

**El diseño editorial como herramienta social:
Libro, periódico y revista para públicos específicos**

Tesina para obtener el diploma de:
Especialista en Diseño Editorial

Presenta:

Ana Del Angel Gámez

Director(a) de tesina:

Laura Silvia Íñigo Dehud

Codirector(a) de tesina:

Lorena Noyola Piña

Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Octubre 2020, México.

La Especialidad en Diseño Editorial (EDE) está acreditada en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) de Conacyt.

Agradezco a Conacyt como patrocinador del proyecto realizado como tesina de especialidad durante el programa de estudio de la Especialidad en Diseño Editorial.

Índice

Antecedentes	4
Justificación	10
Objetivo general	10
Objetivos particulares	10
Cronograma	11
Panorama de la industria editorial en México	12
Introducción al diseño	14
Producción editorial	15
Géneros de impresos y publicaciones	15
Soportes para impresión	15
Maquetación	17
Tipografía	18
Preprensa	19
Impresión	21
Encuadernación	22
Proyectos editoriales: Papalote	24
Capítulo 1: Periódico	26
Capítulo 2: Revista	38
Capítulo 3: Libro	49
Presupuestos	60
Conclusiones	61
Bibliografía	62
Anexos	63

Antecedentes

La humanidad siempre ha tratado de plasmar su realidad de diversas formas. Podríamos decir que los esbozos del diseño editorial se gestaron desde que se comenzaron a hacer las pinturas rupestres. Hay registros de figuras trazadas en piedra y dibujos sobre la superficie de éstas. Se observan en estas pinturas las figuras de animales, principalmente bisontes o ciervos, representando el ritual de cacería, a manera de dejar constancia y, seguramente, con un fin educativo para la comunidad (Coates y Ellison, 2014). Todo esto son los primeros intentos de transmitir la información de manera visual.

Más tarde aparecerían las primeras pruebas de la escritura. En Kane (2012) se nos explica cómo los sumerios usarían la escritura cuneiforme, la cual es un tipo de escritura pictográfica, donde se utilizan ciertos símbolos escritos con cuñas sobre tablillas de arcilla, a los cuales se les atribuye ideas, conceptos e incluso valor fonético. Se utilizaba este tipo de escritura en las transacciones mercantiles, registrando así sistemas de contabilidad.



Escritura cuneiforme¹

Por otra parte, en Egipto, se aplicó un sistema similar, pero era más abstracto. Se utilizaban jeroglíficos. Produjeron manuscritos ilustrados los cuales eran escritos sobre papiros, el cual es una especie de papel producido a partir de la planta del papiro. En ellos plasmaban sus creencias

¹ https://sites.google.com/site/geohistoriantigua/_/rsrc/1472854475508/mesopotamia/escritura-cuneiforme/cuneiforme.jpg?height=299&width=400

religiosas y la manera de organizarse. Con el pasar del tiempo la escritura cuneiforme y los jeroglíficos se fueron convirtiendo en los alfabetos y en los estilos de escritura que utilizamos en la actualidad.

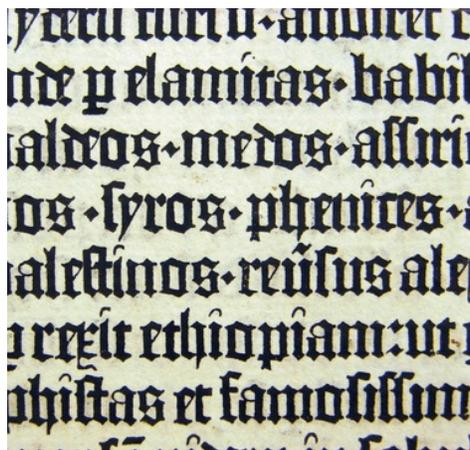
Más adelante, en la Edad Media se dieron los manuscritos iluminados, que eran escritos sobre pergaminos y se utilizaban pigmentos naturales, terracota, oro, plata, lapislázuli, entre otros elementos. Esto demuestra una necesidad primaria de mantener viva la información. De alguna manera es un antecedente de la creación en masa, tanto para estudio como para satisfacción personal. Se hacían en el *scriptorium monástico* (salón para escribir) y eran trabajos muy pesados y cansados de realizar. La persona que los escribía era el *copisti* y no necesariamente sabía lo que hacía, solo se limitaban a copiar e ilustrar. La gran mayoría de las personas no tenían acceso a estos primeros libros, ya que eran reservados para la nobleza. En estos textos se trataban temas religiosos en su mayoría.

Durante la transición del Imperio Romano a la Edad Media fue cuando se comenzó a estandarizar el diseño editorial. Las tipografías comenzaron a tener una forma y reglas a seguir, como las mayúsculas romanas, las cuales son cuadradas y rectas. Las letras unciales que constan de trazos curvos y la culminación de las letras semi unciales, que son las de caja baja o minúsculas. Al componer los libros, se trataba de imitar a los murales romanos y asemejarse a su estética. Por otra parte, gracias al uso del pergamino, se comenzó a utilizar la forma de *códex* en los libros, la cual se compone por los pliegos de pergamino doblados, cocidos y encuadernados. Esto permite escribir en ambos lados de las hojas y el mismo material permite un mayor uso y evolución de los pigmentos, ya que es más fácil que éstos se absorban con rapidez y la tinta no se corra. Técnicamente cualquier libro moderno es un *códex* o códice, pero este término se utiliza para los libros escritos a mano previos a la imprenta. (Kane, 2012, p. 18)

Por ejemplo, en México, podemos hablar del inicio del diseño editorial precisamente con los códices, los cuales eran escritos en pieles o en papel amate, elaborado a partir de la corteza del árbol con el mismo nombre. Este proceso ofrecía un tipo distinto de formato, ya que no se cocían

en forma de libro occidental, sino que se cocían en forma de acordeón. En ellos se trataban temas históricos, como *La Tira de la Peregrinación*, documento donde se cuenta el viaje y el asentamiento del pueblo mexicana, temas relacionados con la astronomía, temas religiosos y temas relacionados con la conquista.

Durante el reinado de Carlomagno, la escritura comenzó a deformarse de tal manera que era imposible leer los textos, por lo cual se impuso la regulación tipográfica Carolingia, que comenzó siendo una mezcla de la tipografía clásica y la celta. Se estandarizó la minúscula actual y se convirtió en la letra general del Imperio Occidental. Las cruzadas propiciaron la creación de los libros, biblias y evangelios sobretodo. Esta tendencia hizo que se universalizara el diseño de libros en toda Europa. Los libros comenzaron a dejar de ser un lujo al que solo la nobleza podía acceder y se comenzaron a acercar al pueblo. A diferencia de los copistas de la Edad Media, los escribas de esta época eran laicos, esto para aumentar la producción de los libros.



Escritura gótica²

El estilo gótico es eficiente por la forma de la tipografía. Para el siglo XV este es el estilo que domina toda Europa occidental. Este tipo de escritura genera una textura, el *texto tejido*, lo que pasaría a conocerse como la mancha tipográfica. Durante este periodo también comienzan a surgir las universidades, lo que significa una mayor demanda de libros. Al final de esta época, se da la

² <https://typographyandperception.weebly.com/uploads/2/4/9/5/24956529/1166763.jpg?385>

tendencia a la estilización y la abstracción de los textos, las cuales se consideran obras maestras del uso de pigmento. Aquí ya hay una mayor variedad de temas, entre los cuales se pueden encontrar obras religiosas, históricas, geográficas, astronómicas y astrológicas.

A partir de aquí era sólo cuestión de tiempo para que la manera de producir libros evolucionara, y esta evolución llegó con la invención de la imprenta de tipos móviles.

Fue en 1440 cuando se le atribuye la invención de la imprenta a Johannes Gutenberg, aunque hay que mencionar que en China, al menos desde el 200 d.c o antes, ya se imprimía sobre arcilla. Incluso, evolucionó tiempo después gracias al papel de arroz, que permitió diseñar el primer sistema de tipos móviles (Kane, 2012, p. 18). Esta imprenta de tipos móviles ganó popularidad en occidente, y junto con la invención del papel Fabriano, fabricado en la ciudad del mismo nombre, hizo que ya no hubiera marcha atrás en la producción editorial.

La obra maestra de Gutenberg fue la Biblia de 42 líneas. Utilizó la tipografía gótica, y aprovechando sus conocimientos de herrería y fundición, creó cada tipo y logró imprimir 180 unidades, una cantidad muy superior al tiraje común de ejemplares en esa época. Pese a todo, Gutenberg falleció en bancarrota, pero su legado se ha mantenido hasta nuestros días (Kane, 2012, p. 20).



Biblia de 42 líneas³

³ <https://ministerioreforma.com/2019/wp-content/uploads/2017/01/biblia-de-guttemberg.jpg>

Gracias a esto la producción editorial creció considerablemente, se comenzaron a imprimir estampas, gacetas, libros, los primeros periódicos, y barajas. La sociedad agraria ya tenía acceso a la información y las ciencias poco a poco comenzaron a quitarle terreno a la iglesia. La imprenta se volvió el elemento clave para dar el paso al Renacimiento.

No pasó mucho tiempo para que la imprenta se utilizara también como herramienta política. Por ejemplo, Lutero con su Reforma Protestante, encuentra en la imprenta la manera de expandir sus ideas y ganar adeptos. Por otra parte, se da el descubrimiento de América, lo que desemboca en más recursos para Europa y se da la consolidación del Imperio Católico Romano en España.

Poco a poco se empieza a definir y refinar la producción editorial. Los tipógrafos comienzan a hacer aparición, dejando sus tipografías como un legado que hoy en día es básico para la producción editorial. Tipógrafos como Garamond, Fourier, Caslon, Baskerville y Bodoni, todos ellos crearon sus tipos que han sobrevivido a la prueba del tiempo y sus familias tipográficas son estéticas, modernas y clásicas en el diseño.

Garamond
AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKk
LlMmNnÑñOoPpQqRrSsTt
UuVvWwXxYyZz
1234567890 “” , ; ¡ ! ¿ ? *

Garamond, tipografía creada en el siglo XVI⁴

Con la llegada de la Revolución Industrial, llega la imprenta rotativa. Esta funciona con vapor y se comienza a utilizar el papel en rollo, que complementa a la perfección a la rotativa. Aquí es cuando la gente deja el campo y se muda a la ciudad para trabajar en las fábricas. La automatización provoca cambios en el diseño y la producción editorial. Los avances tecnológicos

⁴ <https://i.pinimg.com/originals/bd/5b/f3/bd5bf35de49bfbad3bd75885b5f7e228.jpg>

mejoran el tiempo en el que se realizan los productos lo que genera un aumento en la cantidad final de producción. Finalmente se da el paso para que el diseño se profesionalice. Se crean nuevos mecanismos de publicidad, el contexto de la época considera que estos tiempos son dinámicos, por lo que se necesita evolucionar para estar acorde. Se crean nuevas tipografías que satisfagan esta imperante necesidad de comunicación y consumo.

Actualmente podemos hablar de la importancia de la industria editorial a nivel mundial, y del impacto social que ha generado. Los medios evolucionan y si bien, el diseño editorial se encuentra en un momento complejo debido a la popularización de los soportes electrónicos, el medio impreso se mantiene, y la manera de estructurar, ordenar y diseñar una obra editorial es la misma.

Las tres grandes estrellas del diseño editorial son el libro, la revista y el periódico. Los cuales, como cualquier otro producto editorial, cuentan con expresión y personalidad, independientemente de su contenido, precisamente para retener la atención de los lectores y lograr una comunicación exitosa. Es por eso que en esta tesina, abordaré estos tres tópicos desde su parte teórica - técnica y desarrollaré un producto para cada uno, poniendo en práctica las bases aprendidas y relacionando los contenidos con un tema específico.

Justificación

Esta tesina nace de la necesidad de investigar, crear y difundir proyectos editoriales de mi autoría. Desde mi egreso de la facultad de artes al día de hoy, me he dedicado a laborar en periódicos y editorial y me he dado cuenta del poder que tiene el medio para hacer llegar los mensajes a los lectores. Es por eso que surge el interés de generar mis propios proyectos utilizando el medio editorial para poder difundirlos.

Objetivo general

- Describir los procesos del diseño editorial de tres productos editoriales: revista, periódico y libro, mediante la profundización de las bases teóricas, temáticas y conceptuales, enriqueciendo los conocimientos teórico-prácticos para la planeación, estructuración y ejecución de proyectos de diseño editorial.

Objetivos particulares

- Justificar el diseño de tres productos editoriales: revista, periódico y libro.
- Fortalecer las competencias de la dirección de arte editorial para medios impresos y digitales en concordancia con las LGAC de la EDE, del Director y Codirector de tesina.

Cronograma

Año	2019	2020
Investigación	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Recolección de la información	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Desarrollo de la parte teórica	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Desarrollo de la parte práctica	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Desarrollo del Libro	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Desarrollo del Periódico	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Desarrollo de la Revista	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Conclusiones y producto final	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Panorama de la industria editorial en México

En México, la industria editorial se encuentra dividida en dos grandes vertientes: la cultural y la de entretenimiento. La cultural está dominada por la producción de libros de texto mientras que Editorial Televisa es la mayor editorial que genera contenidos de entretenimiento en este país. (Aranda Barrera, 2009).

Las prácticas editoriales están ligadas a los procesos de globalización económica, política y cultural, por lo tanto, situarse en el contexto socio económico de México es clave para entender cómo funciona la industria editorial en este país.

En general, en Latinoamérica, más del 40% de la población está privada de trabajos estables y seguridades mínimas. Esto en México no es diferente. Los principales problemas a los que nos enfrentamos los mexicanos están relacionados con la seguridad, la vivienda, el empleo y la alimentación. Las necesidades educativas y culturales están hasta el final de las prioridades⁵. Gracias a esto, en México reina la baja producción editorial y el escaso consumo en relación con la cantidad de habitantes.

El Estado, bajo la Secretaría de Educación Pública (SEP) es el que se encarga de distribuir gratuitamente los libros de texto, por lo tanto, esto le resta un importante mercado a la industria privada. Por otra parte, dentro de las prácticas de las empresas trasnacionales se encuentra la compra y monopolización de pequeñas editoriales, provocando que las editoriales que quedan en el mercado, estén pasando por un arduo proceso para permanecer en el mercado.

Así que por un lado, tenemos a las editoriales independientes y por el otro a las organizaciones que monopolizan el mercado del entretenimiento. En teoría, estas dos opciones deberían ir de la mano para generar un beneficio en la sociedad, pero las editoriales independientes, al tener una gran responsabilidad cultural, cuentan con poca promoción y comercialización, lo que hace que

⁵ Aranda Barrera, A. (2009, 9 junio). El contexto socioeconómico de la Industria Editorial Mexicana.. Recuperado 25 noviembre, 2019, de <https://paprakaz.wordpress.com/2009/06/09/el-contexto-socioeconomico-de-la-industria-editorial-mexicana/>

la producción no esté a la altura de, por ejemplo, la cantidad de productos que generan las empresas dedicadas al entretenimiento. Esto podría solucionarse si las editoriales independientes promovieran más sus productos, logrando ampliar su participación en el mercado. También deben encontrar el equilibrio entre la producción física, libros impresos, y las entregas digitales. Además de independientes y con poco dinero, la mayoría de estas editoriales tienen un pensamiento muy viejo sobre cómo debe funcionar una editorial y cómo piensa el público que los consume.

Por otro lado, competir con la industria del entretenimiento es difícil. Actualmente se mantiene un estilo de vida globalizado y los modelos de consumo capitalistas impuestos por los medios masivos de información nos generan una necesidad de consumo que no es indispensable.

La mejor manera de combatir esto es que México incremente su producción y consumo de productos editoriales. Se debe aumentar el número de lectores para así incrementar el nivel cultural del país. Como diseñadora editorial estoy consciente que este nivel de iniciativa le compete a otras áreas, así que la pregunta es ¿Qué tanto podemos hacer los diseñadores editoriales ante esta situación? ¿Cómo podemos mejorarla desde nuestras trincheras? ¿De qué manera podemos utilizar nuestros conocimientos para crear conciencia en los lectores?

Me atrevo a sugerir que podemos aprovecharnos de las nuevas tecnologías y utilizarlas como medio de difusión. También podemos utilizar el diseño para fomentar la lectura, ocupando las herramientas de las que disponemos y utilizando las bases y reglas del diseño editorial para lograr composiciones armoniosas que inviten a los lectores a sumergirse en la lectura y fomentar un hábito, tratando de mejorar la situación en la que nos encontramos como país.

De esta manera, a continuación presento una guía teórica sobre el diseño editorial y más adelante, la conceptualización, organización, y creación de tres productos editoriales que pretendo que ayuden a fomentar el hábito de la lectura y logren contribuir en la formación de nuevos lectores.

Introducción al diseño

¿Qué es el diseño editorial? Partiendo de esta pregunta un tanto básica y general, podemos llegar a las siguientes conclusiones:

El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se enfoca al diseño y la composición, diagramación y producción de publicaciones como revistas, periódicos, libros, fanzines y catálogos. También, como indican Caldwell y Zapatterra (2014), el diseño editorial es una forma de periodismo visual, ya que es lo que más lo distingue de las demás ramas del diseño. A su vez, una publicación editorial busca que sus lectores sean informados, entretenidos, instruidos; que se les comunique información, se les eduquen o una combinación de todo lo anterior. De igual manera, como comenta Vince Frost, Director de arte de la revista *Zambia*:

El diseño editorial es el diseño de publicaciones periódicas: revistas impresas que salen a la venta en más de una ocasión y que por lo general, tienen una apariencia y transmiten unas sensaciones y características únicas. (Caldwell & Zappaterra, 2014, p. 8)

Hay que recordar que la aspiración final de todas las publicaciones es comunicar una idea o contar una historia mediante la organización y presentación de las palabras e imágenes que la componen y esto se logra gracias al diseño editorial. Derek Birdsall, autor de *Notes on Book Design* (Yale University Press, 2004), define el oficio del diseñador editorial como: cualquiera que realiza "la colocación decente de las letras y la disposición inteligente del texto y las imágenes basadas en un riguroso estudio del contenido".

¿Qué cualidades debe tener un diseñador editorial? Un diseñador editorial tiene que involucrarse tanto como el director en el contenido de una revista, ya que su diseño es, incuestionablemente, una extensión de su edición. Asimismo, si los diseñadores editoriales deben "convertirse" en editores, también pueden invertirse los términos y decir que los editores deberían "convertirse" en diseñadores editoriales, ambos deberían comprender la actitud, la misión y las distintas áreas

de experiencia del otro para construir la confianza mutua que es básica para crear una publicación de primera clase. (Caldwell y Zappaterra, 2014, p.17)

Producción editorial

Este es un proceso que va desde la creación de la obra por parte del autor, hasta el consumo por parte del lector. En Íñigo y Makhoulf (2014) se nos describen de la siguiente manera:

1. Autor: quien escribe, compila y crea la obra que requiere ser transmitida.
2. Editor: dirige el proceso de la producción de la obra.
3. Diseñador: es quién elabora la forma gráfica que adoptará la obra.
4. Corrector: revisa el original según las normas editoriales: ortográfica y gramaticalmente.
5. Prepensista: da salida a los archivos para su impresión en offset.
6. Impresor: reproduce en papel lo que el prepensista ha enviado.
7. Encuadernador: termina el proceso de producción, encuadernando y refinando los cortes.
8. Distribuidor: comercia con los productos y los distribuye.
9. Librero: vende los productos editoriales.
10. Lector: lee y recomienda la lectura, completando el ciclo.

Géneros de impresos y publicaciones

Hay dos géneros de impresos y publicaciones, los cuales se pueden dividir en:

- Publicitarios: volante, folleto, cartel y espectacular.
- Publicaciones: periódico, revista y libro, de los cuales se hablará más adelante.

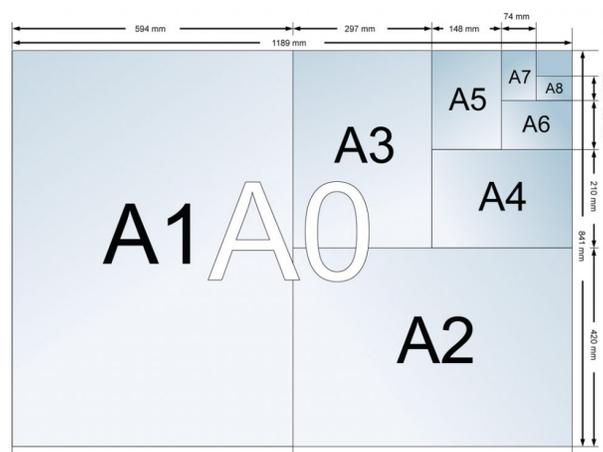
Soportes para impresión

Dependiendo del tipo de trabajo de impresión es el papel que se va a utilizar, por eso es necesario conocer los procesos y los sistemas de impresión.

Los papeles se dividen de acuerdo a su gramaje⁶:

- 20 - 35 gr.: papel ultra fino y opaco, comúnmente conocido como papel biblia, ya que se utiliza para la elaboración de libros muy gruesos, tales como diccionarios y biblias.
- 40 - 60 gr.: papel fino que se utiliza principalmente para la impresión de periódicos.
- 80 - 100 gr.: el papel común que tenemos en casa.
- 90 - 170 gr.: se utiliza en folletos, carteles, trípticos, etc. El papel comienza a ser un poco más grueso, pero aún es muy maleable.
- 200 - 250 gr.: estos papeles ya pueden considerarse cartulinas. Principalmente se utilizan para flyers o tapas de revistas.
- 250 - 350 gr.: cartulina gruesa que se utiliza para tarjetas, postales, etc.
- 350 - 450 gr.: cartulina más gruesa que se podría considerar cartón. Se usa para las cubiertas de los libros y algunas revistas.

La mayor parte del material impreso se adapta a los formatos de papel DIN, siglas en alemán para *Deutsches Institut für Normung*, los cuales son los formatos de medidas más comunes de papel en muchos países.



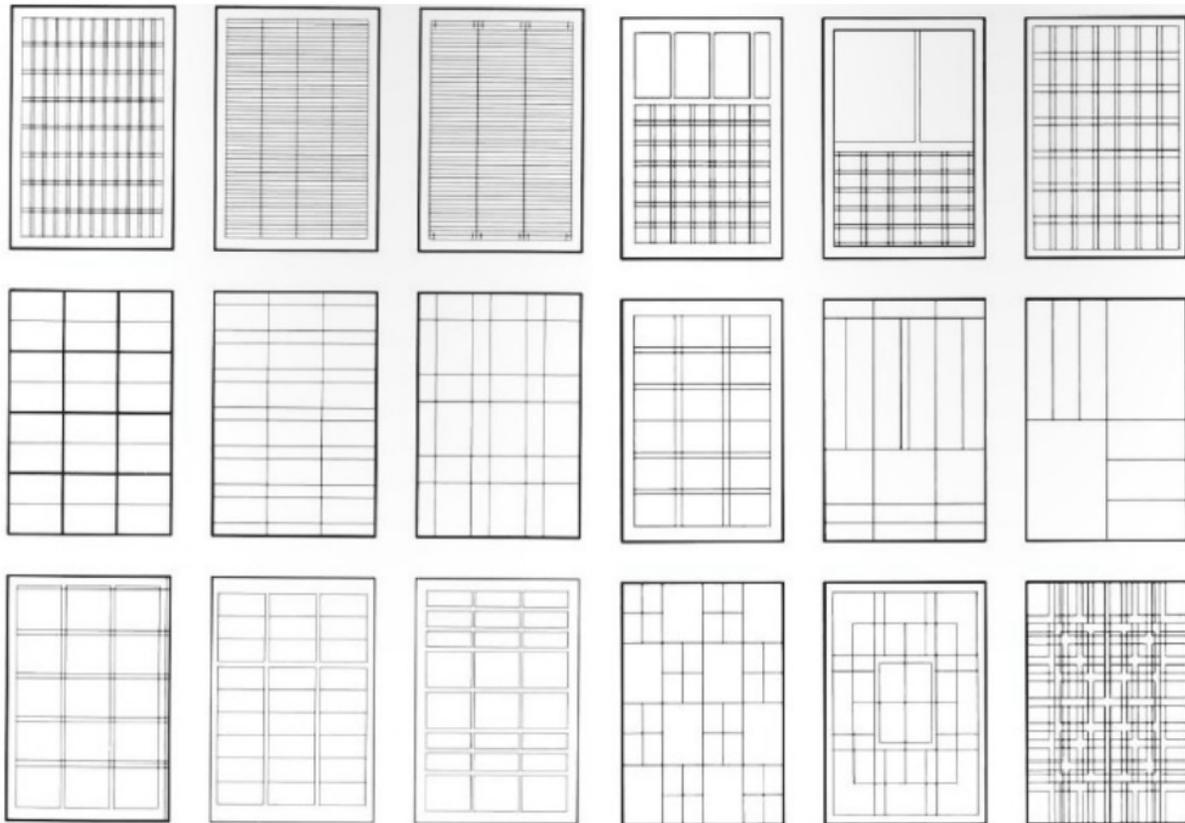
Formatos DIN⁷

⁶ R. Flomesta, B. (s.f.). ¿Conoces los tipos de papel para impresión más comunes? Recuperado 28 noviembre, 2019, de <https://beatrizxe.com/es/blog/tipos-papel-impresion-mas-comunes.html>

⁷ <http://bramona.com/blog/wp-content/uploads/2017/06/formatos-DIN.jpg>

Maquetación

La maquetación o diagramación, es la forma de ocupar el espacio de una página. Los diseñadores deben lograr disponer de todos los elementos (texto e imágenes) y conseguir un equilibrio estético. Lo primero que debe hacerse, es definir el formato del documento: tamaño y orientación. Una vez elegido esto, el primer paso es definir la retícula sobre la que se va a trabajar. La retícula es un conjunto de líneas “invisibles” verticales y horizontales que sirven como guías al momento de diseñar. Las retículas imponen orden, uniformidad y coherencia en los diseños al guiar la jerarquización de los elementos y conseguir un equilibrio en la composición total del diseño.



Distintos tipos de retículas⁸

⁸ <https://yumaidesign.files.wordpress.com/2014/06/t7b.jpg>

Tipografía

La tipografía es el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa; transmite con cierta habilidad, elegancia y eficacia las palabras y funciona en varios niveles: estético, psicológico y pedagógico (Íñigo y Makhoulf, 2014, p. 75).

Las tipografías se clasifican en: tipografías con patines o serif, sin patines o palo seco / san serif y decorativas. Hay una gran variedad de tipografías y la elección del tipo de letra puede afectar a cómo se entiende un texto.

Una tipografía puede transmitir rigor mientras que otra es más adecuada para mensajes divertidos, por ejemplo.

I am sans.

I am serif.

Diferencias visuales entre la tipografía sans y serif⁹

Cada fuente tipográfica tiene su familia tipográfica, donde las letras varían en peso e intención, ofreciendo diferentes opciones del mismo tipo de letra. Por ejemplo:

Helvetica Neue 25 Ultra Light
Helvetica Neue 35 Thin
Helvetica Neue 45 Light
Helvetica Neue 55 Roman
Helvetica Neue 65 Medium
Helvetica Neue 75 Bold
Helvetica Neue 85 Heavy
Helvetica Neue 95 Black

La fuente tipográfica es Helvetica Neue, pero también tenemos las diferentes opciones que ofrece la familia tipográfica completa.

⁹ <https://www.sjo.com/wp-content/uploads/2015/12/sansserif.png>

Preprensa

La preprensa, como se explica en Íñigo y Makhlouf (2014), es el término que se utiliza en los procesos que ocurren antes de la impresión, para obtener el resultado esperado en la impresión. Este proceso se compone de las siguientes áreas (Íñigo y Makhlouf, 2014, p. 97): composición de textos, compaginación, selección de color, formación, ensamble de textos e imágenes y por último, el quemado de las placas para la impresión.

Es muy importante conocer las características del producto editorial final, desde antes de comenzar a diseñar, para poder tener una preprensa exitosa. Hay que tener en cuenta desde la concepción del producto editorial, el tipo de papel en el que se va a imprimir, las medidas finales, el tipo de impresión, las tintas y los acabados finales, para que el resultado sea el esperado y el producto editorial luzca de manera correcta.

Tratamiento de las imágenes

Se debe de tener las imágenes que se van a imprimir en la resolución adecuada para que la impresión sea óptima y las imágenes no se vean “tronadas” o “reventadas”. Simplificando, la resolución es la cantidad de píxeles que hay por unidad de longitud (Íñigo y Makhlouf, 2014, p. 100). Se indica en píxeles por pulgada (ppp) o en dots per inch (dpi). Un píxel es un punto de color. Entre más píxeles tenga una imagen, más detallada será.

Dependiendo del sistema de impresión, la resolución de las imágenes puede variar, pero lo más común sería:

- Offset: 300 dpi
- Digital gran formato: de 72 a 150 dpi
- Digital pequeño formato: de 200 a 300 dpi
- Rotativa: 150 dpi

Es importante recordar que, si se trabaja con menor resolución de la que se requiere, las imágenes se verán pixeladas, o sea “tronadas” como se mencionó anteriormente. Y si se trabaja con mayor resolución de la que se requiere, los archivos se vuelven innecesariamente pesados. Es por eso que se hace énfasis en conocer el medio y el fin del producto editorial para no tener estos problemas y que además, no retrasen el proceso de diseño o los tiempos de entrega.

Color

Hay dos maneras de leer los espacios de color:

RGB	CMYK
Este espacio de color está relacionado con las pantallas. Se compone de los colores Red, Green y Blue, rojo, verde y azul respectivamente.	Este espacio de color está relacionado con la impresión. Involucra más colores: Cian, Magenta, Yellow (amarillo) y K (negro).



Espacios de color RGB y CMYK (cuatricromía)¹⁰

Si el producto editorial tiene como fin una distribución digital, se deberá trabajar en el espacio de color RGB, y si es impreso, el espacio CMYK es el indicado. También hay que tener en cuenta que realizar cambios entre espacios de color puede generar alguna descompensación y el resultado impreso puede ser totalmente diferente al que se ve en la pantalla. Por eso se insiste en conocer las características y necesidades del proyecto a trabajar, para su óptima realización.

¹⁰ <https://www.cevagraf.coop/blog/explicacion-colores-rgb-cmyk-pantone/>

Impresión

La impresión es el proceso de la reproducción de textos e imágenes realizados en una imprenta, principalmente con tinta sobre papel y a través de una prensa mecánica (Íñigo y Makhoulf, 2014, p. 113). Existen varios sistemas de impresión, con los cuales se puede obtener resultados muy variados y dependiendo de sus características, se puede también adaptar el diseño para sacarle a la impresión el mayor provecho posible. De igual manera, se deben conocer los distintos tipos de impresión y tener en cuenta los resultados que queremos para nuestros productos editoriales: tener en claro el tiraje, las tintas y el soporte. A continuación se mostrarán brevemente algunos sistemas de impresión como se indica en Íñigo y Makhoulf (2014).

Sistemas de impresión

- **Offset:** es el sistema de impresión más usado en la actualidad para generar grandes tirajes de libros, periódicos y revistas. Consiste en la aplicación de la tinta sobre una placa metálica, para después pasar por un caucho y de este, al soporte final. Como se explicó anteriormente, las placas utilizan la cuatricromía CMYK, por lo que hay 4 placas, una por cada color, por eso la importancia de darle salida a los archivos con el espacio de color correcto para impresión. Una vez que la placa está montada en la impresora, por un lado recibe la tinta y por el otro lado recibe agua, esto debido a que este tipo de impresión se basa en el principio de la repulsión agua-aceite (Íñigo y Makhoulf, 2014, p. 114). La impresión así es como pasa de la placa al rodillo de caucho y este transfiere la impresión final al sustrato. Las ventajas de este tipo de impresión es que la reproducción de la imagen en el sustrato es exacta, se pueden utilizar todo tipo de papeles y es económica si hablamos de grandes tirajes. También permite controlar los colores y utilizar tintas especiales y/o barnices.
- **Digital:** este tipo de impresión consiste en la aplicación directa de la tinta al sustrato. Puede ser por medio de la impresión láser, impresión por inyección de tinta, etc. Se manda a imprimir desde la computadora, sin importar si es texto o imagen y a diferencia del offset, no necesita de

placas, solamente de la máquina impresora. Este tipo de impresiones funcionan bien en el medio editorial cuando el tiraje es pequeño, cuando el tiraje es elevado, los costos se incrementan y sería mejor pensar en la impresión offset. También se utiliza este tipo de impresión para gran formato, en anuncios publicitarios, por ejemplo.

- Rotativa: la impresión rotativa, o también conocida como prensa rotativa, consiste en que lo que se va a imprimir, se curva sobre un cilindro por medio de técnicas digitales. La impresión es continua, ya que el sustrato se utiliza en forma de bobina (un gran rollo de papel) y la velocidad de la impresión es alta. Cada cilindro se compone de la cuatricromía anteriormente explicada (CMYK) y plasma de manera simultánea el frente y el reverso del sustrato. Es muy común que este sistema de impresión se destine a la impresión de periódicos. Para tirajes cortos es inapropiado utilizar la rotativa, ya que los costos serían demasiado elevados, al poner en marcha las máquinas y esperar a que se calibren los colores, debido a la velocidad de impresión, el desperdicio de papel sería demasiado.

Encuadernación

La encuadernación es la acción de coser o pegar varios pliegos o cuadernillos y ponerles cubiertas (Íñigo y Makhlof, 2014, p. 119). La finalidad de la encuadernación se puede resumir en: conservación del producto, fácil manejo y presentación comercial.

Tipos de encuadernación

- Rústica: también conocida como encuadernación de tapa blanda. El libro (cosido o pegado) se forra con una cubierta de papel de mayor gramaje. Es una encuadernación económica, por lo que las ediciones baratas se encuadernan de esta forma.
- Cartoné: también conocida como encuadernación de tapa dura. Similar a la encuadernación rústica, sólo que el forro es de cartón y va pegado al lomo. Las guardas interiores pueden ser de papel o de tela.

- Piel: los forros del libro son de piel animal, ya sea de vacuna o de cabra. Las técnicas actuales de curtiduría permiten obtener pieles con mejor calidad lo que se traduce a un resultado agradable al tacto y a la vista.
- A caballo: los pliegos del libro se abren por la mitad y se van acomodando uno detrás del otro, para ser engrapados por el lomo. La cantidad de hojas está limitada al alcance de las grapas, por lo que no son demasiado extensos. Otorga rapidez en el plegado y por sus características es una encuadernación barata.
- *Hot melt*: consiste en unir los pliegos del libro con la aplicación de pegamento, que a alta temperatura se vuelve líquido. Este tipo de encuadernación otorga mayor flexibilidad con las hojas y al mismo tiempo, es más resistente y duradero.
- Espiral: se trata de perforar las hojas con una máquina específica, para proceder a insertar la espiral de alambre o plástico por los orificios. Es una encuadernación muy barata y se puede encontrar en cuadernos y manuales de uso rudo.



HOTMELT



CORCHETES
AL LOMO



ANILLADO



COSTURA HILO
TAPA DURA



COSTURA HILO
TAPA DURA CON
SOBRECUBIERTA

Ejemplos de los distintos tipos de encuadernación¹¹

¹¹ <https://edicionesondemand.cl/tutorial/tipos-de-encuadernacion/>

Proyectos editoriales: Papalote

En conjunción con esta tesina, se realizaron tres productos editoriales que mas adelante serán descritos a profundidad: un libro, una revista y un periódico. Aunque todo queda en calidad ficticia - de muestra para un posible proyecto a futuro- elegí como “cliente” al Papalote Museo del Niño para que los tres proyectos editoriales tengan el mismo estilo pero con distintos enfoques. Los diseñadores editoriales debemos ajustarnos al estilo del cliente con el que trabajaremos, por lo tanto, estos productos están ajustados bajo el estilo, pautas, reglas y jerarquías que maneja el museo.

Papalote Museo del Niño es un museo interactivo cuya tarea es propiciar el aprendizaje significativo a través de experiencias que acercan al niño a comprender el mundo que le rodea por medio de herramientas que le permiten experimentar, participar, conocer, explicar, sentir y cuestionar su entorno¹². Debido a esto, decidí dividir los proyectos por tipo de usuario:

- Libro: dirigido a los niños que visitan el museo, éstos libros contienen información e ilustraciones y tratarán de manera general la exposición temporal expuesta en el museo, el formato del libro invita a los niños a que se lo lleven a casa y sigan informándose sobre lo que vieron, ya sea por su cuenta propia o con el apoyo de sus padres. En este caso en particular, la exposición ficticia trata sobre el medio ambiente y la contaminación, así que los contenidos de esta pieza tratan sobre eso.
- Periódico: éste producto está dirigido a los padres que llevan a sus hijos al museo. Maneja datos relacionados con el museo: sus exposiciones, información en general, anuncios, etcétera. Consta de 8 páginas y es tamaño tabloide. Se espera que cada ejemplar sea entregado a los padres al entrar al museo y éstos decidirán si leerlo durante su visita o llevarlo a casa.

¹² <https://papalote.org.mx/papalotemuseo/quienessomos.html>

- Revista: ésta propuesta es un rediseño de los informes internos de la empresa. Está dirigida a los trabajadores de la empresa y del museo. Maneja información muy específica y datos duros del museo. Su frecuencia de publicación sería cuatrimestral.

El lema que Papalote maneja es: Toco, juego y aprendo. Basándome en esta idea, cada proyecto fue nombrado con una sola palabra, un verbo:

- Descubre para el libro: dirigido a los niños, *Descubre* les habla personalmente a que se sumerjan de lleno a la lectura, a que descubran que hay dentro del libro y a querer saber más sobre todo lo que vieron dentro del museo.
- Infórmate para el periódico: hablando directamente a los padres, para que éstos tengan un poco más de información sobre el museo pero ya en un medio impreso y no se quede solo en la ambigüedad de haber acompañado a sus hijos al museo.
- Conecta para la revista: como el nombre lo indica, *conecta* todos los puntos informativos sobre el desempeño de la empresa y los transmite en el producto editorial para informar a sus lectores de manera fácil y con un diseño didáctico, a tono con la esencia del museo.

A continuación se hablará a profundidad sobre cada proyecto.

Capítulo 1: Periódico

Se le conoce como prensa escrita al conjunto de publicaciones que se diferencian por la periodicidad de su publicación. En términos generales estamos hablando de los periódicos. De acuerdo con la frecuencia de su publicación, las ediciones pueden ser diarias, semanales, quincenales, mensuales o anuales.

La función de los periódicos consiste en presentar las noticias más relevantes. Cada periódico tiene una organización similar, en donde podemos encontrar posturas políticas, anuncios oficiales, diferentes tipos de información como deportiva, de espectáculos, de finanzas, etc, críticas, artículos, columnas de opinión, chistes, tiras cómicas, esquelas, opiniones y más.

De acuerdo a sus contenidos, los periódicos pueden ser de información general, los cuales engloban la mayoría de los temas del párrafo anterior, o también pueden ser periódicos especializados, donde tratan temas específicos, como las publicaciones científicas, las deportivas de entretenimiento o educativas.

Tanto el contenido como el diseño del periódico cambia a diario. Bhaskaran (2006), establece que día a día se mantiene una coherencia general que ayuda a conservar su identidad hasta el punto en que una mirada rápida nos permite identificar al instante cualquier publicación, lo cual es un arma de doble filo, porque mantiene al grupo de interés pero al mismo tiempo aleja a lectores potenciales.

Los periódicos se enfrentan a dos problemas editoriales:

1. La necesidad de contar siempre con información y opiniones confiables, originales y frescas, para formar y conservar un público.
2. La responsabilidad política que se esconde tras cada decisión editorial, como qué cosas publicar, con qué enfoque, quién puede sentirse apoyado o atacado debido a, etc.

A todo esto, hay que sumarle la fuerte competencia que los periódicos impresos tienen con los medios digitales. Hoy en día cuando ocurre un evento, en cuestión de horas, y en algunos casos, minutos, podemos enterarnos con lujo de detalle qué fue lo que pasó y exactamente en dónde gracias a las redes sociales. Este tipo de inmediatez no la poseen los periódicos impresos. Es por eso que éstos tienen que valerse de otras estrategias para captar a los lectores, como fotografías que no se vieron el día anterior, investigaciones detalladas sobre el suceso e incluso otro enfoque de la misma noticia. García (Citado en Caldwell & Zappaterra, 2014, p. 45) dice “la vieja definición era: noticia es aquello que averiguo hoy y que ayer no sabía. Hoy [...] noticia es lo que entendido hoy pero averigüé ayer [...] se trata de redefinir las noticias, de ofrecer sorpresas y no solo una confirmación de algo que ya se sabe”.

Otro de los puntos a tener en cuenta para la formación de los periódicos es la publicidad. Sin ésta, la prensa no sería viable, ya que es su principal fuente de financiación. Los periódicos ofrecen credibilidad y exposición para los anunciantes, que gracias a la misma naturaleza del periódico, permite una amplia exposición en el público.

Hay tres tipos de publicidad en los periódicos¹³:

1. Publicidad gratuita: son anuncios que se colocan sin ningún costo. Sin embargo, no todos los periódicos cuentan con este servicio.
2. Publicidad pagada: son los anuncios que el periódico le ofrece tanto a personas como a empresas. Estos anuncios tienen distintos costos, dependiendo del tamaño y la ubicación en donde se quieran colocar.
3. Publicidad gubernamental: los periódicos crean alianzas con instituciones gubernamentales con el fin de publicar la publicidad de dichas dependencias. Pueden ser boletines, comunicados o anuncios oficiales.

¹³ Tipos de publicidad en periódicos. (s.f.). Recuperado 28 noviembre, 2019, de <http://www.todomktblog.com/2013/04/tipos-de-publicidad-en-periodicos.html>

Ahora, para explicar el funcionamiento del periódico, es necesario conocer cómo está organizado. De no existir criterios de estructuración, la lectura de los periódicos sería caótica. Como establece *La prensa, un recurso para el aula* (Autor Desconocido, 2012), partimos con las secciones.

Secciones

Las secciones son bloques en los que está distribuida la información. Cada periódico organiza y da nombre a las distintas secciones, que al final, facilitan la localización de las noticias dentro del periódico. Por lo general, las secciones están establecidas de la siguiente manera:

- Nacional
- Internacional
- Espectáculos
- Deportes
- Cultura
- Sociales
- Financiera
- Avisos

El número de páginas de cada sección así como ubicación, dependen exclusivamente de la organización de cada periódico.

La portada

Para elegir la información más relevante que debe aparecer en la portada se organiza una junta con todos los responsables de las distintas secciones del periódico. Estas notas se utilizan como escaparate, invitando a leer el interior, donde se desarrolla la noticia completa.

La portada debe resultar familiar para sus lectores habituales y al mismo tiempo, ser lo suficientemente distinta de la del número anterior. También debe seducir a los nuevos lectores, utilizando la capacidad provocativa para lograr que se aventuren en el interior y debe expresar el carácter y tono editorial de la publicación. La fuerza de la portada debe atraer a usuarios singulares diario, mes con mes. (Caldwell & Zappaterra, 2014, p. 44).

Contenidos y estructura

The diagram illustrates the components of a newspaper front page. Labels on the left include: 'La fecha' (pointing to the date), 'El nombre del periódico' (pointing to the masthead), 'El precio' (pointing to the price tag), 'El número del ejemplar' (pointing to the issue number), 'Los años que lleva publicándose' (pointing to the publication year), 'Otros componentes que pueden aparecer' (pointing to the index and credits), 'El logotipo que lo identifica' (pointing to the newspaper logo), 'El lema que caracteriza' (pointing to the slogan), 'El índice' (pointing to the index), 'Publicidad' (pointing to the index), and 'Los créditos' (pointing to the credits). Labels on the right include: 'El nombre del periódico' (pointing to the masthead), 'El número del ejemplar' (pointing to the issue number), 'Los años que lleva publicándose' (pointing to the publication year), 'Fotografías que ilustran la noticia' (pointing to the main headline's images), and 'Cabeza principal, nota principal del día que ocupa la mayor parte del espacio' (pointing to the main headline).

El nombre del periódico

El precio

La fecha

El número del ejemplar

Los años que lleva publicándose

Otros componentes que pueden aparecer

El logotipo que lo identifica

El lema que caracteriza

El índice

Publicidad

Los créditos

Fotografías que ilustran la noticia

Cabeza principal, nota principal del día que ocupa la mayor parte del espacio

Ejemplo de portada del Heraldo de México donde se aprecian todos los componentes¹⁴

¹⁴ https://image.isu.pub/191031095656-ec1565bca445e842f58cd3d2622c523c/jpg/page_1.jpg

Toda la información que contenga el periódico debe estar organizada de manera que facilite la lectura. Cada sección del periódico cuenta con sus propios redactores y diseñadores, que diariamente se encargan de elaborar las páginas de su sección correspondiente.

Dentro de cada sección, las noticias tienen su jerarquía. La nota más relevante es con la que se abre y el resto de notas componen el cuerpo de la sección. La cantidad de noticias mostradas en cada página y las noticias más relevantes del día, dependen de la retícula que utilice el diario.

Formato

Como se explica en Caldwell y Zappaterra (2014, p.28), la mayoría de los formatos que se publican son:

- Sábana (broadsheet): 56 x 43.2 cm aprox.
- Berlinés: 47 x 31.5 cm aprox.
- Tabloide (compacto): 28 x 43 cm aprox.

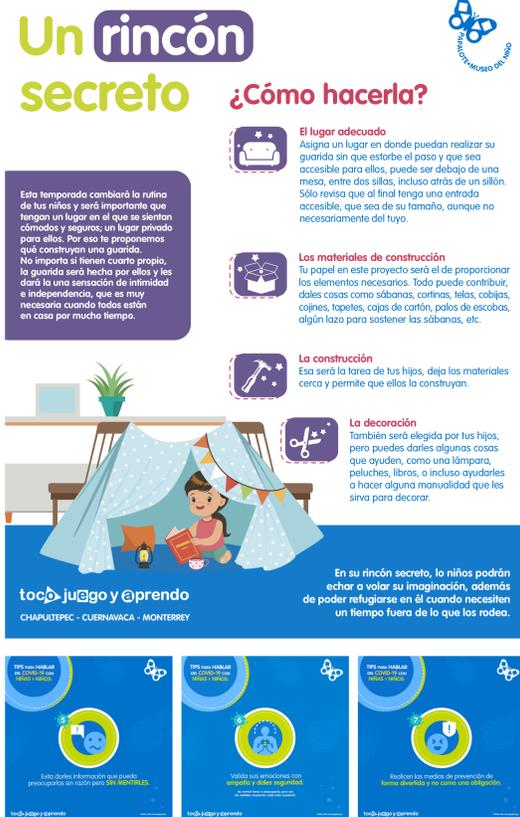
La impresión es sobre papel periódico. Este tiene que ser un papel absorbente, ya que la alta velocidad con la que se imprime y las tintas utilizadas secan por absorción. Este tipo de papel es económico y poco duradero, pensando en la rapidez del periódico en sí, que es un producto que se imprime, se compra, se lee y se desecha. También se puede utilizar el papel para limpiar o envolver objetos, otorgando al periódico una segunda vida como producto reusable y reciclable.

Estilo editorial

Al trabajar un periódico, es necesario establecer los estilos con los que éste se va a identificar. En los estilos se debe definir la tipografía, el color, los gráficos y el uso de imágenes, esto para generar plantillas que, debido a los cortos tiempos de producción, se puedan utilizar para crear distintas combinaciones y ofrecer respuesta a las demandas editoriales.

Infórmate

El periódico *Infórmate* surge de la idea de acompañar durante y después de la visita al museo a los padres que acuden junto con sus hijos. Es un periódico de 8 páginas con una diagramación amigable a la lectura, que junto con sus contenidos (exposiciones que ofrece el museo, información en general, anuncios, etcétera.) lo vuelve ligero de digerir. Se espera que cada ejemplar sea entregado a los padres al momento de entrar al museo y que ellos decidan si leerlo dentro de las instalaciones, en lo que los niños se divierten o en los ratos de descanso de la visita, o llevarlo a casa para continuar con la lectura. *Infórmate* le habla directo a los padres. Les invita a saber más sobre el museo y lo que éste ofrece. Este periódico es diseñado para la sede Cuernavaca.



Ejemplos de portada y contraportada

Formato

El periódico es tamaño tabloide, sus medidas son: 28 x 43 cm. Este formato lo provee de ciertas ventajas frente a un periódico convencional (que sus medidas son 38 x 58 cm), las cuales son:

- Practicidad y comodidad para los lectores: ideal para transportarlo durante la visita al museo o para llevarlo a casa.
- Menos tiempo de lectura.
- Prioridad para las imágenes: por lo general, este formato de periódicos viene acompañado de imágenes grandes, lo que hace que la información sea más visual que textual, a diferencia de los periódicos convencionales.
- Facilita su impresión y gestión: este formato ayuda a evitar el desperdicio de papel y hace más fácil la distribución y entrega de las impresiones.



Ejemplo de lectura

Con esto a su favor, éste formato es el ideal para el propósito de este proyecto, ya que el formato tabloide le otorga de un aspecto moderno, acorde a estos tiempos donde se premia la comodidad en el uso de nuestro tiempo.

Diagramación y retícula

Como ya fue mencionado anteriormente, la diagramación es la manera de ocupar el espacio de una página. Se debe de lograr la disposición de los elementos que se utilizarán al momento de diseñar y conseguir un equilibrio estético. Esto se logra gracias a la retícula y la jerarquización de los elementos.

Infórmate está concebido dentro de una retícula de 5 columnas, lo que en diseño se convierte en dos columnas efectivas de texto y una columna falsa, donde se pueden incluir notas, numeralias o fotografías complementarias a la noticia.

4

Resp. Social

Martes 2 de junio de 2020
Cuernavaca, Morelos

Compromisos y responsabilidades

Papalote Museo del Niño tiene el compromiso de hacer la ciencia y la tecnología accesible a toda la población mexicana. Conoce los programas de compromiso social que manejamos.

Principios que promueven los programas:

- Resolución pacífica de conflictos
- Derechos Humanos
- Tolerancia
- Inclusión
- Ciudadanía
- Resiliencia

Par: Redacción

Como parte de su compromiso con la infancia, Papalote Museo del Niño Cuernavaca, cuenta con dos programas de responsabilidad social, patrocinados por Costco México: PAPANOTE para TODOS y PAPANOTE y tu colonia.

30mil
Niños y niñas del estado de Morelos disfrutan de estas oportunidades

PAPANOTE para todos que anualmente 30,000 niños y niñas de escasos recursos del Estado de Morelos tienen la oportunidad de visitar gratuitamente el Museo.

¿QUÉ ES PAPANOTE Y TU COLONIA?

Es un Programa de talleres culturales gratuitos con un enfoque de cultura de paz para ser impartidos en Papalote Museo del Niño Cuernavaca a niños y niñas de entre 4 y 13 años que viven en colonias con altos índices de marginalidad, violencia y pobreza. El proceso creativo a lo largo del taller se concreta en una obra final que expresa ideas y emociones cercanas a los niños.

¿CUÁLES SON SUS ORIGENES?

Fue un proyecto piloto que inició en el año 2014. Comenzó dirigido a los niños de colonias vecinas y/o colonias con altos índices de marginalidad y violencia.

Se fundamentó en el diagnóstico del Programa Nacional para la Prevención de la Violencia y Delincuencia PRONAPRED (detectaba polígonos de riesgo en el municipio de Cuernavaca).

Niños y niñas disfrutando de las instalaciones

Estos programas brindan la oportunidad de seguir difundiendo la ciencia y la curiosidad.

Este uso de la retícula permite jerarquizar la información, dándole orden a las notas, partiendo por la importancia de las fotografías principales, la cabeza de la nota, la información, fotografías secundarias y extras, en este caso: puntos relacionados con la nota principal y numeralias, que ayudan a ilustrar la nota y darle un extra, dentro del diseño y la disposición de los elementos.

En conjunto, todo esto permite tener una lectura agradable al mantener el orden de los elementos con los que la nota cuenta y visualmente se mantiene ordenado lo que hace que la lectura no sea cansada para los usuarios.

Tipografía

Papalote Museo del Niño utiliza de manera general la tipografía VAG Rounded. Ésta tipografía fue creada en 1979 como un nuevo tipo de letra corporativa para Volkswagen AG¹⁵. Su cuerpo es redondeado, lo que le otorga al diseño una apariencia amigable y accesible. De igual manera, hay algunas alternativas con las que se puede sustituir esta tipografía, las cuales son: Sans Rounded y Volkswagen Serial, donde su apariencia es bastante similar. En este caso en particular, este producto utiliza la tipografía Volkswagen Serial para los titulares y elementos que más resaltan en el diseño, mientras que para el cuerpo de las notas, se utilizó la tipografía Century Gothic. Esto se decidió porque si bien, la tipografía oficial es VAG Rounded / Volkswagen Serial, su cuerpo redondeado genera poco a poco fatiga visual al leer gran cantidad de texto. Similar a la tipografía insignia de Papalote, Century Gothic consta de un cuerpo redondeado pero más estilizado que VAG Rounded, lo que logra un aspecto juguetón y deliberado, que al final encaja con el concepto de Papalote. Por otra parte, Century Gothic es una tipografía grande y espaciosa, lo que facilita la lectura.

Un punto a considerar es que Century Gothic es una tipografía sans serif o de palo seco. Éstas se caracterizan por ser de fácil lectura en pantalla debido a sus características y si se utilizan en impresos, debe ser con precaución para no caer en fatiga visual o en desperdicio de papel, ya que al ser tipografías anchas y redondas, suelen ocupar más espacio y esto a la larga puede resultar en la utilización de más papel, a diferencia de otras tipografías.

En este caso en particular, el formato del periódico ayuda a que las notas no sean extensas y también favorece a la imagen en cuanto a extensión y jerarquía. Esto funciona a favor de la tipografía, ya que al no predominar la mancha tipográfica, ésta no va a cansar la vista y se puede llevar un control en cuanto a extensión de caracteres, orden y aprovechamiento del espacio, terminando así en la organización adecuada para mantener un ritmo visual y cuidando así el uso justo de papel.

¹⁵ <https://www.myfonts.com/fonts/linotype/vag-rounded/>



VAG Rounded

Volkswagen Serial

Century Gothic Regular
 AaBbCcDdEeFfGgHhIi
 JjKkLlMmNnOoPpQqRr
 SsTtUuVvWwXxYyZz
 0123456789

Century Gothic Italic
AaBbCcDdEeFfGgHhIi
JjKkLlMmNnOoPpQqRr
SsTtUuVvWwXxYyZz
 0123456789

Century Gothic Bold
AaBbCcDdEeFfGgHhIi
JjKkLlMmNnOoPpQqRr
SsTtUuVvWwXxYyZz
0123456789

Century Gothic Bold Italic
AaBbCcDdEeFfGgHhIi
JjKkLlMmNnOoPpQqRr
SsTtUuVvWwXxYyZz
0123456789

Volkswagen Serial

Color

El uso del color en Papalote Museo del Niño es importante, ya que cuenta con colores institucionales específicos para diferenciar entre jerarquías y sus productos. La paleta principal se conforma de azul, amarillo y rosa, y a su vez, cuenta con una paleta secundaria que va del rosa pálido al azul claro:



Paleta primaria



Paleta secundaria

A partir de los colores primarios y secundarios se formó la identidad del periódico, combinándolos entre sí para así tener:

- Colores predominantes en portada: azul y rosa
- Colores por identificador de sección:
 - ▶ Azul saturado para Historia
 - ▶ Anaranjado para Responsabilidad Social
 - ▶ Verde para Cuates
 - ▶ Amarillo (secundario) para Exhibiciones
 - ▶ Rosa claro para Exposiciones Temporales
- Colores para destacados: rosa, verde y azul saturado

En cuanto al uso de las imágenes, en su mayoría son fotografías proporcionadas por el mismo museo en sus redes sociales. Éstas cuentan con retoque fotográfico para corregir algunas imperfecciones que puedan llegar a tener y para resaltar colores.

Contenidos

El periódico *Infórmate* consta de 8 páginas, y sus contenidos se dividen en diferentes secciones:

- Portada
- Sección Historia: se habla del museo en general. Tiene datos de interés y datos duros.
- Sección Responsabilidad social: aquí hay información sobre los compromisos sociales y programas con los que cuenta el museo.
- Sección Cuates: información en general sobre los *cuates* que trabajan como guías dentro del museo, así como información sobre cómo ser uno.
- Sección Exhibiciones: información acerca de las exhibiciones permanentes del museo.
- Sección Exposición temporal: información sobre la exposición de la temporada.
- Contraportada

Procesos de impresión

Para la impresión de este periódico se consideraron dos opciones:

- En caso de que sea un tiraje grande (asumiendo que el cliente -Papalote- lo aprobó) se sugiere la impresión en rotativa offset (mínimo 15,000 ejemplares¹⁶) sobre un papel periódico de 60 gr. a 4x4 tintas.
- Para impresiones de uso personal (de 3 a 5 ejemplares) se sugiere la impresión en offset digital, con papel periódico de 60 gr. a 4x4 tintas.



Compaginación de 8 páginas para posterior impresión y plegado

¹⁶ Quintana, R. (2013). Tecnología de los Sistemas de Impresión. <http://tecnococimiento.unl.files.wordpress.com//2013/07/tecnologia-de-los-sistemas-de-impresion1.pdf>

Capítulo 2: Revista

La revista es una publicación de edición periódica que puede ser pública o privada. En una definición más básica, la revista es una combinación de texto e imágenes creada por un equipo principal de diseñador y redactor. (Bhaskaran, 2006, p.96)

A diferencia del periódico, la revista ofrece un tratamiento de los temas de manera más meticulosa, ya que suelen tratar temas más específicos. Para esto, como se establece en Caldwell y Zappaterra (2014), las revistas se clasifican en:

- Revistas informativas: este tipo de revistas se convierten en un vehículo comunicativo completo y directo. Aquí se informa de una manera más detenida y profesional sobre un tema en específico, llegando a hacer análisis profesionales sobre los contenidos que presenta. Estas publicaciones se convierten en una gran opción ya que al ser tan específicas, otorgan una alternativa informativa sobre otros medios de comunicación que tratan los temas de manera más general o simplemente no los tratan.
- Revistas de entretenimiento: se trata de revistas más relajadas, pero de igual forma, manejan una amplia información sobre distintos temas. Aquí podemos encontrar revistas de belleza, de cine, gastronómicas, deportivas, automovilísticas, humorísticas, de manualidades, pasatiempos, videojuegos y un largo etcétera. Están acompañadas por publicidad, la cual va de la mano con la temática de la revista y está orientada al público que la consume.
- Revistas científicas: este tipo de revistas por lo general son altamente especializadas. Se informa sobre investigaciones y se publican artículos de un rango amplio en distintos campos científicos. Todo lo que se publica es lo más actual. Estas revistas deben ser sumamente cuidadas en su edición, ya que la información que contiene goza de gran credibilidad en el ámbito científico.

- Revistas para clientes y revistas B2B: al principio, las revistas para clientes se dirigían únicamente a los usuarios de un producto o un servicio en concreto, pero ahora adoptan estrategias ingeniosas y multiplataforma para lograr reunir a usuarios que les gusta una misma marca. Estas revistas se distinguen de las tres anteriores en que están financiadas por las empresas y se utilizan para dar las buenas nuevas de sus marcas. Las revistas B2B, siglas en inglés de *Business-to-business*, son revistas que pasan desapercibidas entre los consumidores ya que son distribuidas a los socios y miembros de las empresas y no están a la venta para el público general.

Las revistas forman parte de nuestra cultura visual y son un reflejo de nuestro tiempo. Podemos darnos cuenta que hay un gran mercado para las revistas y por lo tanto hay una gran competencia. Hay que llamar la atención de los lectores y esto se logra mediante una combinación de elementos como: la imagen de la portada, los titulares, la imagen de la marca, etc. Esto hace que cada vez haya más revistas con una durabilidad estética menor, lo que provoca que después de un año o dos, el diseño de la revista comience a parecer pasado de moda y las obligue a renovarse constantemente.

Al diseñar una revista debemos estar conscientes de la forma en la que ésta se va a vender. Retomando el gran mercado que tienen las revistas y la competencia que esto implica, las estanterías donde las revistas se exhiben juegan un papel muy importante en el diseño. Las revistas se acomodan de manera vertical, cada ejemplar seguido por otro, así hasta llenar la estantería. Esto hace que el espacio de exhibición sea reducido y es por eso que lo más sobresaliente de las revistas es la cabecera, por lo que la revista cuenta solo con esta oportunidad para que el lector se interese por ella y la tome para poder ver la portada en su totalidad. A continuación podrá hojearla y descubrir su contenido. Nada de esto sería posible si la cabecera no cumpliera con su misión desde el principio. La portada condiciona directamente las ventas, ya sea para bien o para mal. (Bhaskaran, 2006, p. 34.)

Componentes de una revista

Cada publicación le da un tratamiento diferente a los distintos elementos, pero de manera general, estos son los más comunes como se establece en Lewis (2016, p. 66-68):

Portada:

- Cabecera: es el nombre de la revista que también puede funcionar como un logo.
- Titulares de portada.
- Eslogan: la idea general resumida en diez palabras o menos, para sintetizar.
- PVP: es el precio de venta al público mostrado en la moneda del país de origen. Si se vende en otros países, los precios en sus respectivas monedas también se incluyen.
- ISSN: por sus siglas en inglés, *International Standard Serial Number*, es un número único que identifica a la publicación y forma parte del código de barras.
- Número y fecha: es una manera de invitar al público a coleccionar los números y ayudan a planificar cómo quedarán los lomos de la revista ordenados en una estantería.
- Código de barras.

Interior de la revista:

- Página de colaboradores: aquí se incluye el perfil de los autores, fotógrafos e ilustradores que han participado en el número.
- Sección central: la sección en la que los lectores encontrarán artículos, entrevistas, etc.
- Reportaje especial: cuando se explora un tema en concreto.
- Sección trasera: en general se dedica a secciones como reseñas, columnas de opinión y artículos breves.
- Sección frontal: esta sección está dedicada a piezas fijas de corta extensión, como noticias, novedades, productos, cartas, etc.
- Editorial: es una nota personal del editor para sus lectores.

- Sumario: un índice sin más.
- Página legal, créditos, folios y colofón.

Dentro del artículo:

- Títulos.
- Entradillas: pequeños párrafos que sirven para introducir el tema de un artículo e incitar a seguir leyendo.
- Cajas de texto: contienen información ampliada sobre el tema de un artículo y se presentan de forma atractiva y accesible junto al texto principal.
- Entresacados: son citas extraídas del texto y presentadas en mayor tamaño y con un estilo llamativo. sirven como una herramienta para mantener la atención del lector en textos largos y son un recurso visual extra.
- Pies de ilustración.

Formato

La mayoría de las revistas poseen un formato estándar A4, y esta razón es meramente económica. Esto hace que la calidad de las revistas esté estrechamente ligada con su función. Por ejemplo, las revistas de moda se suelen producir en formatos más grandes y en papel de alta calidad, mientras que las revistas semanales de chismes cuya vida útil solamente son 7 días, se imprimen en un papel de baja calidad.

La mayoría de las revistas se imprimen en papeles esmaltados. La Portada y Contraportada se imprimen en papeles de mayor gramaje (300 grs. por lo general) mientras que los interiores son impresos en un gramaje inferior (entre 115 y 150 grs.) y su encuadernación puede ser cocida o tipo hotmelt¹⁷.

¹⁷ R. Flomesta, B. (s.f.). ¿Conoces los tipos de papel para impresión más comunes? Recuperado 28 noviembre, 2019, de <https://beatrizxe.com/es/blog/tipos-papel-impresion-mas-comunes.html>

Formatos digitales

Algo a tener en cuenta durante el diseño y producción de una revista, es que existe también el soporte digital. El avance de la tecnología ha permitido que al día de hoy, cualquier persona pueda crear una publicación y ponerla al alcance del mundo en Internet. Si bien, el proceso de diseño es el mismo que se realiza al diseñar una revista impresa, las revistas digitales no dependen de la publicidad, por lo que los temas y los contenidos se pueden ampliar. Sumando el hecho de que se pueden incorporar archivos multimedia con los que se puede interactuar, lo que provoca una manera novedosa de conectar y mantener a los lectores.

Hábitos de lectura en México

Según una encuesta realizada por Cint¹⁸, el 7.57% de los mexicanos lee periódicos, le siguen las revistas de cocina con el 5.58%, las revistas de tecnología con el 5.24%, belleza y estilo con el 5.16% y los cómics y el manga con el 3.7%.

Si bien en México los hábitos de lectura son pobres, podemos apreciar que hay una preferencia por la lectura de revistas, algo que como diseñadores editoriales deberíamos tomar en consideración.

¹⁸ Sanchez, E. (2019, 7 enero). ¿Qué tipo de publicaciones son las más leídas en México? Recuperado 28 noviembre, 2019, de <https://www.merca20.com/publicaciones-leidas-mexico/>

Conecta

La revista *Conecta* está dirigida a los directivos y trabajadores de la empresa y del museo. Es una propuesta de rediseño de los informes de Papalote Museo del Niño de 24 páginas. En ella se manejan datos duros, como gráficas, información sobre los contenidos educativos que se manejan en el museo, la mercadotecnia y la comunicación, datos sobre donativos y patrocinadores, etcétera. Como su nombre lo indica, *Conecta* une toda esta información en una sola publicación de tiraje cuatrimestral y se unifican las tres sedes del museo (Chapultepec, Cuernavaca y Monterrey) para que sea de fácil acceso la información para todos. Además, el diseño es hasta cierto punto lúdico pero sin perder la seriedad que este tipo de publicaciones requiere, para resultar en un diseño característico a tono con los museos.



Ejemplos de diseño de informes anteriores y la propuesta de rediseño

Formato

La revista es tamaño carta, 21 x 27 cm. Al ser un formato conocido y en el que la mayoría de las revistas son impresas, tenemos a nuestro favor la ventaja de la familiaridad y comodidad al momento de la lectura / almacenaje.

Se sugiere que esta revista sea impresa, ya que si solamente se distribuyera de manera digital entre los empleados y directivos, perderíamos el factor receptivo que tienen las publicaciones en papel¹⁹ y su credibilidad frente a un archivo digital, además de que también los productos impresos sirven como referencias físicas para futuras consultas.



Ejemplo del formato de la revista

¹⁹ https://elpais.com/cultura/2018/10/13/actualidad/1539456174_676814.html

Diagramación y retícula

Conecta fue diagramada dentro de una retícula de 7 columnas, en donde se ocupan 3 para texto, 1 para notas / numeralias / información complementaria y el resto para imágenes o en caso de que no las haya: libres, para otorgarle aire al diseño y que no se vea tan saturado el espacio.

<h1>Programa de Grandes Cuates</h1>	<p>En 2013, participaron en el Programa de Cuates 423 personas en PAPAOTE Chapultepec y 154 en PAPAOTE Cuernavaca</p>	
<p>El Programa de Grandes Cuates se creó para incrementar la capacidad de atención al público durante las vacaciones de verano, particularmente en los horarios intermedios que coinciden con el cambio de turno en piso. Los Grandes Cuates también participaron en la mediación de diversas experiencias que el Museo ofreció fuera de sus instalaciones durante la segunda mitad del año.</p>		
<p>El programa comenzó a operar el 1 de julio con 8 adultos mayores, que se integraron a la Capacitación Inicial de la Generación 40. De este modo, PAPAOTE pudo aprovechar su experiencia, tiempo y energía, ofreciéndoles a cambio una retribución económica que les permitió seguir siendo productivos y mejorar su calidad de vida.</p>		
<p>Debido al buen desempeño de estos mediadores, se decidió seguir operando con esta nueva figura hasta el final del año. Para tal fin, el 21 de agosto se firmó un convenio con el INAPAM, que permitió al Museo beneficiarse de su programa de inclusión laboral.</p>		
<p>El Programa de Grandes Cuates concluyó en abril de 2014. Durante sus 9 meses de operación, 21 adultos mayores vivieron la experiencia PAPAOTE.</p>		
<p>"La convivencia es muy bonita sobre todo con los Cuates jóvenes, nos recibieron muy bien, uno se siente útil, productivo, es muy padre que nos den esta oportunidad."</p>		
<p>María Guadalupe Zárate, Gran Cuata</p>		

Esta retícula facilita concebir el diseño a manera de módulos donde por un lado tenemos la parte del texto y por el otro la parte de las imágenes, que se terminan conectando gracias a las líneas de color rosa que conviven entre texto e imagen y se relaciona con el nombre y concepto del producto editorial.

Tipografía

Como ocurrió con el periódico *Infórmate*, la revista utiliza la tipografía Volkswagen Serial para títulos y destacados, mientras que para cuerpo de texto utiliza Century Gothic. Esta decisión va de la mano con la que se tomó para el periódico.

Programas educativos

Volkswagen Serial Bold para títulos (tamaño de 39 a 44 pt - interlineado 40 - 44 pt)
y destacados (tamaño 12 pt - interlineado 12 pt)

Con motivo del 27° Aniversario de PAPA-LOTE, se coordinó la presentación de la exposición temporal *Criaturas Míticas*. Dragones, unicornios y sirenas, producida por el *American Museum of Natural History* de Nueva York. En sus casi 600 metros cuadrados, el público conoció el origen de algunos seres extraordinarios creados por la imaginación.

198,578
personas visitaron
la exposición
Criaturas Míticas

Century Gothic Regular e Italic para cuerpo de texto (tamaño 10 pt - interlineado 12 pt)
y Century Gothic Bold para notas (tamaño 8 pt para texto y 18 pt para números - interlineado 11 pt)

A diferencia del periódico, aquí la mancha tipográfica es más extensa, pero gracias a la retícula utilizada y el uso del espacio en blanco, junto con las imágenes, la lectura no se vuelve tediosa.

Color

Los colores institucionales se mantienen.

La paleta primaria es utilizada en portada y para aspectos a destacar, mientras que las secciones de la revista fueron diseñadas de esta manera:

- Mensaje: azul claro y amarillo
- Contenidos y Programas Educativos: amarillo
- Mediación y Evaluación: azul
- Mercadotecnia y Comunicación: rosa
- Papalote en Cuernavaca: verde
- Papalote en Monterrey: azul claro
- Equipo papalote: azul claro

De igual manera, las imágenes fueron proporcionadas por el mismo museo en sus redes sociales. Se les realizó un retoque fotográfico para corregir algunas imperfecciones o crear desdobles.

Contenidos

Como vemos en el punto anterior, las secciones de la revista son: índice, mensaje, contenidos y programas educativos, mediación y evaluación, mercadotecnia y comunicación, Papalote en Cuernavaca, Papalote en Monterrey y equipo Papalote.

En cada una se trata a detalle la información relacionada, se ilustra con fotografías e infografías si se requiere y se complementa con notas. Al ser información específica y directa, se evitó saturar las páginas con algún otro elemento que pueda distraer de la lectura o generar algún tipo de incomodidad en los lectores.

Procesos de impresión

Para la impresión de esta revista se consideró:

- En caso de que sea un tiraje grande (asumiendo que el cliente -Papalote- lo aprobó) se sugiere la impresión en rotativa offset (suponiendo que cada sede consta de 500 empleados).
- Para impresiones de uso personal (de 3 a 5 ejemplares) se sugiere la impresión en offset digital, con papel couché mate de 170 g. a 4x4 tintas y plastificado mate a 1 cara para los forros, para interiores papel couché mate de 135 g. a 4x4 tintas y dos grapas para la encuadernación.

24 páginas

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

Compaginación de 24 páginas para posterior impresión y encuadernación

Capítulo 3: Libro

La UNESCO establece que un libro es una publicación impresa de 25 hojas (49 páginas) o más, de carácter no periódico o seriado. Se pueden producir en toda una variedad de formas, desde los de gran formato, donde la fotografía es el principal atractivo, hasta las novelas diseñadas con una retícula sencilla donde lo primordial es facilitar la lectura. Los libros prácticamente pueden tratar sobre cualquier tema.

Como vimos al principio de esta tesina, los libros han estado acompañando a la humanidad desde una etapa muy temprana. Al irse estableciendo los sistemas de escritura, los soportes de esos primeros libros fueron cambiando: desde tablillas de arcilla, tablas de madera, papiros, tablillas enceradas, y pieles, hasta llegar al papel. Los libros eran objetos limitados tanto en producción como en alcance al público, cosa que cambió con la llegada de la imprenta. Aquí es cuando se da el auge de los libros. Esto permitió que la producción de libros poco a poco se fuera masificando, prestando un fácil acceso a grupos sociales a los que antes les eran negados.

Al día de hoy es innegable la importancia de los libros en la historia de la humanidad y la magnitud de su alcance. El libro es el principal soporte y medio de transmisión de la cultura, al permitir, gracias a su formato, el registro de datos, información y saberes del ser humano.

Clasificación

Los libros se clasifican según su formato y presentación, los cuales pueden ser, como se describe en *Manual Profesional de Diseño Editorial* (García, M, Gómez G. 2014):

1. Libros de papel: el libro clásico.
2. Libros electrónicos o *ebooks*: este tipo de libros poco a poco han ganado terreno. Su mayor atractivo es que ofrecen comodidad, al poder ser leídos en cualquier dispositivo electrónico.

3. Libros interactivos: estos libros son digitales y además de la lectura, permiten que los lectores puedan interactuar con los contenidos y realizar actividades. Estos libros utilizan todos los recursos tecnológicos actuales y los aprovechan para ofrecerle a los lectores una nueva experiencia de lectura.

Tipos de libro

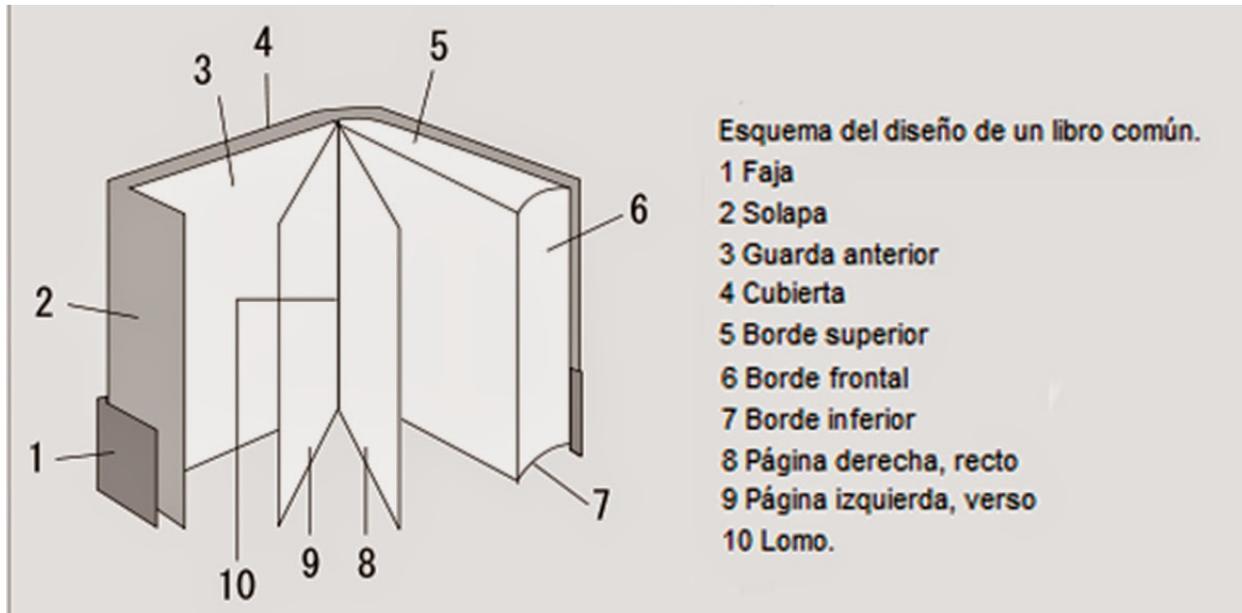
En *Manual Profesional de Diseño Editorial* (Autor desconocido, 2014), se nos describen los distintos tipos de libros:

- Novelas: estos libros son ergonómicos y pequeños. Se recomienda que el papel no sea blanco total, para no dificultar la lectura. Utilizan tipografías de fácil lectura y un interlineado suficiente, para que la experiencia de la lectura sea agradable.
- Libros de poesía: se comportan como los textos de corrido, en cuanto a manejabilidad y legibilidad.
- Libros de arte: el tamaño y las proporciones de las reproducciones deben ser lo suficientemente grandes como para apreciar los detalles, por lo que este tipo de libros suelen tener dimensiones considerables.
- Libros informativos o de divulgación: el texto y la imagen tienen la misma relevancia, sin embargo, las imágenes no deben ser tan grandes como en los libros de arte ni tan pequeñas como en los libros de texto.
- Libros científicos: en estos libros es muy importante lograr la diferenciación de las partes que lo componen, ya que al manejar temas específicos y exactos, deben ser lo bastante claros.
- Libros de referencia o consulta: son los diccionarios o enciclopedias. Estos libros no se leen de corrido. Deben de tener una tipografía apta para que la información que se busca sea fácilmente identificable.
- Libros escolares: estos libros demandan una claridad especial y exigen un cuidado tipográfico para volver a la lectura atractiva y fomentar la lectura.

- Libros infantiles: en general la ilustración predomina y el texto se utiliza como un complemento de la ilustración.

Partes de un libro

De Buen Unna (2003) nos presenta detalladamente las distintas partes que componen un libro:



Algunas partes del libro²⁰

- Tapa: es la cubierta rígida de un libro. Normalmente son de cartón grueso forrado de papel, tela o piel. Surgieron por la necesidad de conservar en buen estado los manuscritos. Las cubiertas se dividen en cuatro partes: primera, segunda, tercera y cuarta de forros, así, la cuarta de forros es la cara posterior del libro (contraportada), mientras que la segunda y tercera son las caras interiores del conjunto de tapas y quedan ocultas bajo las guardas. En la mayoría de los libros, la única cara impresa es la primera.
- Cubierta rústica: la gran mayoría de los libros se encuadernan de esta forma. Consiste en una cubierta de cartulina delgada plastificada. Debido al corte recto y al mismo material, el lomo de estos libros es plano.

²⁰ <http://cosasdeescritores.thezash.com/wp-content/uploads/2016/11/Partes-libro.jpg>

- Lomo: es la parte que queda opuesta al corte de las hojas, cubriendo la encuadernación. Ya que esto es lo único que puede verse del libro cuando está sobre una estantería, es importante colocar aquí el nombre del autor, título de la obra, editorial y en su caso, número del tomo.
- Sobrecubiertas: también llamadas funda, es una banda de papel con la que se envuelve el libro. Sirve para proteger las tapas y para llamar la atención. Se suele escribir en ella las características de la edición, invitando a comprar el libro.
- Solapas: son los extremos de la cubierta, o extensiones de la tapa. Su función es la de “envolver” el libro, ya que la solapa se mete entre la tapa y la primera hoja y entre la última hoja y la contracubierta. En ellas suele colocarse un pequeño texto explicando la obra, una foto del autor o publicidad de la colección.
- Faja: es una cinta estrecha que se coloca igual que la sobrecubierta, la cual sirve como componente publicitario.
- Guardas: son hojas de papel que se pegan por dentro de la cubierta y la contracubierta. Brindan protección adicional a los interiores, y al mismo tiempo, refuerzan la adhesión de los interiores con los exteriores. No existen en ediciones rústicas, son exclusivas de ediciones con cubiertas rígidas.
- Páginas de cortesía: son páginas en blanco que aunque se cuentan en la foliación, no llevan número. Sirven para otorgar una mínima defensa a lo impreso, el contenido del libro.
- Portadilla: es la primera página impresa del libro y por lo general, solo contiene el título de la obra. A veces se le agrega el nombre de la colección y el símbolo o nombre de la editorial
- Contraportada: el reverso de la portadilla, es página impar. Por lo general se deja en blanco.
- Portada: es página impar. Contiene el título de la obra, el subtítulo y los complementos: nombre del autor, número de la edición, número del tomo, nombre de la editorial con su símbolo o logotipo y el año de la edición.
- Página de derechos: contiene datos técnicos legales.
- Índice
- Notas previas: son notas que escribe el autor. Suelen tener los siguientes títulos: prólogo, prefacio, preámbulo, al lector, aclaración, introducción, etc.
- Dedicatoria

- Cuerpo de la obra: es la parte central de la obra y puede estar dividido en partes o capítulos.
- Anexo: se colocan aquí números, fórmulas, datos estadísticos, gráficas, cuadros, imágenes, citas, etc, de manera que todos estos datos no interrumpen la lectura.
- Bibliografía
- Índice
- Glosario
- Colofón: texto donde se registran algunos datos de la impresión: la fecha en la que se realizó, número de ejemplares y el nombre y domicilio del taller.

Descubre

El libro *Descubre* está dirigido a los niños que visitan el museo. A lo largo de sus 32 páginas parte la idea de expandir el contenido de las exposiciones temporales con las que cuenta el museo. Cada exposición trata un tema distinto. Para esta ocasión se planteó una exposición (ficticia) sobre el medio ambiente y las consecuencias de la contaminación, por lo que el libro está diseñado con esta información. La propuesta es que para cada nueva exposición que haya se realice un libro sobre el tema que se maneje, creando así una colección de libros *Descubre* que funcione como biblioteca coleccionable para los niños y que al mismo tiempo fomente en ellos la lectura y la curiosidad.



Ejemplo del libro *Descubre*

Formato

El libro es de formato apaisado, midiendo 23 x 16 cm. Éste formato permite mostrar en su totalidad las ilustraciones que acompañan la información. Además, permite a los niños conocer una medida distinta a la mayoría de los libros que comúnmente leen / ven. Su tamaño facilita el transporte e invita a coleccionarlo.



Ejemplo del formato del libro

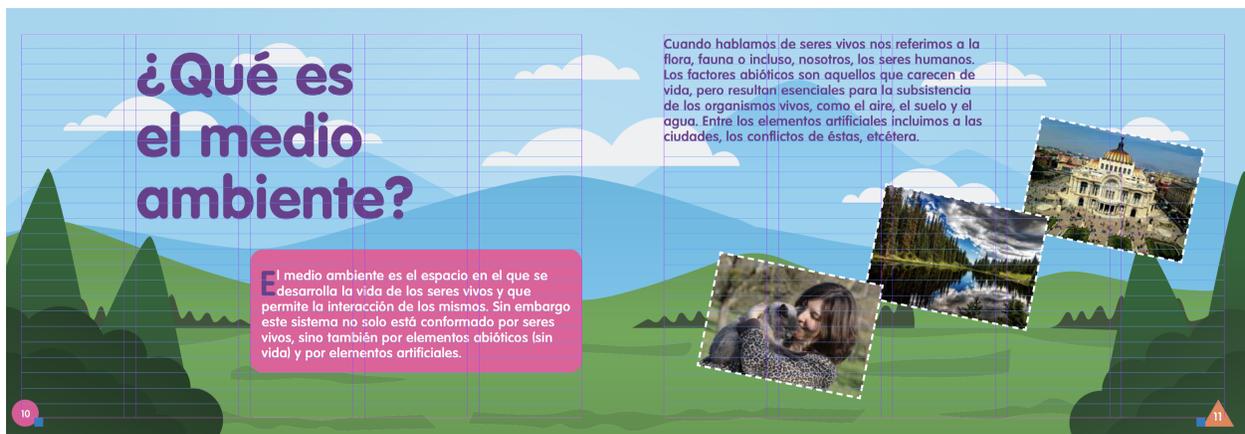
Diagramación y retícula

Descubre fue diagramado dentro de una retícula de 5 columnas, donde se ocupan 3 para texto, 2 para fotografías y el resto sirve de espacio libre para lucir las ilustraciones.



Ejemplo de la diagramación a doble página

El uso de esta retícula prioriza las ilustraciones y ayuda a jerarquizar la información, además de que marca un ritmo de lectura al combinarse todos los elementos.



De igual manera, se genera un flujo de la información y lo provee de ritmo, ayudando a mantener la atención del lector al no saber qué se encuentra en las siguientes páginas, pero manteniendo la familiaridad del contenido conforme se adentra a la lectura.

Tipografía

Descubre, al formar parte de la familia de productos editoriales de Papalote, utiliza la misma tipografía que el periódico y la revista, con la diferencia de que aquí se optó por utilizar solamente Volkswagen Serial para todos los textos, esto como forma de dotar al producto de una sola tipografía para que los niños la relacionen con la marca e identidad de Papalote. Los textos no son extensos por lo que no generan fatiga visual. Mientras que el cuerpo de la tipografía es agradable para los niños, sus formas redondas retoman las letras que aprenden a escribir en la escuela, haciéndola hasta cierto punto, amigable.

The title is displayed in three lines on a background of horizontal stripes. The first line, '¿Qué es la', is in a purple color. The second line, 'contaminación', is in a dark grey color. The third line, 'ambiental?', is in the same purple color as the first line. The font is a bold, rounded sans-serif typeface.

Volkswagen Serial Bold para títulos (tamaño 60 pt - interlineado 50 pt)

A block of text is set against a solid pink background. The text is in a bold, rounded sans-serif font. The first letter 'T' is significantly larger than the rest of the text, serving as a drop cap. The text is white, providing high contrast against the pink background.

Volkswagen Serial Bold para cuerpo de texto calado (tamaño 14 pt - interlineado 16 pt)

A block of text is set against a light blue background. The text is in a rounded sans-serif font. The text is dark blue, providing a subtle contrast against the light blue background.

Volkswagen Serial Medium para cuerpo de texto (tamaño 12 pt - interlineado 14 pt)

Color

Si bien los colores institucionales se mantienen, el uso de ellos en este producto es mas libre. Es una constante la paleta de color, pero al tener prioridad las ilustraciones, éstas captan la mayor parte de la atención.

Las ilustraciones manejan colores brillantes y saturados que llaman la atención de los lectores. También están presentes las fotografías (obtenidas de bancos de imágenes) que tienen un retoque mínimo, para corregir algunas imperfecciones que se puedan presentar.

Contenidos

Cada edición del libro manejará el tema de la exposición temporal que esté en el museo. En esta edición se maneja el tema del Medio Ambiente.

Se dividió de esta forma:

- Presentación
- ¿Qué es el medio ambiente?
- ¿Qué es la contaminación ambiental?
- Contaminación del océano
- Metales pesados
- Contaminación atmosférica
- ¿Cómo evitar la contaminación?
- Conclusión

Cada punto es acompañado de una ilustración para ejemplificar de lo que se está hablando, además de que cuenta con su respectiva información y fotografías ilustrativas.

Procesos de impresión

Para la impresión de este libro se consideró:

- En caso de que sea un tiraje grande (asumiendo que el cliente -Papalote- lo aprobó) se sugiere la impresión en rotativa offset (un punto a considerar sería el tiraje, de ser aprobado).
- Para impresiones de uso personal (de 3 a 5 ejemplares) se sugiere la impresión en offset digital, con papel bond de 120 g. a 4x4 tintas para interiores, cartulina sulfatada de 12 pt. a 4x4 tintas para los forros y encuadernación a caballo.

Por otra parte, existen estas opciones a considerar:

- Forros en cartóné, sin ningún tipo de plastificado, ya que este termina por contaminar más y siendo que el libro trata sobre el medio ambiente, no tiene sentido.
- Forros en cartóné, pero colocando una esponja de grosor mínimo (entre 2 o 3 mm) entre el papel y el cartón, para que de una sensación de *acolchado*. Esto generaría interés y curiosidad en los lectores.
- Detalles de la portada en *hot stamping*, como el logo de papalote o el título del libro y detalles de la portada en barniz, como la tierra o las nubes.

32 páginas			
32	1	24	9
2	31	10	23
30	3	22	11
4	29	12	21
28	5	20	13
6	27	14	19
26	7	18	15
8	25	16	17

Compaginación de 32 páginas para posterior impresión y encuadernación

Presupuestos

Esta sección queda abierta por el momento. Debido a la pandemia me fue muy difícil obtener respuesta de algún impresor, por lo que se realizó un presupuesto *online* de cada producto editorial. Los precios son aproximados:

● LIBRO

Cantidad: 3 ejemplares

Tamaño: 23x16 (horizontal)

32 páginas. Interiores: 4x4 tintas / papel bold 120 g. Forros: 4x0 / cartulina sulfatada 12 pts.

Encuadernación: a caballo

Posible Presupuesto: \$3,274.00

● REVISTA

Cantidad: 3 ejemplares

Tamaño: 21x29 (vertical)

24 páginas. Interiores: 4x4 tintas / couché mate 135 g. Forros: 4x0 / couché mate 170 g / plastificado mate 1 cara

Encuadernación: 2 grapas

Posible Presupuesto: \$756.00

● PERIÓDICO

Cantidad: 3 ejemplares

Tamaño: tabloide

8 páginas

Papel periódico 60 g

4x4 tintas

Posible Presupuesto: \$192.00

Conclusiones

El diseño editorial es versátil y como diseñadores editoriales debemos adecuarnos a todas las posibilidades que este ofrece. De igual manera, debemos ajustarnos a los estilos que manejen nuestros clientes, pero es importante también tener un toque propio que nos distinga.

La realización de estos proyectos me llevó por varios caminos que al final se conectaron en uno solo. Por una parte, está mi interés por trabajar temas infantiles y por la otra, mi interés y ganas de explorar otros formatos. Al final todo se resume en constancia, disciplina y práctica. Me pareció importante, si bien trabajar un concepto en general, dividir los productos en distintos públicos, esto para estar consiente que el mismo tema puede ser abordado de maneras distintas para varios públicos, y cómo va a impactar el diseño de manera distinta para grupo elegido. En la práctica, esto se refleja en los proyectos en los que trabajamos o con los clientes que tenemos.

Gracias a la realización de esta tesina y productos, me queda más claro lo anteriormente dicho y también me enseñó a mantener la disciplina y las ganas de intentar algo nuevo en cada diseño.

Resumiendo:

La finalidad del diseñador editorial es saber adaptarse al estilo, público y contenidos de los productos en los que trabaje y el medio de cada diseñador es el producto en sí, para al final ver el fruto de este trabajo en el proyecto impreso.

Bibliografía

Libros

- Aranda Barrera, A. (2009, 9 junio). *El contexto socioeconómico de la Industria Editorial Mexicana*. Recuperado 25 noviembre, 2019, de <https://pabrikaz.wordpress.com/2009/06/09/el-contexto-socioeconomico-de-la-industria-editorial-mexicana/>
- Coates, K., & Ellison, A. (2014). *Introducción al diseño de información*. Barcelona, España: Parramón Arts & Design.
- Caldwell, C., & Zappaterra, Y. (2014). *Editorial Design: Digital and Print*. London, UK: Laurence King Publishing.
- Lewis, A. (2016). *¿Quieres publicar una revista?*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Íñigo, L., & Makhlof, A. (2014). *Diseño Editorial. Manual de conceptos básicos*. Cuernavaca, México: Universidad Autónoma del Estado de Morelos.
- Bhaskaran, L. (2006). *¿Qué es el diseño editorial?*. Barcelona, España: Index Book.
- Kane, J. (2012). *Manual de tipografía* (2ª ed.). Barcelona, España: Gustavo Gili.
- De Buen Unna, J. (2003). *Manual de diseño editorial*. México, D.F., México: Santillana.

Recursos web

- *Tipos de publicidad en periódicos*. (s.f.). Recuperado 28 noviembre, 2019, de <http://www.todomktblog.com/2013/04/tipos-de-publicidad-en-periodicos.html>
- *La prensa, un recurso para el aula*. (s.f.). Recuperado 28 noviembre, 2019, de http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/42/cd/pdf/M1/M1.4.Analisis_estructura_30_08_2012.pdf
- Bon, M. (2019, 10 enero). *Todo sobre el papel de periódico* - Digitalpapel-Blog. Recuperado 28 noviembre, 2019, de <https://blog.digitalpapel.com/tipos-papel-papel-periodico/>
- Quintana, R. (2013). *Tecnología de los Sistemas de Impresión*. <http://teconoconocimientounl.files.wordpress.com//2013/07/tecnologia-de-los-sistemas-de-impresion1.pdf>

Anexos

Mockup del periódico Infórmate



Mockup de la revista Conecta





Mockup del libro Descubre





Los metales son materias naturales que han sido utilizados para crear electrodomésticos y otros objetos de uso diario. El problema surge cuando la industria produce tantos desechos y el mal manejo de éstos termina por arrojarlos en ríos, mares, bosques o algunas partes de la ciudad.

Metales pesados

Además de causar algunos de los problemas ambientales más graves, la exposición a metales pesados en determinadas circunstancias es la causa de la degradación y muerte de vegetación, ríos, animales e, incluso, de daños directos en el ser humano.

Recibo de cotización del libro Descubre



Cotización

Cliente: Venta al publico - AG

Envío a domicilio

# Cotización	Fecha
Q21082	May 12 2020
Total: \$1,947.48	
Condiciones de pago: Pago adelantado	
Atendió: Alejandra Guzmán cotizacion5@gropeimpresa.com WhatsApp 3319144505	

Contacto	Teléfono	Email	
Ana del		mandame.correos.aqui@gmail.com	
Descripción	Cantidad	Precio	Importe
COLOR - 32 Paginas	3	\$1,647.48	\$1,647.48
Portada tamaño especial impresa a color en cartulina sulfatada 12 pts 1c con plastificado delgado brillante, acabado hotmelt y envoltura individual.			
Interiores tamaño especial impresos a color en papel couché 130 g (imágenes con rebase) frente y vuelta - 32 páginas.			
\$1,647.48 pesos por 3 piezas = \$549.16 c/u.			
\$17,513.22 pesos por 100 piezas = \$175.13 c/u.			
Envío producción		\$300.00	\$300.00

Total M.N. \$1,947.48
(Incluye IVA)

Precios sujetos a cambio sin previo aviso. El precio unitario depende de la cantidad total de piezas, ya que contamos con diferentes escalas por volumen. En caso de que las especificaciones cambien o que el archivo contenga más del 25% de imágenes o plastas el precio se modificará. El archivo debe estar en la medida solicitada en formato PDF con una resolución mínima de 300 dpi's. No contamos con servicios de revisión ni edición. Le ofrecemos una muestra sin costo en pedidos mayores a 20 ejemplares, para recibirla deberá pagar el envío de la misma. Una vez autorizada la muestra, se requiere el pago por adelantado para iniciar producción. El envío de la producción se realiza a cualquier parte de México con servicio estándar (3 a 5 días hábiles); el precio no incluye zonas extendidas y puede variar dependiendo de la cantidad de libros solicitados. No dude en consultarnos si requiere más información.

Hospital #2295-A, Col. Ladrón de Guevara, CP 44650, Guadalajara, Jal. MX.
Teléfono 33 3615 9271 | Lada sin costo 800 012 5243

Cuernavaca, Morelos a 11 de agosto de 2020.

MTRO. HÉCTOR PONCE DE LEÓN MÉNDEZ
COORDINADOR DE LA ESPECIALIDAD EN DISEÑO EDITORIAL
FACULTAD DE DISEÑO
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS
P R E S E N T E

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina: **El diseño editorial como herramienta social: Libro, periódico y revista para públicos específicos.**

que presenta el(la) alumno(a):

ANA DEL ANGEL GÁMEZ

Para obtener el diploma de Especialista en Diseño Editorial. Considero que dicha tesina reúne los requisitos necesarios para ser sustentada en el examen de grado por lo que doy mi **VOTO APROBATORIO** para que se proceda a la defensa de la misma.

Lo anterior con base en:

La tesina refleja un manejo adecuado de los conceptos adquiridos a lo largo del posgrado y cumple con todos los puntos establecidos en los lineamientos de titulación de la Especialidad en Diseño Editorial.

Sin más por el momento me despido, quedando de usted para cualquier aclaración.

Atentamente

Por una humanidad culta.
Una universidad de excelencia

Dra. Laura Silvia Iñigo Dehud



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

Sello electrónico

LAURA SILVIA ÑIGO DEHUD | Fecha:2020-08-11 11:16:41 | Firmante

L05AzPckb5kdW8hX7O5YZ9czKDaU5sEt4Xs0e6A5SLuzyFmSYletHm7xnOn6whwhyUW5Hf8k+VAY0YbqqNbDTI5DK1oPu50EXIb8JtC8piH3xRfOofDMG+I5ZyiPgDoGM4q7PWhwxhMuqoAmun59tdrwUCcdEKGcHGHTPBcwOZ60X9ZGQitufJL6zSQ6x5kZhHAErarI0HPLDQpBrumqmbucPyDaa/pnqJvebU/x5g0xkHkgCzWr7MlfSeRZIVEQAPaL1E9/aktNZhNV//p71rWQxPwAghgYybjAeOXaC82hVLjozp11Gwe0LMRQxnEprQ+k+6zTg8ziu9uxdcbI3w==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[WjfiDT](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/8BleYAJy9oel26x3QwNM0vXXS7G3zuxq>



Cuernavaca, Morelos a 26 de junio de 2020.

MTRO. HÉCTOR CUAUHTÉMOC PONCE DE LEÓN MÉNDEZ
COORDINADOR DE LA ESPECIALIDAD EN DISEÑO EDITORIAL
FACULTAD DE DISEÑO
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS
P R E S E N T E

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina: El diseño editorial como herramienta social: Libro, periódico y revista para públicos específicos

que presenta el(la) alumno(a):

Ana Del Ángel Gámez

Para obtener el diploma de Especialista en Diseño Editorial. Considero que dicha tesina reúne los requisitos necesarios para ser sustentada en el examen de grado por lo que doy mi **VOTO APROBATORIO** para que se proceda a la defensa de la misma.

Lo anterior con base en que en su trayectoria como estudiante ha cumplido de forma excelente con los requerimientos académicos, y la tesina cumple con el nivel de calidad requerido, así como los productos de diseño editorial derivados del trabajo de la estudiante.

Sin más por el momento me despido, quedando de usted para cualquier aclaración.

Atentamente

Por una humanidad culta.
Una universidad de excelencia



Dra. Lorena Noyola Piña



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

Sello electrónico

LORENA NOYOLA PIÑA | Fecha:2020-08-12 21:51:24 | Firmante

MSYKSMul7U4nVpznGFxuxTjWw7/Ze/SjOQN9VY9GGIYoHleCrm8HXZwOG6EIT1ujvA65vUvTy21Mvx+Z3EZ9c03A74zjkiMGRMIRW/+Tyu+L7qnOnG+SYiBW9LGdfGGKCCpm
aFTsN0kSErGvqmtKkjPXNFYB7u/HWlxxkZDVBPmV7KilJqh/Ed9Bb6v83j3WDQ/MSTs9Q0s7OewpJjvWq5EaTVxJGXrRjQoj9dTDPPEoTg0SPdKwWgmLCAhQbA3Oqpp8AbHr
sdHaNfRyp/kVNQzu8Whm1J8T9d+bdNUV4wXLD2rDSu0Kj/BG0UAj0OoOsJw+EadZZNOKrexoZHuTXw==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o
escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[ky4Tjg](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/EEXtBzlwIHFrR80DQg1SZQUwjUCMYnJ>



Cuernavaca, Morelos a 12 de agosto de 2020.

DRA. LORENA NOYOLA PIÑA

ENCARGADA DEL DESPACHO DE LA DIRECCIÓN DE LA FACULTAD DE DISEÑO
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS
P R E S E N T E

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina: **El diseño editorial como herramienta social: Libro, periódico y revista para públicos específicos.**
que presenta la alumna:

ANA DEL ANGEL GÁMEZ

Para obtener el diploma de Especialista en Diseño Editorial. Considero que dicha tesina reúne los requisitos necesarios para ser sustentada en el examen de grado por lo que doy mi **VOTO APROBATORIO** para que se proceda a la defensa de la misma.

Lo anterior con base en: Considero que la tesina y los productos han sido planeados y realizados con un alto criterio en estructura, investigación y diseño, obteniendo como resultado un proyecto que cumple con todas las expectativas necesarias de la Especialidad en Diseño Editorial.

Sin más por el momento me despido, quedando de usted para cualquier aclaración.

Atentamente

Por una humanidad culta.
Una universidad de excelencia



Mtro. Héctor Cuauhtémoc Ponce de León Méndez



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

Sello electrónico

HECTOR CUAUHTEMOC PONCE DE LEON MENDEZ | Fecha:2020-08-12 18:29:35 | Firmante

PzdFY2i4m8JqkIUjSe7uoqenS1/Z5XcrP/VcbWVG81yibtzdMoPaGSTMIi3yj/zj0sxUkBO+afbbB/OPojl8T/xyvnnqnuK8FthO/Q2VQqfHRiVzqNFDZgCoXhu9uMx/r//LTXermw/12LEmTYZ9UBNjytNk9kYR+vlowfLoMW1f4UvDq4mVEHH7ux2S2uQ935EEJzGf6apy10dw6486Wh3mBmeg/GDbGsWC5QvfKbKiwZQK6aM4qCISw0xLhRvjCb8Ad9RCvlwe1nOI6I/BNlUqFFKwTIPMXTyJLfWttoWoeK/J9Fgj5OR7N36j+qg1wZxD0dm18hV9do22pLT4w==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



i07Q8S

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/hzau1g4exAHRRRu4deMHN1DjdHP1kucx>



Cuernavaca, Morelos a 12 de agosto de 2020.

MTRO. HÉCTOR CUAUHTÉMOC PONCE DE LEÓN MÉNDEZ
COORDINADOR DE LA ESPECIALIDAD EN DISEÑO EDITORIAL
FACULTAD DE DISEÑO
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS
P R E S E N T E

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina: El diseño editorial como herramienta social: Libro, periódico y revista para públicos específicos, que presenta la alumna:

ANA DEL ANGEL GÁMEZ

Para obtener el diploma de Especialista en Diseño Editorial. Considero que dicha tesina reúne los requisitos necesarios para ser sustentada en el examen de grado por lo que doy mi **VOTO APROBATORIO** para que se proceda a la defensa de la misma.

Lo anterior con base en: La tesina reúne los requisitos necesarios de contenido y refleja la gestión del diseño editorial, cumpliendo con los puntos establecidos en los lineamientos de titulación de la Especialidad en Diseño Editorial.

Sin más por el momento me despido, quedando de usted para cualquier aclaración.

Atentamente
Por una humanidad culta.
Una universidad de excelencia

Mtra. Percy Valeria Cinta Dávila



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

Sello electrónico

PERCY VALERIA CINTA DAVILA | Fecha:2020-08-13 17:56:51 | Firmante

lhoAsZBc2Fut7dRk23YQd2jCNgz7HTe8/fkK2ITX4ZDB0BYawde+FugOPWAGOaalryZ4G5ZitXtUhq3+FW8S0of2VJxpcfE4qNIAQRKvTKndL+N8T/zBWTw5stGvillO+IaIGA9rc
qyIPDn32iWqz0Y97ilRnCjBUvg3ckBfyKz4AYE4O9KwBV60yYjRda24S7GTqBxVOfrg7B4478CCQ6fwAZMs8N3IFWw/bRRgfZPdzTnFWcTvo2GeDg9d1Er44Dadzrx5E5n/I9V45/V
g9AFIrlvKISS0Dd2I1XmNihPyW2Y2I/W9MtO4ALvzWS3oVIR/W5YyynbMe8yRtNgA==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o
escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[noCVZR](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/cRH9ofwMbcqBwS5thgakuq5E64bMdxYP>



Cuernavaca, Morelos a 12 de agosto de 2020.

MTR. HÉCTOR CUAUHTÉMOC PONCE DE LEÓN MÉNDEZ
COORDINADOR DE LA ESPECIALIDAD EN DISEÑO EDITORIAL
FACULTAD DE DISEÑO
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS
P R E S E N T E

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina: El diseño editorial como herramienta social: Libro, periódico y revista para públicos específicos

que presenta el(la) alumno(a):

Ana Del Angel Gámez

Para obtener el diploma de Especialista en Diseño Editorial. Considero que dicha tesina reúne los requisitos necesarios para ser sustentada en el examen de grado por lo que doy mi **VOTO APROBATORIO** para que se proceda a la defensa de la misma.

Lo anterior con base en: La tesina refleja un manejo excelente de los conceptos adquiridos a lo largo de la Especialidad y cumple con todos los puntos establecidos en los lineamientos de titulación de la Especialidad en Diseño Editorial.

Sin más por el momento me despido, quedando de usted para cualquier aclaración.

Atentamente
Por una humanidad culta.
Una universidad de excelencia

Mtra. Cindy Patricia Acuña Albores



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

Sello electrónico

CINDY PATRICIA ACUÑA ALBORES | Fecha:2020-08-12 20:18:44 | Firmante

QnFIWDqLwj7BU6LluCDukZLhuwmt0vSM79lJ5ny0LezQ/8urrvK3h+1bzznRwQnPh/qHYc00TWtwiXgFKVrkDsD7nGLq5HDmLW4glTana04PIKMBqdfKUxvAYGN8ENhNyiJjj66U
uJ7+AnLyYlhVW9dgtMs1Fs9mbNFffMUenJMapsipLPH1oKWTlpFgOosFY8UYt0uX4gSvGpG6ra9qJT2SZuq+sN+BPaxO1K7RsymK5q9/11+R3m1zFvdB3qc5jTYeqqPzKfnl0Gg
zPeGKpQv3KkHv8JWx1heGgYB/yEhxiPHRHxyY3/sVCzVJvd8L0dWWrQt5Xokpk7lqbXpBsw==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o
escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



bce7C1

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/XKn6Cpljix0u0RI1dPlpb3oPd7zP8Gei>

