

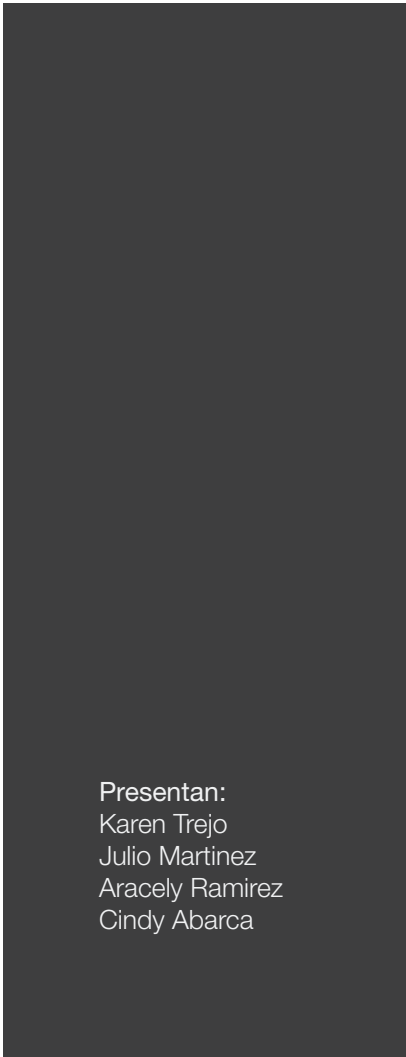


Revista

# HEIDELBERG

Manual de Estilo





Presentan:  
Karen Trejo  
Julio Martinez  
Aracely Ramirez  
Cindy Abarca





# Índice

Introducción  
Normas generales  
    Postura  
    Objetivos  
    Características  
    Audiencia  
    Recursos visuales  
Público  
Secciones  
Tipografía  
Elementos de titulación  
Paleta cromática  
Ilustraciones o fotografías  
Formato de bibliografía  
Recomendaciones de impresión





# Introducción

La finalidad básica del Manual de Estilo es dotar a Heidelberg de unas directrices que faciliten las tareas de autores y redactores y que simplifiquen la transmisión de información a sus lectores.

Heidelberg ruega a los autores que se ajusten a las directrices establecidas en el Manual de Estilo, para facilitar el trabajo de las personas que se encargan del mantenimiento, edición y actualización de la revista. Heidelberg edita los originales que recibe y se reserva el derecho a publicarlos.

El seguimiento de este manual de estilo no impide la libertad de una propuesta gráfica, ni afecta la capacidad de información; pero ayuda al lector a tener una mejor comprensión y asimilación más rápida del contenido de la Revista Heidelberg New.

**.4**





# Normas Generales



## Postura

Esta es una revista de empresarios para empresarios, es una revista sofisticada y hecha especialmente para conocer lo nuevo en tecnología de impresión, y no solo de impresión si no también todo lo referente a la nueva tendencia tecnológica, así también como entrevistas con personajes famosos de dicho tema.

Esta revista pone como tema central las nuevas tendencias tecnológicas ya que su público es gente empresaria.

## Objetivos

Su Objetivo principal es informar a los (potenciales) clientes de Heidelberg y otras partes interesadas acerca de nuevos productos y describir sus beneficios particulares, con productos que optimizan todo el proceso. Por supuesto, la revista también quiere ofrecer una lectura interesante y agradable.

## Características

Este material contiene textos bibliográficos e informativos más que todo por el tipo de público al que va dirigida. Lo interesante es que aun siendo para empresarios, no está aliada con temas políticos, religiosos, farándula, etc. Ya que solamente habla de lo nuevo en el mundo empresarial. Así también como notas de interés particular.





Esta revista se centra en ciertas etapas lo cuales son:

- Temas de relevancia tecnológica
- Bibliografías de Empresarios reconocidos en la actualidad.
- Entrevistas de Empresarios que van a la vanguardia con la tecnología.

Usualmente son acompañadas por fotografía de dicho Empresario o sobre lo que ha inventado o lo que hace.

Es una revista flexible, ya que es cómoda de llevar y con un contenido bastante completo sobre temas de interés.

### **Audiencia**

Esta revista se enfoca a personas de nivel medio alto, con una cultura de nivel alto que le interese este tipo de temas, personas de 20 a 50 años de edad, que deseen salir adelante con una mini, mediana o gran empresa.

No tiene un rango más definido por la razón que hoy en día la sociedad impulsa a buscar nuevas entradas y beneficios para y especialmente los jóvenes que salen de sus estudios a querer meterse al mundo empresarial.

### **Recursos visuales**

Para darle un toque de seriedad a la revista, se opto por utilizar paginas blancas divididas en 1, 2,3 columnas en paginas seleccionadas, con fotografías de alta resolución mostrando nuevas tendencias.

Al igual que la tipografía que se utilizo es precisamente para crear un ambiente semi formal, al igual el efecto que causa el tipo de tipografía, no hace que se vea demasiado formal y así poder servir para un gran rango de público. Y el interlineado hace que la lectura sea rápida, refleje orden y que ofrezca una lectura interesante y agradable.





# Público

El publico principal de la revista son los Clientes, el cual les permite estar al tanto en las nuevas impresoras modernas, como también a Potenciales Clientes de Heidelberg y a Empresarios interesados en nuevos productos de impresión.

**.7**





# Secciones

## **Empresas.**

Esta sección trata de diferentes empresarios reconocidos, por su aporte en calidad de impresiones y que comparten su experiencia en las diferentes áreas que estas conllevan, como la calidad máxima para sus cliente, algunas técnicas de esta industria.

## **Noticias breves.**

En esta sección se habla de lo que está pasando en HEIDELBERG, como empresa, y también retoma figuras que hacen posible el desarrollo; aquí se dan consejos de cómo evitar ciertos acontecimientos con la tecnología.

## **Soluciones.**

Esta sección está basada en los componentes que se necesitan para una buena impresión, las maquinarias necesarias, los tipos de tintas, etc.







Muestran ejemplos de impresiones hechas en sus impresoras, resaltando los beneficios de estas impresiones.

### **Innovaciones.**

Esta sección le comunica al público lo nuevo que hay en máquinas de impresión, describiendo cada una de las partes de dichas máquinas, dando también una pequeña muestra de impresiones dentro de la revista.

### **Oportunidades.**

En esta sección es donde la empresa Heidelberg da la oportunidad a sus clientes de un asesoramiento empresarial en la compra de maquinaria para impresión, y el mantenimiento que estas deben de obtener; como también les ayuda en la búsqueda de una mejor inversión y que se adapte al presupuesto de la empresa, dándole una mejor solución.

### **Perspectivas.**

Esta sección ofrece la publicidad clásica en medios impresos, en la que nos habla de la influencia que estos tienen o que ejercen sobre el público, presenta algunos estudios de la opinión del o percepción acerca de los materiales impresos.

### **Misceláneos:**

En esta sección encontraremos las sub-opciones que son: foco de actualidad, consejos prácticos (donde el editor nos narra consejos de cómo poder manejar las nuevas tendencias), protagonistas de la impresión (donde se entrevista a un personaje de la impresión, porque le gusta este ámbito, etc.), la opinión del lector (aquí presentan comentarios de sus lectores de diferentes países).





# Tipografía

## 1. Song Std I.

Se utiliza la tipografía SONG STD L en el título principal de la revista. Tiene una forma estilizada y le da cierta seriedad ya que el perfil de la revista lo permite.

Esta tipografía es más que todo utilizada en textos grandes, como títulos, subtítulos, etc., ya que su forma complica la lectura si se ocupa en un puntaje pequeño.

Se utiliza solamente mayúsculas en inicios de oraciones y lo demás son minúscula, se utiliza en todo el ancho de la portado en la parte superior. El puntaje de dicho título será de 100

SONG STD L  
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890  
?;!'"\$%&/()#@[]{} ;:

## 2. Garamond pro.

Esta tipografía se utiliza para el contenido de la revista en general, al inicio de cada sección se empieza con una letra capital a 80 puntos cubriendo 6 líneas de texto, y subtemas en negritas. Al igual que las descripciones de cada foto, tema en mayúsculas y descripción en minúsculas.

GARAMOND PRO.  
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890  
i"•\$%&/()[]{}@?;,:;

## 3. FRUTIGER LT STD 47 LIGHT CN

Esta tipografía se utiliza para textos como el índice, los pie de foto, pie de páginas, y algunas notas relevantes. Se utilizan mayúsculas al principio de las oraciones y el resto en minúsculas. Se utiliza solo en su variable light, nunca en bold, ni roman.

FRUTIGER LT STD 47 LIGHT CN  
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890  
i"•\$%&/(){} ;:





## Destacado

Se pondrá un destacado máximo por página sin sobrepasar las 5 líneas, se ubicara en medio de la columna izquierda, dejando 2 espacios arriba y 2 abajo, con un puntaje de 13.

Todo lo que ha hecho en su vida empresarial y lo que pudiera hacer en el futuro.  
En esta sección se colocara el texto a dos columnas, con sus títulos y entradillas en ella se redacta una breve biografía del personaje en cuestión. Utilizando una o dos fotografías en cada página o una fotografía en la página completa.

Noticias breves.  
En esta sección se habla de lo que está pasando en HEIDELBERG, como empresa, y también retoma figuras que hacen posible el desarrollo; aquí se dan consejos de cómo evitar ciertos acontecimientos con la tecnología. Se utilizan 2 columnas en la página derecha y en algunas izquierda y en las demás páginas izquierdas se utilizan 3 columnas, con un diseño al fondo referente al tema que se está tocando y en un marco al centro la información.

Con una imagen por columna y si no es necesario ni una imagen.

Soluciones.  
Esta sección está basada en los componentes que se necesitan para una buena impresión, las maquinarias necesarias, los tipos de tintas, etc. Muestran ejemplos de impresiones hechas en sus impresoras, resaltando los beneficios de estas impresiones.

En esta sección se utilizan 1 y 2 columnas, utilizando el recurso del marco en las orillas de las

habla de la gestión profesional del tiempo. Para esta sección se necesitan páginas de 2 columnas, con imágenes solo si son necesarias, con las notas importantes en los recuadros de abajo y en la parte principal de inicio del tema estará la fotografía del entrevistado.

**"Aquí se habla de un personaje de la impresión, se escribe una breve reseña de su vida, y algunas preguntas de la entrevista."**

Miscelánea.

En esta sección encontramos encontraremos las sub-opciones foco de actualidad, consejos prácticos (donde el editor nos narra consejos de cómo poder manejar las nuevas tendencias), protagonistas de la impresión (donde se entrevista a un personaje de la impresión, porque le gusta este ámbito, etc.), la opinión del lector (aquí presentan comentarios de sus lectores de diferentes países del mundo), y por último pte de imprenta (donde se especifica donde fue

## Titulares

Los titulares irán justificados a la derecha con un puntaje de 36, letra en color negro, todo en caja alta y abarcando solo una columna, jugando con la disposición del texto siempre serán en la página impar.

### ENTRE DOS MUNDOS

Su país fue socialista. Ahora es capitalista. Él era doctor en Radiofísica. Ahora es jefe de una imprenta. Sufrió la piasteria de productos y el mismo "espío" en países occidentales.

Oportunidades.

Esta sección habla de lo que están ganando, ya sea como clientes o proveedores. Todo va a 2 columnas por página, con una imagen grande en cada página, puede ser horizontal o vertical la ubicación de la fotografía. Y aspectos más importantes remarcados en la parte de abajo de la página.

Perspectivas.

En esta sección se hace una entrevista también a un personaje famoso pero esta vez dirigido a dar consejos una impresión impecable, y también habla de la gestión profesional del tiempo. Para esta sección se necesitan páginas de 2 columnas, con imágenes solo si son necesarias, con las notas importantes en los recuadros de abajo y en la parte principal de inicio del tema estará la fotografía del entrevistado.

Servicios.

Aquí se habla de un personaje de la impresión, se escribe una breve reseña de su vida, y algunas preguntas de la entrevista y su fotografía en la parte superior derecha de la página, esto a 1 columna.

Miscelánea.

En esta sección encontramos encontraremos las sub-opciones foco de actualidad, consejos prácticos (donde el editor nos narra consejos de cómo poder manejar las nuevas tendencias)

## Contenido

El contenido empezara con una letra capital, abarcando 5 columnas de texto, dejando un espacio en la parte superior de la primera columna, cuerpo de 10 pts. Justificado a la derecha. Color negra la tipografía, caja baja y al inicio caja alta.

Contiene temas de relevancia, hablando de una figura importante del momento o contemporáneo, y en ella también subtemas, frases, o comentarios de dicho personaje, contando parte de su vida personal tanto como profesional, todo lo que ha hecho en su vida empresarial y lo que pudiera hacer en el futuro.  
En esta sección se colocara el texto a dos columnas, con sus títulos y entradillas en ella se redacta una breve biografía del personaje en cuestión. Utilizando una o dos fotografías en cada página o una fotografía en la página completa.

Noticias breves.  
En esta sección se habla de lo que está pasando en HEIDELBERG, como empresa, y también retoma figuras que hacen posible el desarrollo; aquí se dan consejos de cómo evitar ciertos acontecimientos con la tecnología. Se utilizan 2 columnas en la página derecha y en algunas izquierda y en las demás páginas izquierdas se utilizan 3 columnas, con un diseño al fondo referente al tema que se está tocando y en un marco al centro la información. Con una imagen por columna y si no es necesario ni una imagen.

Soluciones.  
Esta sección está basada en los componentes que se necesitan para una buena impresión, las maqui-





# Elementos de Titulación

## **Título o nombre de la revista**

Noventa de puntaje, centrado en la parte superior de la página, tipografía de serifa, el color dependerá del fondo de la portada.

## **Títulos**

Estos serán frases menos de 10 palabras, concretas y directas y en tiempo presente.

## **Sumario**

Veinticuatro de puntaje, siempre de color negro .No deberá de ser no muy extenso, lo máximo será de cuatro a seis líneas.

**.12**





### **Entradilla**

Diesiocho de puntaje, siempre estará en la inferior de la portada ya sea en la izquierda o derecha, el color dependerá del fondo de la portadas y siempre serán de frases cortas menos de una línea.

### **Antetítulo**

Veinticuatro de puntaje, siempre debe ser con frases conceptuales que exprese lo importante de la información que contiene la revista,

### **Cintillo**

Estos deben estar en la parte superior en todas la paginas en donde a lado derecho estará el nombre de la revista (HEIDELBERG NEWS), y al lado izquierdo estará el nombre de las secciones y de puntaje de 8.

### **El Folio**

En la parte inferior de las páginas estará en el derecho numero de pagina y el año, en lado izquierdo estará solamente el numero de pagina con el puntaje de 8.

### **Subtítulos**

Estos deben ser en negrita, el tamaño del texto será el mismo que el párrafo, y siempre dentro de la caja de texto.

### **Destacados**

Deben estar enserados dentro de una llamada de texto de un color no tan llamativo y se deberá de repetir una frase.

### **Pie de foto**

Estos deberán ser menos de 4 líneas de un puntaje de 6.

### **Paleta Cromática**

La paleta cromática estará de esta manera:

Todo el texto será a escala de grises, únicamente en la parte superior del cintillo tendrá una pequeña granja rojo seguido del nombre de la revista. Sin olvidar que también trabajara con colores CMYK, ya que utilizara fotografías a full color.



## **Ilustración y fotografía**

La fotografía es una de la parte da apoya a la revista, ya que es de manera necesaria mostrar al lector que es lo que esta leyendo, por lo tanto este debe ser relacionado con lo que esta diciendo, las fotografías serán de carácter serio, bien detallado. En cuanto a las ilustraciones deberán estar únicamente en una o dos notas.

Continuación los lineamientos que debe tener la fotografía y la ilustración de la revista HEIDELBERG NEWS:

### **Tamaño**

Mínimo de 1.5" x 2.0" pulgadas máximo 10.5"x 8.0" pulgadas

### **Utilización de color**

Full Color

### **Tipo de archivo**

JPEG, TIFF

### **Resolución**

120 dpi a 300 dpi dependerá del tamaño de la fotografía

### **Tipo de cámara a utilizar**

Canon EOS-5D Mark II, Canon EOS 50D

### **Imagen**

Son de formas rectangular solo el tamaño cambiara.

### **Tiempo de pose**

Todas estarán fotografías en poses.

### **Tipo de balance de los blancos**

Este varía la más importantes serán de luz de día, de noche, de tungsteno.

### **Estructura formal**

Las fotografías serán de paisaje, retratos, escenas.

### **Formato de Bibliografía**

No tiene



## Recomendaciones de Impresión

El tamaño de la revista es de 8.5 x 11 pulgadas, será impresa a tiro y retiro, dejando un margen de 0.30 pulgadas, a full color ,la portada debe de imprimirse en papel sonia mate en base 80, mientras que las paginas internas son couche en base 60.

**.15**



