imágenes.

## **IV.9.1. Sistema de Coordinación Gráfica**

### **9.1.- Elementos de Espacio**

#### **9.1.1.- La maqueta**

**9.1.1.1.- Soporte y encuadernación:** ComuniCAIS se elaboró en papel glasé 90 gramos, con portada y contraportada en cartulina opalina de 220 gramos. La encuadernación es encapsulada en papel brillante y engrapada.

**9.1.1.2.- Formato:** 18 páginas (20cm. x 27cm.)

**9.1.1.3.- Mancha:** (17,5cm. x 24,5cm.)

**9.1.1.4.- Márgenes:** (2cm. izquierda y derecha) (1,7cm. inferior y superior)

#### **9.1.2.- La retícula**

**9.1.2.1.- Módulos:** Se diseñó una retícula básica de tres (3) columnas de 5,3 cm de ancho con un corondel de 8,5 mm. A excepción de algunas secciones que poseen sus propias especificaciones.

**9.1.2.2.- Retícula vertical:** ComuniCAIS tiene una retícula básica de tres (3) columnas verticales de 5,3 cm. De ancho y 8,5 mm. para el corondel, lo cual se distribuye dentro de la mancha (17,5 cm. x 24,5 cm.) Existen otras medidas específicas, las cuales también se distribuyen en la mancha, donde en algunos casos se da la oportunidad de sangrar.

**9.1.2.3.- Retícula horizontal:** ésta se utiliza para indicar la altura de los materiales de lectura dentro de las páginas. El logotipo de las secciones está ubicado en la parte superior, de izquierda a derecha de la página. El nombre de cada sección se encuentra en el lado derecho. Los logotipos de las secciones ocupan un espacio de 17,5 cm. de ancho y 3 mm. de alto, con un fondo de color de 5 mm.

### **9.1.3.- Los elementos orientadores**

En la revista ComuniCAIS se utilizan como elementos orientadores las líneas, las franjas y los recuadros. Ellos se usan de acuerdo al diseño de la página o artículos.

**9.1.3.1.- Las líneas:** se encontrarán diversas líneas, las cuales son: Las líneas punteadas utilizadas para los créditos: en el artículo de salud, Causas principales de la sordoceguera, el nombre del autor se encuentra entre dos líneas de puntos que ocupan el espacio de ancho de una columna (5,3 cm.) con 5 mm. de alto. En su interior se coloca el nombre del autor del artículo, en letra Bookman Old Style, en 10 puntos, alineado a la derecha.

En el caso de Testimonios e historias reales el nombre de los autores también se encuentra entre dos líneas de puntos con las mismas características del anterior.

**9.1.3.2.- Las franjas:** la única franja que se encontrará en toda la publicación es la que se encuentra en la identificación de cada sección o artículo. Su característica es: 5 mm. X 17,5 cm. de color naranja pantone 716C en degradación desde el 100% hasta el 0% ubicada horizontalmente. Con las letras en Bordeaux Black en 12 puntos.

**9.1.3.3.- Los recuadros:** En la publicación estarán presentes varios tipos de recuadros, o manchón que en este caso es el de los créditos que se encuentra en la página 2 compartiendo espacio con el editorial de forma vertical, el de las gráficas y el recuadro normal para diferentes notas de apoyo. En la revista se utilizan recuadros para segmentar la información, éstos variarán de tamaño y color ya que dependerán del diseño de las páginas.

#### **9.1.4.- Los elementos indicadores**

La foliatura incluirá los siguientes datos: nombre de la revista, número de la página, mes y año, bajo una línea de 1mm. de grosor, de color azul oscuro Pantone 281C en 100%, en la fuente Berlin Sans en 10 puntos. La foliatura está ubicada en la parte inferior de la página, en la extensión de la mancha, con el número de la página en la parte externa de la hoja.

### 9.1.5.- Paleta de colores

## 9.2.- Elementos de la unidad informativa

La unidad informativa está conformada por la tipografía y las imágenes. A continuación se detalla la tipografía básica utilizada en la revista.

### 9.2.1.- La tipografía

Las diferentes tipografías que se utilizaron a lo largo de la publicación se especifican a continuación:

- **Black Chancery:** Nombre de título de la revista, mayúscula en la inicial y minúscula en las siguientes letras (84,9 puntos)
- **Buckingham:** Subtítulo de la revista (16 y 12 puntos)
- **Binner D:** Nombre del artículo principal con borde negro (26 y 14 puntos)
- **Century Schoolbook:** para todos los contenidos con la letra inicial de los textos en (18 puntos) y también (11 y 24 puntos)
- **Black Wolf:** (16 puntos)
- **Bookman Old Style:** Créditos y con borde naranja Pantone 716C 100% (10 puntos)
- **Berlin Sans FB:** Se utilizó para la foliatura en tamaño (10 puntos).
- **Bordeaux Black:** (12 puntos)
- **Candles Regular:** Se utilizó para artículo: El CAIS...(16 puntos)
- **Chubby Cheeks:** En el artículo FUNDAPAS... (16 puntos)

- **Class Garmnd Bt:** (12 puntos)

### 9.2.2.- Las imágenes

Las imágenes que se utilizan en ComuniCAIS están conformadas principalmente por fotografías e ilustraciones, también se podrán ver gráficos e infografías de acuerdo a los temas que aborde la revista. Podrán ser informativos, ilustrativos, estéticos y de entretenimiento.

Las imágenes son preferiblemente a color. Podrán ser en mancha o sangradas, enmarcadas, de alto contraste, intervenidas por el texto o por otra fotografía.

### 9.3.- La Portada

La portada está conformada por el logotipo, una fotografía y el titular principal que hace referencia al tema central de la edición y titulares secundarios, distribuidos dentro de las fotos inferiores más pequeñas, toda la portada en 100% Azul Pantone 281 C.



#### **9.4.- El logotipo**

Se utiliza como elemento de identificación de una publicación, su principal fin es establecer un vínculo con el público lector al cual va dirigido. En este caso el logotipo de la revista ComuniCAIS está escrito en fuente, Black Chancery en 84 puntos, con la inicial en mayúscula luego seguida en minúscula y las iniciales CAIS en mayúscula que representan las iniciales del centro. Las letras del logotipo son blancas con el borde en negro muy fino, dentro de un fondo 100% Amarillo Pantone 109 C. El mismo está centrado en la parte superior del formato, cuyo espacio ocupa 18,8cm x 3,3cm. Debajo del nombre de la revista se encuentra el subtítulo en Buckingham 16 puntos y el nombre del país, el número de la revista y el número de depósito legal en 12 puntos, todas en blanco con borde negro.



#### **9.5.- Fotografías y titulares**

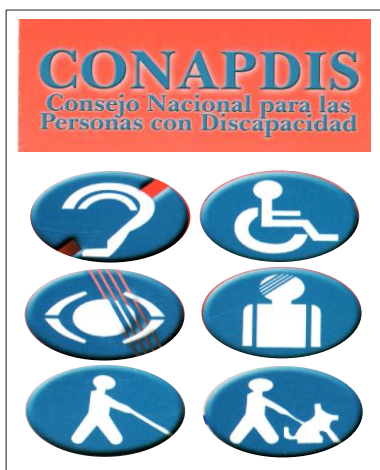
La portada tendrá cinco fotografías, una imagen principal arriba con su titular y un titular secundario en el extremo superior izquierdo, luego cuatro fotografías pequeñas en la parte inferior, cada una con titulares secundarios. La fuente utilizada para todos los titulares es Binner D, en 26 puntos para el titular principal y 14 puntos para los secundarios. El color de los titulares dependerá de la imagen utilizada de fondo y del color utilizado en el nombre de la revista. Se colocará como máximo seis

títulos, de los cuales uno de ellos debe destacar por encima de los demás, de forma tal que se evidencie una jerarquía en la información a presentar.

El diseño de la portada debe ser atractivo e impactante, debe tener claro su misión de mostrar la identidad y el carácter de la publicación, su presentación y las informaciones a presentar debe motivar al lector a adquirir la revista. En términos generales las fotografías se adaptarán a la diagramación particular en cada edición de la revista.

### **9.6.- Contraportada**

Este espacio siempre mostrará a lo largo y ancho de sus dimensiones un único anuncio publicitario o de los patrocinantes de la revista.

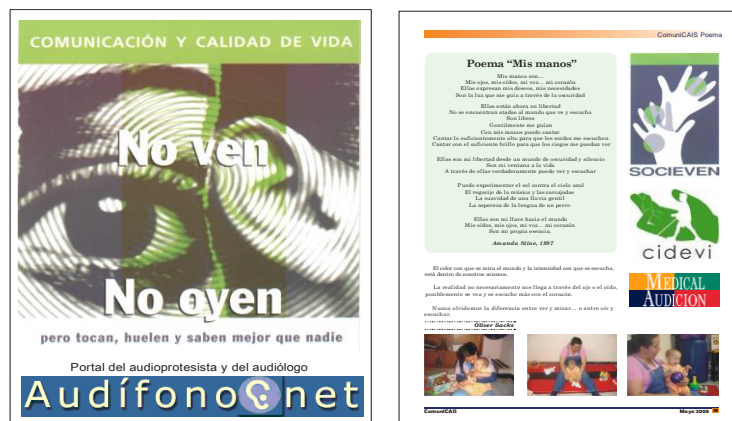


### **9.7.- Reverso de portada y contraportada**

El reverso de la portada mostrará un anuncio de los patrocinantes que abarque el largo y ancho de las dimensiones de la revista. En el reverso de la contraportada estará constituida por la última sección de la revista que se denomina "Poema", en donde se abordará los pensamientos y reflexiones de personas que viven la discapacidad visual y/o sordoceguera, se dejará conocer sus sentimientos, expectativas ante la vida y sus palabras de aliento hacia los demás. Igualmente



habrá un pequeño espacio de una columna para publicidad y fotos alusivas a personas con discapacidad en sus actividades de terapia y en la vida cotidiana. En la contraportada habrá publicidad sobre los entes patrocinantes de la publicación.



### 9.8.- Publicidad

ComuniCAIS, al ser una revista básicamente institucional, no contará con publicidad privada, más específicamente se beneficiará con el patrocinio de entes gubernamentales del área de la discapacidad, o publicidad de productos y servicios ópticos y de audición, equipos o instrumentos médicos que van dirigidos a solucionar la problemática de las personas que presentan alguna discapacidad sensorial.

### 9.9.- Distribución de páginas

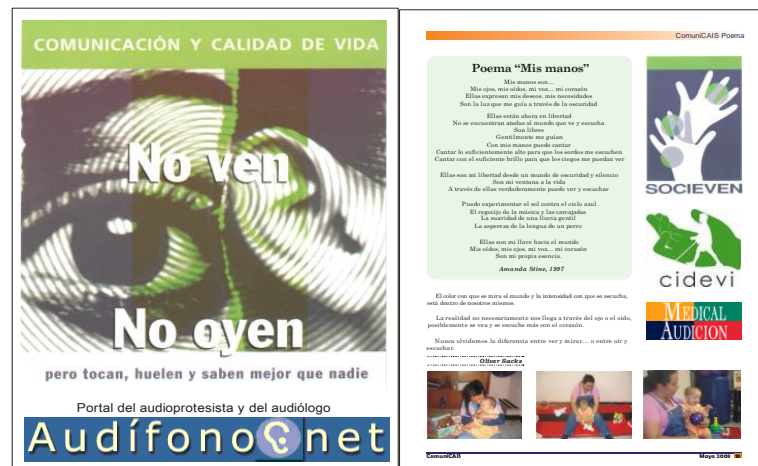
Con la finalidad de conocer la diagramación general y la distribución de contenidos de ComuniCAIS, seguidamente se presenta la maqueta final del ejemplar número cero.

## 9.10.- Carátula

Contraportada, portada



Reverso de portada y contraportada



### 9.11.- Contenido por página

Página 2	Créditos-Editorial
Página 3	Sumario
Página 4-5	Salud
Página 6-7	Comunicación
Página 8-9	Vida Cotidiana
Página 10	Perfil Docentes del CAIS
Página 11	Reportaje
Página 12-13	Accesibilidad
Página 14	Testimonios e Historias Reales
Página 15	Legal
Página 16	El CAIS: Una misión invaluable
Página 17	FUNDAPAS: Hablan los padres





## 9.12.- Tácticas de Mercadeo

La estrategia de mercadeo de ComuniCAIS, en principio será informar sobre la existencia de la publicación, y seguidamente distribuirla gratuitamente para lograr la aceptación de la misma, ya que será institucional, su distribución se llevará a cabo dentro de la sede del CAIS, entre el personal docente y profesionales del área que laboran en el centro, las personas con discapacidad que son atendidas y los familiares que se encuentran directamente involucrados, pues asisten con la persona atendida en el centro.

También se prevé enviar una veintena de ejemplares para ser distribuidos en Conapdis, Socieven y Sociedad de Amigos de los Ciegos, pues estos entes apoyarán en el financiamiento de la publicación.

De acuerdo con el nivel de aceptación de la revista dentro de los entes que trabajan en el área de la discapacidad, se decidirá su distribución en la calle, en los kioscos y librerías.

## 9.13.- Factibilidad

Como consecuencia de lo expuesto anteriormente, se puede determinar que ComuniCAIS, representa una iniciativa muy posible. Se debe tomar en cuenta, que al ser una publicación con carácter gratuito, su principal entrada de recursos vendría de patrocinantes y anunciantes.

Es necesario acotar que, como al principio ComuniCAIS, estaría constituida como una mini empresa, los gastos en recursos humanos, equipos y distribución serían muy reducidos, por cuanto, en un inicio funcionaría, primordialmente, mediante colaboraciones y el trabajo sería prácticamente realizado con recursos provistos por los integrantes de la dirección, o sea sus computadoras personales, en sus hogares, etc. El mayor gasto correspondería a la impresión, pues la distribución de la revista sería realizada por el mismo personal del CAIS y los familiares de las personas sordociegas y/o con discapacidad sensorial.

# **Capítulo V**

## **Prueba del producto**

## **V. Prueba del producto**

En este quinto capítulo se presentará la diagramación general y la distribución de contenidos de ComuniCAIS, en la maqueta final del ejemplar número cero.



## Conclusiones

Una revista dirigida a un público específico es un reto para cualquier equipo editorial, por cuanto corre el riesgo de no resultar atractiva al resto del público que no se sienta atraído por la temática difundida en la revista. Pero en el caso de ComuniCAIS, sentimos que será muy bien recibida por todo tipo de público, debido al auge positivo y la relevancia que está cobrando en estos últimos tiempos el tema de la discapacidad sensorial y la sordoceguera, a propósito de la aprobación de la Ley para Personas con Discapacidad en enero del año 2007.

Diseñada con un criterio claro del tema que se aborda, de forma tal que se concibió un producto estéticamente presentable y relacionado con el público al que se dirige. Una revista que refleja el espíritu de la misma, es decir, un medio agradable, que sensibiliza y orienta al mismo tiempo.

Como puede evidenciarse a lo largo de los capítulos, para obtener esta reflexión final evaluamos una serie de elementos que sirvieron para perfeccionar la propuesta, tras el planteamiento del problema y los objetivos generales y específicos.

En principio se estableció una aproximación a la temática abordada en la revista, la cual trataba sobre la sordoceguera y discapacidad visual. En ella quedaron bien delimitados los conceptos principales sobre los cuales se asienta el enfoque informativo y comunicacional de la revista.

Posteriormente, se expuso lo referente al CAIS y su creación, para pasar de inmediato al tema de la revista como medio de comunicación y todos los aspectos relacionados con el diseño de la misma, como por ejemplo: los principios del diseño y el manual de diseño, en donde se abordaron las normas que guiaron la publicación y formaron la identidad de la misma. Estas reglas permitieron establecer las características que poseyó la revista pues le dio forma y coherencia. En el aspecto metodológico se abordó la investigación documental y el diseño de la revista.

Ahora bien, una de las fases más importantes es la que sigue al marco teórico. Se trata de la propuesta como tal de ComuniCAIS. Allí aplicamos todo lo aprendido en la parte anterior para expresar exactamente los lineamientos a seguir.

Tras haber examinado todos los detalles y contextualizarlos en ComuniCAIS, decidimos crear una revista que, como se tenía previsto desde un principio, abordara el tema de la sordoceguera y/o discapacidad visual, la comunicación con niños sordociegos, la accesibilidad y otros aspectos importantes sobre el tema de la discapacidad sensorial.

Mantuvimos la concepción de que la información fuese netamente sobre el CAIS, porque la revista, circulará sólo en Caracas, pues es aquí donde se encuentra la única sede en el ámbito nacional. El objetivo: diseñar una revista que fuese interesante, ágil y útil. Para facilitar un enlace comunicacional entre el C.A.I.S. y los familiares de la población sordociega del país.

De igual manera se dejó claro que trabajaríamos con contenidos que abarcaran información y opinión, a través de varios géneros periodísticos. Por otra parte se especificó que se trataría de una revista gratuita.

Posteriormente, determinamos de manera más específica la política informativa y editorial, el manual de estilo redaccional, los géneros periodísticos de redacción que serían utilizados y el manual de estilo gráfico de la revista.

Con la finalidad de definir la personalidad de la publicación se realizó un cuestionario que tuvo por objeto conocer la opinión, comentarios y/o sugerencias del personal docente y profesional del CAIS y de algunos padres y representantes de personas con discapacidad atendidas en el centro, sobre el diseño de la revista, que serviría como enlace comunicacional entre el centro y los familiares de las personas que atiende.

La investigación de campo proporcionó datos importantes a través de los cuales se pudo conocer el tratamiento informativo que tendría la revista y el aspecto gráfico que acompañaría a la misma, en el cual se planteó un diseño creativo, agradable, dinámico y actual.

Al hacer un análisis de todo lo expuesto con anterioridad, podemos decir que la propuesta específica es una consecuencia directa de lo aprendido en el marco teórico. Sin embargo, el éxito o el fracaso de esta publicación será determinante para saber si este trabajo tiene validez o no.

Como conclusión final podemos decir que se ha logrado una publicación que cumplió con las expectativas iniciales, y que esa edición es la prueba indudable de que ComuniCAIS es factible y que cumplirá la invaluable misión de mantener un enlace informativo y comunicacional entre el Centro y los familiares de las personas sordociegas y/o con discapacidad visual.

## Referencias Bibliográficas

- ARIAS, Fidas: **El Proyecto de Investigación. (Guía para su elaboración)** Caracas, Editorial Episteme, Segunda Edición, 1997
- BALESTRINI ACUÑA, Mirian: **Cómo se elabora el Proyecto de Investigación.** (Para los estudios formulativos o exploratorios, descriptivos, diagnósticos, evaluativos, formulación de hipótesis causales, experimentales y los proyectos factibles) Caracas, BL Consultores Asociados. Servicio Editorial, Sexta Edición, Febrero 2002.
- BENITO, Ángel: **La invención de la actualidad –Técnicas, usos y abusos de la información.** Fondo Cultura Económica, Madrid, España, 1995.
- CANGA LAREQUI, J., **El diseño periodístico en prensa diaria.** Ed. Bosch, Comunicación, Barcelona, 1994.
- CASTEJÓN LARA, Enrique: **Revistas: Periodismo no diario,** Caracas, Venezuela, 1986.
- DOVIFAT, Emil: **Periodismo,** (Vol. 2), Uteha, México.
- FERNÁNDEZ, Evaristo: **Metodología de la Investigación,** Caracas, Venezuela, Júpiter Editores, 1998.
- GARCIA NUÑEZ, Fernando: **Cómo escribir para la prensa,** Europea de Ediciones, Madrid, España, 1985.

- MARTÍN AGUADO, J. A.: **Lectura estética y técnica de un diario**, Alambra Universidad, Madrid, España, 1987.
- MARTÍNEZ DE SOUSA, José: **Manual de edición y autoedición**, Editorial Pirámide, Madrid, España 1994.
- MARTÍNEZ DE SOUSA, José: **Diccionario de información, comunicación, periodismo**, Editorial Paraninfo, S.A., 2da. Edición, Madrid, España, 1992.
- OROZCO, Eduardo: **Edición de diarios**, Caracas, Venezuela, 1995.
- OWEN, William: **Diseño de revistas**, Ediciones Gustavo Pili, S.A. Barcelona, España, 1991.
- RAMÍREZ C., Tulio A.: **Cómo hacer un proyecto de investigación**, Caracas, Editor. Tulio A. Ramírez C., 1998
- SABINO, Carlos A.: **Cómo hacer una Tesis y elaborar todo tipo de escritos**. Caracas, Editorial Panapo, Segunda Edición, 1994.
- VILCHIS, Luz del Carmen: **Metodología del diseño: Fundamentos teóricos**, Centro Juan Acha, México, 2002.
- VILMOS, Radics; ALADÁR Ritter: **Diseño de periódicos**. 1ra. Ed. Quito, Ecuador: CIESPAL, 1986.
- Trípticos del C.A.I.S, Prof. Carolina Ortega, Sub-Directora (I), Centro de Atención Integral Al Sordociego C.A.I.S. Julio, 2006
- Ley para las Personas con Discapacidad

## Tesis consultadas

- PENZO V. Jacobo y SMITH S. Carolina Anne: **Amnesia: Una revista de entretenimiento, cultura e información urbana**, Octubre, 2006.
- REVERÓN POJÁN, Ana María: **Diseño de una Revista de Comunicación y Asesoría Empresarial, Para la Empresa ISADE, C.A.** Mayo, 1991.

## Portales de Internet consultados

<http://www.cais-sordociegos.blogspot.com/>

<http://groups.msn.com/sordociegosvenezuela>

<http://www.sordoceguera.com/Info.htm>

<http://www.asocide.org/index.php>

<http://buscar.hispavista.com/?cadena=sordoceguera&ambito=0>

<http://www.juntadeandalucia.es/averroes/caidv/interedvisual/ftp/sordoceguerarpna8.mht>

[http://www.pasoapaso.com.ve/home\\_aem.htm](http://www.pasoapaso.com.ve/home_aem.htm)

<http://www.sordoceguera.org/vc3/index.php>

## **Anexos**