

FACULTAD DE
DISEÑO



D Especialidad en
Diseño Editorial

**LA ILUSTRACIÓN EN EL DISEÑO EDITORIAL COMO
NARRATIVA EN LOS LIBROS INFANTILES**

Tesina para obtener el diploma en:

Especialista en Diseño Editorial

Presenta:

Lic. Nadia Silvia Juárez González

Director de tesina:

Dr. Antonio Makhoulouf Akl

Codirector de tesina:

Mtra. Percy Valeria Cinta Dávila

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

Un especial agradecimiento a CONACYT como patrocinador del proyecto realizado como tesina de especialidad durante el programa de estudio de la Especialidad en Diseño Editorial.

Agradecimientos

Agradezco a todas las personas que me ayudaron a llevar a cabo esta investigación:

A mis profesores, gracias por compartir sus conocimientos.

A mi director de tesina Dr. Antonio Makhoulouf Akl, gracias por su paciencia y guía.

A mis lectores la Mtra. Valeria Cinta, la Dra. Laura Iñigo, Dra. Lorena Noyola, al Mtro. Esteban Martínez, y al Mtro. Héctor Ponce, gracias por su apoyo y consejos.

A mis compañeros Reyna, Ana, Karen y Ulises, gracias por compartir el aula con ustedes.

A mis padres Silvia y David, a mis hermanos y a Aldo Jiménez.

ÍNDICE

1. Introducción	1
Objetivo General	2
Objetivos Particulares	2
Justificación	3
2. Antecedentes.....	4
2.1. Antecedentes históricos del Diseño Editorial	4
2.1.1. La invención de la escritura.....	4
2.1.2. La invención del papel.....	5
2.2. Evolución del alfabeto y el nacimiento de las primeras tipografías.....	7
2.2.1. Libros en los monasterios	9
2.2.2. Primeras imprentas y el diseño renacentista.....	10
2.2.3. La Revolución Industrial	11
2.2.4. El surgimiento de los “Ismos”	11
2.2.5. El diseño editorial contemporáneo.....	14
2.3. Perspectiva de la literatura infantil.....	14
2.4. Generalidades del Diseño Editorial.....	15
2.4.1. Definición y Función del Diseño Editorial.....	16
2.4.2. El Lenguaje visual	17
2.4.3. La Sección Áurea	22
2.5. Procesos para la producción editorial.....	23
2.5.1. Medios impresos y publicaciones	24
2.5.2. Características del papel	26
2.5.3. Maquetación	28
2.5.4. Retícula	28
2.5.5. Tipografía	32
2.5.6. El párrafo.....	34
2.5.8. La Imagen.....	39
2.5.9. Impresión	40
2.5.10. Encuadernación	44
3. El Periódico	46
3.1. Antecedentes del periódico	46
3.3. Partes del periódico	51
3.4. Secciones del periódico.....	51

3.5.	Maquetación del periódico	53
3.6.	Proyecto de periódico infantil “El Quijote”	55
3.6.1.	Justificación.....	56
3.6.2.	¿A quién va dirigido?.....	56
3.6.3.	Perfil del Consumidor (Target).....	56
3.6.4.	Secciones.....	57
3.6.5.	Formato.....	58
3.6.6.	Encuadernación	58
3.6.7.	Papel	58
3.6.8.	Maquetación	58
3.6.9.	Retícula	59
3.6.10.	Párrafo	60
3.6.11.	Tipografía	60
3.6.12.	Color.....	61
3.6.13.	Tipos de ilustración	63
3.6.14.	Presupuesto Periódico “El Quijote”	63
4.	La Revista.....	64
4.1.	Antecedentes de la revista.....	64
4.1.1.	Las revistas infantiles	66
4.2.	Partes de la revista.....	67
4.3.	Secciones de la revista	70
4.4.	Proceso editorial	70
4.5.	Proyecto de revista infantil “Luciérnaga”	71
4.5.1.	Justificación.....	71
4.5.2.	¿A quién va dirigido?.....	71
1.1.1.	Perfil del Consumidor (Target).....	72
4.5.3.	Secciones.....	73
4.5.4.	Formato.....	74
4.5.5.	Encuadernación	74
4.5.6.	Papel e impresión	74
4.5.7.	Técnica de impresión	75
4.5.8.	Maquetación	76
4.5.9.	Retícula	76
4.5.10.	Márgenes	77
4.5.11.	Párrafo	77
4.5.12.	Tipografía	77

4.5.13.	Color.....	79
4.5.14.	Ilustración	79
4.5.15.	Presupuesto Revista “Luciérnaga”	80
5.	El libro.....	81
5.1.	Antecedentes del libro.....	81
5.2.	Partes del libro	81
5.3.	Proyecto del libro infantil “Cuentan las abuelas”	85
5.3.1.	¿A quién va dirigido?.....	85
5.3.2.	Perfil del consumidor (target)	88
5.3.3.	Formato.....	89
5.3.4.	Encuadernación	90
5.3.5.	Papel	91
5.3.6.	Técnica de impresión	92
5.3.7.	Maquetación	92
	Retícula	93
5.3.8.	Tipografía	94
5.3.10.	Ilustración	95
6.	Conclusiones	97
7.	Bibliografía.....	100
8.	Anexos.....	102

1. Introducción

Todas las herramientas del ser humano son una extensión de sus capacidades. Por ejemplo, un automóvil es una extensión de sus piernas, un cuchillo es una extensión de sus dientes. Siguiendo esa línea de pensamiento la escritura es una herramienta que funciona como extensión de la memoria porque permite que nuestros pensamientos perduren en el tiempo. Además, nos brinda la capacidad de proyección, es decir, nos permite comunicarnos con aquellos que no están presentes, que no conocemos y aún con aquellos que todavía no han nacido.

Durante gran parte de la historia de la humanidad el libro ha sido el principal vehículo de las ideas. Permitió la difusión y la preservación del conocimiento ya que es una extensión de la memoria. Asimismo, la forma de hacer libros se ha modificado con el tiempo para comprender mejor y adentrarnos en la naturaleza de las publicaciones y poder así generar productos editoriales (periódico, revistas y libros) que sean gratos al lector y eficientes en la difusión de las ideas.

En esta presente investigación, hablaremos sobre los antecedentes del libro, revista y periódico y cómo estos se fueron extendiendo por el mundo, su evolución y los elementos que lo conforman cada uno. Describiremos todos los elementos que los conforman y cuáles son los procesos editoriales que se requiere para imprimirlos.

Asimismo, se hablará sobre cómo los libros infantiles son una herramienta importante para el desarrollo tanto cognitivo como emocional. Así como el texto y las imágenes permiten que un niño aprenda a leer y a desarrollar el gusto por la lectura. Asimismo, describiremos por medio de un análisis, cuáles son los elementos visuales y estéticos que funcionan mejor para realizar un libro, revista y libro infantil. Finalmente, se presentarán tres propuestas editoriales (libro, revista y periódico), dirigidos al público infantil con enfoque pedagógico y cultural.

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 para la planeación, estructuración, así como la ejecución de proyectos de diseño editorial.

Objetivos Particulares

- Justificar el diseño de tres productos editoriales: revista, periódica y libro infantil.
- Conocer las particularidades de los procesos del Diseño Editorial (Maquetación, tipografía, Formato, Color, Retícula, entre otros).
- Distinguir las diferencias entre el proceso de Diseño Editorial de adultos y niños.
- Conocer la historia del Diseño Editorial.
- Fortalecer las competencias de la dirección de arte editorial para medios impresos y digitales en concordancia con las LGAC de la EDE, del director de tesina.

Justificación

El motivo inicial de trabajar en el mundo editorial se basa en el deseo personal de adquirir nuevos conocimientos que contribuyan con el desarrollo de mis competencias profesionales y que brinden las herramientas necesarias para estar a la par en el campo laboral y contribuir al desarrollo social y a la divulgación de conocimientos en la creación de libros, revistas, periódicos, entre otros.

Por otro lado, aunque mi licenciatura se enfocó en periodismo y comunicación, mi gusto por el diseño editorial surgió en el último semestre. Por ello desde que me titulé siempre he buscado cursos, talleres y a personas adecuadas que me han ayudado a obtener mayores conocimientos en el ámbito del diseño.

Asimismo, he tenido la oportunidad de realizar proyectos independientes dentro del estado de Morelos desde el 2015. Posteriormente trabajé en una empresa en donde me dieron la oportunidad de aprender a hacer ebooks para diversas editoriales como Random House, Planeta, Pearson, entre otras. Esta última experiencia me abrió el panorama para saber que es mi vocación, diseñar un libro o ebook me motiva y me hace saber que es el camino correcto.

En lo personal, la parte que más me atrajo del Diseño Editorial fue descubrir todo el proceso que conlleva hacer un libro y sobre todo el “Libro infantil”, no solo por sus colores, texturas, formatos, tipografías e imágenes, sino que, al analizar estos elementos, noté la gran responsabilidad que recae en ellos, pues es el primero eslabón en donde se aprende a leer, escribir y en donde estimulamos y desarrollamos la imaginación, así como su aprendemos a desenvolvernos con el entorno a crear nuestro propio criterio y análisis.

Asimismo, su diseño trabaja de la mano con la pedagogía, psicología, entre otros, para que el libro sea un buen material de didáctico, de motivación, orientación y sobre todo despertar el deseo por la lectura desde la infancia.

2. Antecedentes

2.1. Antecedentes históricos del Diseño Editorial

Con el objetivo de comprender mejor cómo el diseño editorial llegó a tener la importancia que ostenta, es necesario conocer cuál ha sido su desarrollo a través de la historia. Esto nos dará las bases necesarias para entender a profundidad la relación que tiene con el ser humano. En este trabajo se analizarán todos los elementos necesarios para poder realizar piezas editoriales, esto con el objetivo de conocer el estado actual de la disciplina.

2.1.1. La invención de la escritura Cuando el ser humano descubrió las habilidades para producir sonidos y comunicarse con otros, dio un gran paso en la evolución social. Poco a poco, y al cabo de muchos años, la palabra hablada dio origen a la escritura. A su vez, esto permitió el desarrollo de las civilizaciones. Gracias a esto, la escritura ayudó a preservar los conocimientos, experiencias y pensamientos del hombre a través de la historia.

La escritura es el complemento del habla. Las marcas, los símbolos, las imágenes y las letras escritas o dibujadas sobre una superficie o sustrato se convirtieron en un complemento gráfico de la palabra hablada y del pensamiento no expresado. (Meggs, 2017 p.15)¹.

En su texto, Meggs menciona que, gracias a la escritura, los pensamientos se pueden plasmar y proyectar. Además, cualquier imagen al estar acompañada de un texto puede funcionar mejor y llegar al emisor de una manera más directa, sin ser manipulada.

Los primeros elementos gráficos consistían en pinturas rupestres, petroglifos e ideografías en cavernas. Estas antiguas manifestaciones gráficas se remontan hasta el año 4000 a.C aproximadamente (Meggs 2012). Con el tiempo surgen las primeras formas de signos abstractos que conocemos como escritura *Cuneiformes*. Meggs comenta que cuando se inventó la escritura, la religión dominaba la vida en los estados de Mesopotamia. Esto quiere decir que los sacerdotes controlaban los inventarios de dioses y reyes. Por ello, se originó un sistema para poner por escrito en tablillas de arcilla toda la información que se iba generando. Los pueblos de

¹ Meggs B. P. Historia del Diseño Gráfico. México: Trillas. 2012. p. 15.

Mesopotamia heredaron el lenguaje escrito a los fenicios y posteriormente, estos lo redujeron a sencillos signos fonéticos.

Asimismo, hubo un gran desarrollo en el lenguaje iconográfico como sucedió en el Antiguo Egipto donde se desarrolló un sistema de escritura basado en iconos llamados jeroglíficos los cuales llegaron hasta 3000 aproximadamente. Utilizaron como soporte de escritura el papiro, compuesto por fibras de una planta juncosa del Nilo. Poco a poco el idioma fue evolucionando hasta que estos iconos se fueron asociando a sonidos vocálicos con lo que su número descendió hasta que conformaron los antiguos alfabetos.

𐤀	𐤁	𐤂	𐤃	𐤄	𐤅	𐤆	𐤇	𐤈	𐤉
aleph	beth	gimel	daleth	he	waw	zayin	heth	teth	
'	b	g	d	h	w	z	h	t	
𐤊	𐤋	𐤌	𐤍	𐤎	𐤏	𐤐	𐤑	𐤒	𐤓
yod	kaph		lamed	mem			nun	samekh	
y	k		l	m			n	s	
𐤔	𐤕	𐤖	𐤗	𐤘	𐤙	𐤚	𐤛	𐤜	𐤝
ayin	pe	sade	qoph	resh	shin		taw		
'	p	s	q	r	sh/s		t		

Ilustración 1. *Alfabeto fenicio, 450 a.c.* Imagen recuperada de: <http://aprendiendoconlasetimologias.blogspot.com/2012/11/un-rincon-mas-fondo-el-alfabeto.html>. 10 de febrero 2020.

2.1.2. La invención del papel

A partir del año 2000 a.C. los chinos realizaron tres aportaciones muy importantes para la historia de la humanidad; una fue el sistema de escritura que hoy en día se sigue utilizando. Este sistema se le conoce como la “caligrafía” que es un conjunto de letras escritas con base en el flujo y ritmo de una pluma o cualquier borde que es utilizado para un trazado. Como lo menciona Meggs (2012), en donde definió la caligrafía como “el arte de representar con belleza los sonidos orales por medio de signos gráficos, o bien, la única bella arte gráfica de la palabra que ‘consiste en sustantivos sencillos”. Sin embargo, con el paso del tiempo, inventaron caracteres con base en elementos artísticos y naturales. Los utilizaron para expresar sentimientos, acciones, colores, entre otros. Así, remplazaron, el realismo de los jeroglíficos por diseños más abstractos. A este nuevo sistema de escritura se le dio el nombre de “logogramas”². Estos se caracterizan porque un símbolo expresa toda una idea completa.



Ilustración 2. *Ideografía*. Imagen recuperada de: https://es.wikipedia.org/wiki/Yin_yang. 10 de febrero 2020.



Ilustración 3. *Logograma*. Imagen recuperada de: Alfabeto fenicio, 450 a.c. Imagen recuperada de: <http://aprendiendoconlasetimologias.blogspot.com/2012/11/un-rincon-mas-fondo-el-alfabeto.html>. 10 de febrero 2020.

² Logograma: Sistema de signos utilizados para escribir (Escritura alfabética, silábica, ideográfica, jeroglífico).

En los siglos IX y X el método del pliego enrollado fue remplazado por un método más eficaz que simplificaba el espacio de almacenamiento. Consistía en doblar las páginas como un acordeón. Posteriormente en el siglo X y XI los libros ya fueron cocidos con las hojas en secuencia, dobladas en forma de códice.

Finalmente, la imprenta china es perfeccionada por Pi Sheng³. En el año 1032 d.C inventa los primeros tipos móviles que además eran reutilizables, dando lugar a la evolución de la comunicación visual extendiéndose por el occidente, llegando a Europa transformando para siempre su cultura.

2.2. Evolución del alfabeto y el nacimiento de las primeras tipografías

El alfabeto es un sistema de signos gráficos visuales que se emplean en la escritura a través de la articulación de la voz humana por unos sonidos consonánticos y vocálicos. Esto quiere decir que son variantes que clasifican las unidades dentro del lenguaje se articulan para construir sílabas o sea que al combinarse forman una lengua.

Meggs, explica cómo surgen las tipografías, gracias a la combinación de dos alfabetos, el fenicio y el griego ya que estos sistemas de escritura eran lenguajes cuneiformes como los jeroglíficos y la caligrafía china consistían en pictografías difíciles de manejar que requerían de mucho esfuerzo y tiempo para comprenderlas. En el caso de los fenicios, su escritura más antigua proviene de las ruinas de Fenicia, alrededor del segundo milenio a.C. Este pueblo de navegantes se estableció en costas del mar Mediterráneo, justo en el cruce de diversas rutas para el comercio internacional, lo que les permitió tener conocimiento de los jeroglíficos y la pictografía cretense. Sin embargo, buscaron un nuevo sistema que se adecuara a su lengua con base en la *acrofónica*, dando el nombre a la letra que comienza con

³ Pi Sheng: nació en Bianjing en el año de 990, fue el inventor de la primera imprenta con tipos móviles con porcelana china.

el sonido que emite, por ejemplo: “alfa, beta, gama, épsilon”. Posteriormente, los griegos tomaron este alfabeto por su utilidad y simplicidad, dando así, un gran paso para la comunicación gráfica.

En el caso del alfabeto griego, la gran variedad inicial de signos fue remplazada paulatinamente por alrededor de treinta signos básicos. Basados en cierta medida, en la pictografía cretense que utilizaba símbolos que aludían a figuras geométricas, partes del cuerpo humano, animales, entre otros elementos de la naturaleza que facilitaban la comprensión, sintetizando el mensaje y la información debido al reconocimiento y familiarización de las imágenes con lo real.

Los griegos cambiaron cinco consonantes por las vocales: a, e, i, o, u. Ya que su sonido no bloqueaba y tampoco creaba fricción audible. Asimismo, realizaron sus primeros diseños gráficos a partir de tomar los caracteres fenicios para formar trazos artísticos como por ejemplo las letras E y M que parecían a un cuadrado, así como la A en un triángulo equilátero y la O en un círculo. Desarrollaron un método llamado *boustrophedon*. Este sistema de lectura, se asemeja a la acción de labrar un campo de cultivo mediante un buey, la primera línea se lee de derecha a izquierda y la segunda línea de izquierda a derecha. Sin embargo, con el tiempo optaron por el sistema de leer sólo de izquierda a derecha.

Otra aportación de los griegos fueron las letras cursivas y unciales, Alejandro el Grande⁴ formó grandes bibliotecas llenas de pergaminos. A partir del alfabeto griego surgieron el etrusco, el latín y el cirílico convirtiéndolo en el padre de los alfabetos actuales.

Cuando los romanos conquistaron Grecia, enviaron a Roma las bibliotecas que encontraban, apoderándose de la literatura, el arte y la religión, que adaptaron a su civilización. Un claro ejemplo de esto es el alfabeto romano basado del alfabeto griego.

Los copistas que redactaban noticias y anuncios publicitarios, entre otros, comenzaron a utilizar el pergamino, hecho a base de piel. Remplazaron, agregaron

⁴ Alejandro el Grande o Magno, fue rey de Macedonia, Hegemón de Grecia, nació en el año 356 a.C.

y modificaron letras. Crearon diseños a partir de líneas geométricas. Así surgió la tipografía con patines (serif) y *capitalis quadrata* (mayúsculas cuadradas). Sin embargo, existía la dificultad para leer estos textos, ya que al escribir no había espacio entre cada palabra y todas eran mayúsculas con tipografía: capital rústica (mayúsculas rústicas). No obstante, la cultura y el alfabeto romanos han dejado un vasto legado, el cual ha servido de inspiración para el diseño y el lenguaje visual en el mundo.

2.2.1. Libros en los monasterios

Con la caída del Imperio Romano surge el imperio Bizantino, así da inicio la Edad Media que duró alrededor de mil años, desde la caída de Roma hasta el Renacimiento.

A pesar que la mayoría de la población era analfabeta, los monasterios eligieron preservar los libros y se transformaron en centros culturales, educativos e intelectuales. Asimismo, realizaron manuscritos iluminados que eran escritos a mano, con imágenes con oro y plata para reforzar el mensaje visual dando origen al diseño editorial.

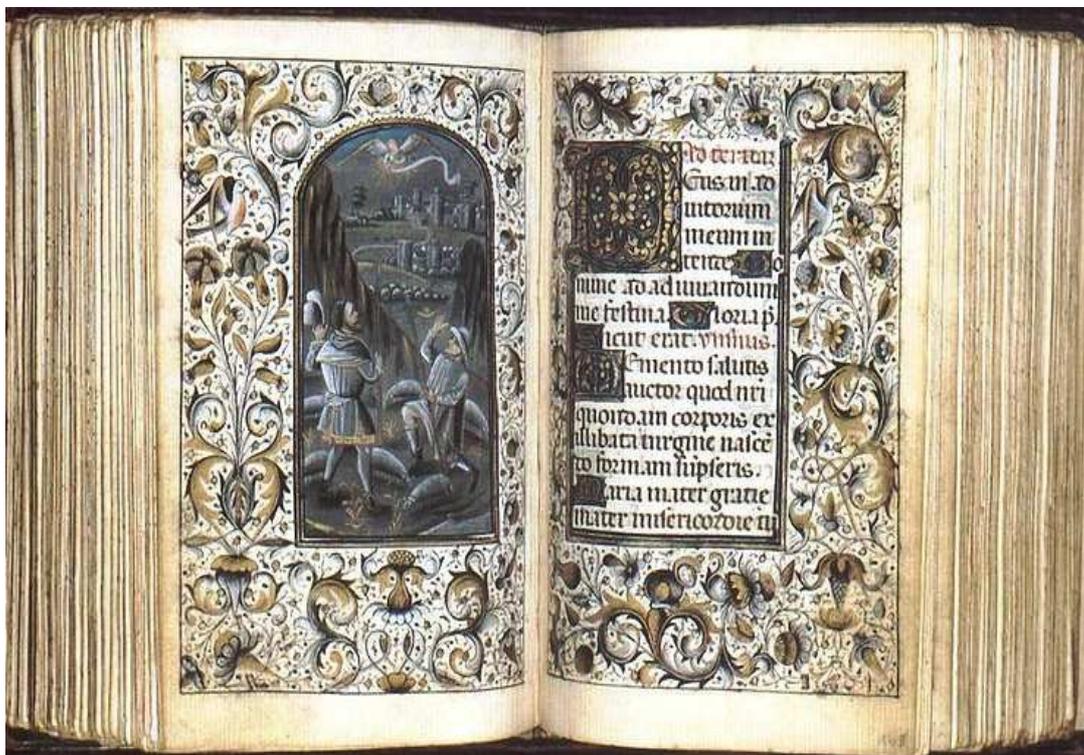


Ilustración 4. *Libro edad media*. Imagen recuperada de: <https://soybibliotecario.blogspot.com/2017/03/como-proteger-un-libro-maldiciones-medievales.html>. 20 de noviembre

Surgieron los primeros diseñadores, que emplearon “Tapas” hechas a base de madera, forradas con piel de animal, y decoradas con piedras preciosas y estos eran escritos dentro del *scriptorium*, (salón para escribir).

También se les da nombre a diferentes oficios dentro de la creación de libros, por ejemplo, *copisti*: el que escribía todo el tiempo; el ilustrador, se encargaba de las imágenes, *scrittori* el que realizaba la composición de las páginas y de las imágenes. Conforme evoluciona el estilo de la escritura, surgen las *unsiales*, (letras mayúsculas redondas con trazos libres). A finales del siglo VI surge la *semi-unciales*. Durante el siglo V d.C. Aparecen “El libro de Durrow” y “El libro de Kells”, con ellos surge un modelo de escritura llamada “Carolingia minúscula”, que incluía mayúsculas y minúsculas, dando origen a la tipografía moderna.

2.2.2. Primeras imprentas y el diseño renacentista

Después de la aparición de la escritura y el surgimiento del alfabeto, Meggs (2012), menciona que el surgimiento de la tipografía se convierte en el avance más importante en la civilización occidental, ya que permitió la transición de la Edad Media al Renacimiento. En Europa se incrementó la alfabetización, así como el número de estudiantes universitarios y libros. No obstante, el proceso para la creación de un volumen encuadernado era lento y costoso ya que se tardaban aproximadamente entre cuatro y seis meses. Gutenberg ⁵ realizó la primera prensa de imprenta, los tipos móviles y la Biblia de 42 líneas en el año de 1440. Para 1450 la producción de libros en serie se había extendido por toda Europa. Se llegó a un gran número de libros impresos por pueblos italianos, españoles y portugueses. Posteriormente, surge el primer libro ilustrado llamado *Der Ackerman Aus Böhnem* impreso mediante el método de Gutenberg por el agricultor Albrecht Pfister, en el año de 1460.

Durante el Renacimiento, Venecia adopta una forma en el prototipo del diseño editorial con base en flores silvestres y enredaderas inspirados en las culturas islámicas orientales. Esta ornamentación se puede apreciar no solo en los libros, sino en la arquitectura y el mobiliario.

⁵Johannes Gutenberg, inventor de la prensa de imprenta con tipos móviles moderna, y la Biblia de 42 líneas en 1440. <https://www.gutenberg.org>

Erhard Ratdolt, Bernhard Maler y Peter Loeslein fueron los innovadores del diseño arquitectónico y del manuscrito. Realizaron el “Calendarium” que consistía en 60 diagramas aproximadamente, contaba con los eclipses lunares solares, así como el cálculo de los ciclos solares. Para decorarlos, incluían tres bordes, un margen exterior que abarcaba la mitad del ancho de una columna de texto.

Otro evento surgido durante el Renacimiento fue el regreso de Erhard Ratdolt a Augsburgo, en donde publica su llegada en una hoja suelta tipo imprenta, demostrando la diversidad de los tamaños y estilos en la tipografía.

2.2.3. La Revolución Industrial

Durante periodo de la Revolución Industrial en el siglo XVIII, las inmensas máquinas aceleraban el proceso de impresión sustituyendo al fotograbado y a las placas de impresión manual por linotipos, revolucionando la composición, el grado de detalle y complejidad, mediante el sistema de medición de tipografía con base en los puntos. Este avance tecnológico ayudó a reducir el tiempo y permitió crear nuevas fuentes tipográficas y familia de fuentes como: la *Negrita* y la *San Serif*.

En el siglo XIX, se generalizó el interés por la renovación y por la producción de libros en masa. En oposición a esta forma de pensar, surge en Inglaterra el Movimiento de las Artes y Oficios con el objetivo de preservar el diseño y la destreza manual. Este movimiento conocido en inglés como *Art and Crafts* fue creado por William Morris⁶ y Walter Crane⁷, quienes apoyaban la idea de preservar los elementos la belleza y el buen diseño artesanal lejos de lo industria. (Harris, 2009: 34)

2.2.4. El surgimiento de los “Ismos”.

⁶ William Morris, nació en Londres el 3 de octubre de 1834. Fue un arquitecto, diseñador textil, traductor, poeta, novelista y activista social.

<https://www.biografiasyvidas.com/biografia/m/morris.htm>.

⁷Walter Crane, nació en Londres el 15 de agosto de 1845. Diseñadore y el mayor exponente del movimiento Arts & Crafts.

<https://www.buscabiografias.com/biografia/verDetalle/4267/Walter%20Crane>

A partir de 1890 se desarrollan los “Ismos”, corrientes filosóficas que utilizaban el estilo decorativo en todas las ramas del diseño; arquitectura, mobiliario, moda, y los gráficos. Abrieron una brecha para una revolución visual.

Por ejemplo, el surgimiento del *Art Nouveau a finales del siglo XIX* fue un “estilo de transición” convirtiéndose en el inicio del movimiento moderno. A través de sus ideas resurgen los procesos y las formas en la arquitectura moderna, en el diseño industrial, en las artes gráficas y su forma abstracta. Ante la decadencia y el materialismo de la época anterior, se inclina por los elementos de la naturaleza y la belleza femenina, usando líneas asimétricas y una variedad de colores.

El siglo XX, trajo consigo una serie de cambios lo social, cultural, y económico. Se generalizaron algunas tendencias que habían surgido anteriormente, como son el remplazo de la monarquía por la democracia, el socialismo, así como los avances tecnológicos como los autos, el cinematógrafo creado por los hermanos Lumière, la transmisión inalámbrica de la radio. Sucesos políticos como la declaración de Independencia de Bulgaria y la Primera Guerra Mundial. Se gesta un desarrollo en el diseño, en la pintura, la poesía y la arquitectura.

El Cubismo surge como un movimiento artístico que arrasa con los 400 años de la influencia renacentista. Le sigue el futurismo que, con base en el cubismo, transformó lo tradicional para convertir el diseño en una composición más dinámica y de diferentes perspectivas de una misma obra.

El Dadaísmo, se origina como un movimiento literario que se desarrolló por una rebelión en contra de la Guerra Mundial y la decadencia de la sociedad. Desarrollando un vocabulario visual adoptado del cubismo. Se propagó rápidamente y fue una gran influencia para el diseño gráfico. (Meggs, 2012). El surrealismo se inclinaba por una fe poética hacia el hombre con su espíritu, algo imaginario e irracional.

A principio del siglo XX, también surge La *Staatliche Bauhaus*, escuela de la arquitectura, diseño, artesanías y las Bellas Artes. Fundada en el año de 1919 aproximadamente en Weimar, Alemania. Considerada un parteaguas para los artistas de la época. Trabajaba a través de la filosofía de construir un nuevo Orden Social debido a la violenta lucha por la economía política y la cultura por la que

estaba pasando Alemania. Es por esto que la escuela contiene el “Manifiesto de la Bauhaus”, que la establece:

La construcción completa es el objetivo final de todas las artes visuales. Antes, las funciones más nobles de las bellas artes eran embellecer los edificios; constituían componentes indispensables de la gran arquitectura. Hoy las artes existen aisladas. Los arquitectos, pintores y escultores deben estudiar de nuevo el carácter compositivo del edificio como una entidad. El artista es un artesano enaltecido. En los escasos momentos de inspiración, la gracia divina motivará que su trabajo florezca como arte trascendiendo su voluntad consciente. Pero el perfeccionismo de su oficio es esencial para cualquier artista. En esto reside la fuente principal de la imaginación creativa. (Walter⁸, 1919).

Para Johannes Itten, quien impartía un curso establecido por Bauhaus lo importante era mejorar el diseño alemán innovando para construir el futuro, liberar aptitudes, incentivar la creatividad, la conciencia, la capacidad intelectual y la experiencia de los estudiantes a través de los fundamentos del diseño. Pero con el tiempo abandona la escuela debido a desacuerdos con su filosofía. Bauhaus iba evolucionando hacia el expresionismo y un mayor énfasis en el racionalismo y en los grandes diseños de las máquinas y el futuro, sin tiempo que perder. Esta visión de continuo desarrollo los llevó incluso, a cuestionarse el uso de mayúsculas. Herbert Beyer, maestro del taller de tipografía de la Bauhaus se cuestionaba “¿para qué necesitamos dos alfabetos distintos? La A mayúscula y la a minúscula tienen exactamente el mismo sonido.” (Novin, 2016)

El artista húngaro Lazlo Moholy-Nagy, afiliado a Bauhaus, tuvo gran interés en la tipografía, y sus piezas, en las que combina fotografía y tipografía marcaron la pauta para muchos estilos de maquetación que habrían de usarse después (Novin, 2016). En 1923 escribió:

La tipografía es una herramienta de la comunicación. Es la comunicación en su forma más intensa. El énfasis debe estar en la claridad absoluta, ya que esto distingue los caracteres que usamos en nuestra escritura contemporánea de las formas pictográficas antiguas. (Moholy-Nagy en Novin, 2016).

⁸ En 1919, Walter Gropius fundó una escuela de diseño, arte y arquitectura en Weimar. Walter Gropius llamó a la nueva escuela *Staatliches Bauhaus*.

2.2.5. El diseño editorial contemporáneo

Más allá de los “ismos”, el siglo XX fue un campo fértil para la investigación sobre tipografía, maquetación y diseño editorial. Jan Tschichold (1902-1974), fue uno de los tipógrafos más importantes del siglo, y su legado se puede ver en textos que se han vuelto lectura obligada para muchas generaciones de diseñadores: Su libro *Die neue Typographie* (La nueva tipografía) sentó las bases de la tipografía actual y el Penguin *composition rules* es considerado el primer Manual de estilo para una colección de libros. Este manual lo desarrolló mientras trabajaba en la editorial Penguin, para la que realizó más de 500 portadas de libros.

Para los años 40, los avances en las tecnologías de impresión permitieron lograr una gran eficiencia al conseguir hasta 3000 impresiones por hora. Como nunca antes, durante el siglo XX el texto impreso en papel estaba en todas partes, al punto de causar una crisis ecológica debido a la deforestación causada para obtener materias primas para la fabricación de papel.

A finales de siglo, la tecnología digital habría de transformar definitivamente el diseño editorial. La generalización de la computadora personal dio lugar al surgimiento de la “publicación de escritorio”, término usado para describir el proceso de diseño editorial realizado desde una computadora, lo que logró simplificar y abaratar las operaciones. Antes del uso de las computadoras, la maquetación se realizaba mediante la fotocomposición, que involucraba maquinarias grandes y costosas.

En 1985 surgió el programa Pagemaker, diseñado para usarse con la computadora Apple Macintosh. Este programa se basa en el principio WSWYG, acrónimo de *what you see is what you get* (lo que ves es lo que obtienes en inglés) que permite visualizar en pantalla el resultado final de lo que se va a imprimir. Paulatinamente, se han desarrollado computadoras de mayor capacidad de procesamiento, y con ellas, software que mejora con cada generación. Algunos de ellos son: Aldus Pagemaster (1985), Quarkxpress (1987), Microsoft Publisher (1991), adobe Indesign (1999), y el software libre Scribus (2000).

2.3. Perspectiva de la literatura infantil

La literatura infantil como concepto es algo relativamente nuevo. Durante muchos años la literatura infantil no era considerada como tal, los libros eran de carácter moralizador que transmitían ideas semejantes a la de los adultos.

En el siglo XIX, surgen los primeros libros escritos para niños con el objetivo social de formar nuevos ciudadanos o buenos cristianos. Este concepto comenzó a perfilarse gracias, en parte, a los hermanos Grimm (1812) que compilaron los cuentos de “Blancanieves”, “Caperucita roja”, entre otros y que fueron inspirados por Charles Perrault, quien, en 1697, publicó un libro con varios cuentos. Esto dio lugar a muchos escritores que más adelante hicieron lo mismo en sus respectivos países. En el siglo XX, la literatura infantil además de ser un instrumento didáctico, logró convertirse en un medio a través del cual las niñas y los niños se les permiten la fantasía y las recreaciones lúdicas, como lo menciona Montaya (2003).

No obstante, escribir para niños es una tarea muy difícil, el Isaac Singer; Premio Nobel de literatura, manifestó: “Escribir para niños es mucho más difícil que escribir para adultos”. En conjunto de otros autores propusieron una iniciativa para considerar la literatura infantil como algo digno trascendiendo a los medios de comunicación y dedicando espacios especialmente para ellos, pues son los futuros lectores de la literatura.

2.4. Generalidades del Diseño Editorial

El Diseño Editorial es un proceso de creación visual como el arte, la diferencia radica en que este se construye a través de ideas y emociones de un artista, mientras que en el primero cubre exigencias prácticas.

Un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de "algo", ya sea de un mensaje o un producto. Para hacerlo fiel y eficazmente. El diseñador debe buscar la mejor forma posible para que ese "algo" sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser sólo estético sino también funcional, mientras refleja o guía el gusto de su época. (Wong, 2009 :41).

Ya que es un proceso previo de imágenes mentales, en la búsqueda de una solución para la vida cotidiana. El diseño involucra diversos aspectos como: la forma y el color, la función del objeto y la interacción con la sociedad. Para este proceso se debe tomar en cuenta la funcionalidad, operatividad, eficiencia y utilidad del objeto del diseño.

Para Wong 2009⁹, es importante combinar lo estético con lo funcional para que perdure por mucho tiempo. Las modas van y vienen, pero cuando un producto es de buena calidad pueden durar generaciones. Eso ayuda a la economía y al medio ambiente.

Esta disciplina desarrolla una actividad creativa con técnicas que consisten en composiciones que conllevan diferentes aspectos informativos, estadísticos, de identidad, persuasión, tecnológicos, productivos y de innovación que van dirigidos a un público objetivo determinado. Cuando hablamos de diseñar nos referimos a: “Al proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos con miras a realización de objetos destinados a producir comunicaciones visuales.” (Frascara, 2000:19).

Para Harris¹⁰ (2010), el proceso de diseñar debe permitir que se desarrollen soluciones más exactas, y para ello, se requieren seguir ciertos pasos:

- Ideación. Investigar las necesidades del usuario y satisfacer las necesidades.
- Creación del prototipo. Debe ser revisada antes de ser entregada al cliente.
- Selección. Se comparan las soluciones de la propuesta con el objetivo.
- Implementación del proyecto y su entrega final.
- Aprendizaje. Con base en este paso, los diseñadores pueden mejorar sus propuestas haciendo una retroalimentación con el cliente.

Por ello, es importante pensar en todo, no solo en lo que al diseñador o al cliente les puede gustar, o al cliente. Se debe hacer estudio de mercado y con base en eso se puede llegar a satisfacer las necesidades del cliente con excelentes resultados.

2.4.1. Definición y Función del Diseño Editorial

Es una rama del Diseño Gráfico y también considerada como una forma de periodismo visual. En el ámbito profesional esta disciplina ha desarrollado diversos productos editoriales como: revistas, libros, periódicos, gacetas, manuales, informes, catálogos, folletos, carteles, entre otros. A partir de una diagramación o

⁹ Wucius Wong nace en 1936 en China, pintor y figura principal del Movimiento de Nueva Tinta de Hong Kong.

¹⁰ Paul Harris, Metodología del Diseño. España: Grupo Editorial Norma, S.A. p. 6.

maquetación. Esto sirve para organizar diversos contenidos tanto de medios impresos como electrónicos. El Diseño Editorial también sirve para difundir, promover, persuadir, comunicar, entretener y educar a través de textos e imágenes que facilitan el entendimiento y estimulan una mayor comprensión mediante la estructuración de mensajes que cumplan su función dentro de la sociedad, siendo capaces de plasmar y componer diferentes conceptos.

Cada publicación editorial presenta características particulares dirigidas a diferentes públicos: el mensaje, lenguaje, sintaxis y la utilización de códigos visuales, son estructuras necesarias para que el lector capte la información que el emisor desea enviar. El Diseño Editorial debe estar conformado por elementos gráficos que ayudan a la comprensión y manipulación del mensaje. Puede ser a través del uso de la tipografía, la retícula, los colores, imágenes como ilustraciones, gráficos, diagramas, entre otras. Al ser usadas forman una pieza única para lograr conceptualizar el contenido que se desea transmitir. Entre más largo sea el mensaje mayor comprensión de lo presentado.

El Diseño Gráfico, como el Marketing o el Diseño de Packaging, que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretener, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones. (Zappaterra, 2008:6).

La diferencia entre el Diseño Gráfico y una publicación editorial puede ser que uno va enfocado más a vender un producto a través de cualquier tipo de imagen, y una publicación editorial puede promover, difundir e instruir por medio de la lectura al público.

Dentro de la industria del diseño editorial, existen diferentes funciones que facilitan la realización de un producto y su publicación dentro de un equipo editorial. Es importante que desde un inicio se establezcan, normas y se dictamine el papel de cada especialista con base en sus conocimientos. Así el trabajo se realiza con éxito para llegar a las librerías y puestos de periódicos. Así es adquirido por el público.

2.4.2. El Lenguaje visual

Analiza el contenido de los mensajes por medio de la Semiótica o Semiología. Esta se encarga de estudiar a los signos. Un signo es cualquier cosa que representa a otra.

Para varios autores como Charles Morris¹¹, Charles Peirce¹² y Roland Barthes¹³ es fundamental la Semiótica y coinciden que dentro de los sistemas de comunicación el elemento más importante para que el receptor comprenda el mensaje, es la utilización del código entre él y el emisor.

La semiótica estudia tres tipos de sistemas para transmitir un mensaje:

Comunicación verbal	Es la que utiliza los signos lingüísticos.
Comunicación escrita	No tiene espacio ni tiempo. La comunicación que hay entre el emisor y el receptor puede no ser inmediata e incluso puede no producirse. Lo escrito perdura eternamente. Utiliza expresiones gramaticales, de sintaxis y léxicas.
Comunicación visual	Es la transmisión de ideas e información que se percibe a través de la vista. Se suele presentar o expresar en imágenes bidimensionales en cualquier medio impreso y digital.

Ilustración 5. *Sistemas de transmisión del mensaje*. Imagen propia basada en el libro de María Acaso, *El Lenguaje Visual*. España: Paidós, 2009. P. 24

Entre estos tres conceptos, la comunicación visual es ajena a la verbal y a la escrita debido a que usamos el sentido de la vista por lo tanto esta no necesita aprenderse para entender su significado. Tiene un carácter universal y es entendible por cualquier individuo en diferentes culturas y es el sistema de comunicación que se asemeja a la realidad.

Por otro lado, está la Imagen a la que podemos llamar de diferentes maneras como:

- Información Gráfica.
- Producto visual.

¹¹ Charles William Morris, nació en 1901 en Estados Unidos, fue un filósofo y semiótico.

¹² Charles Peirce, nació en 1839 en Estados Unidos, fue un filósofo, lógico y científico.

¹³ Roland Barthes nació en 1915 en Francia, fue un filósofo, escritor, ensayista y semiólogo.

- Desarrollo plástico.
- Texto icónico.
- Artefacto visual.
- Representación visual.

Todos estos términos hacen referencia a:

- La realidad.
- El emisor que representa lo que hace en determinado contexto.
- El receptor que interpreta con base en su contexto.

Para la semiología, “representar” consiste en sustituir la realidad a través del lenguaje visual, así como “interpretar” consiste en otorgar un significado a las representaciones.

Esto quiere decir para el receptor que, con base en sus experiencias, recibe el mensaje dependiendo de su contexto. Al igual con el emisor. El mensaje es decodificado dependiendo del contexto. Una imagen no es una realidad, es una interpretación de cada individuo, dependiendo de su contexto.

Para Acaso¹⁴ (2009), una imagen también puede representar mucho, poco o nada la realidad, todo depende del grado de iconicidad. También asociamos este término con representaciones bidimensionales. Para Pierce, existen tres tipos de signos visuales que son: la huella, ícono y símbolo, estos trabajan bajo los signos desde el discurso Denotativo y Connotativo. A continuación, se mostrará a través de un esquema los tipos de signos que trabajan por medio de discurso Denotativo y Connotativo.



Ilustración 6. Esquema Connotativo y Denotativo. Imagen de elaboración propia basada en el libro de María Acaso. El

Para Acaso (2009), el discurso denotativo es aquel que trabaja para que el mensaje sea similar entre varios observantes, y como ejemplo pone a una manzana en donde todos ven lo mismo. Pero en el discurso connotativo, se refiere a cada individuo observa la misma manzana, pero le dan diferentes interpretaciones.



14 Ilustración 8. *Manzana de Adán y Eva*
<https://www.tes.com/lessons/PkXn0byRFpYCxw/se-sion-3-con-la-historia-adan-y-eva-dios-crea-y-salva>



Ilustración 7. *Manzana*. Imagen recuperada de: 20
<https://www.pinterest.com.mx/pin/485262928577174106/>

Como ya mencionamos la Semiología de la imagen y el lenguaje visual son los códigos de toda comunicación visual. Para comprender una lectura hay que descubrir cuál es el discurso connotativo. Se deben analizar el qué y para quién va dirigido el mensaje y con qué intención, es por eso que se vuelve necesario saber cuáles son las herramientas el lenguaje visual.

Herramientas del Lenguaje Visual	
Tamaño	Nos ayuda a disminuir o ampliar y comparar las cosas.
Forma	Definen los límites físicos de un objeto, pueden ser naturales o artificiales. (hechas por el hombre).
Color	Contiene información para transmitir diversos significados. Ciertos colores pueden provocar sensaciones ya sea de aprobación o rechazo.
Iluminación	-Da significado a los objetos mediante la cantidad de luz reflejada en el mismo. -Ayuda a que los espacios o los objetos transmitan diferentes mensajes. -Las luces pueden provocar sensaciones negativas o positivas en el estado de ánimo de una persona o espacio.
Textura	-La primera se desprende exclusivamente de la percepción visual, independientemente de que coincidan. -La segunda depende directamente de la percepción táctil.
Composición	Es la organización de todos los elementos reunidos dentro de un espacio.

Ilustración 9. *Esquema de las Herramientas del Lenguaje Visual*. Imagen propia basada en el libro de María Acaso. El Lenguaje visual. 2009.

Así como se necesitan conocer las herramientas del Lenguaje Visual, al crear un producto editorial es necesaria la utilización de elementos básicos que son importantes, ya que estos son fundamentales en la comunicación visual. “A partir de estos elementos, la imagen se crea dando el mensaje a través del uso de los elementos visuales”. (Dondis, 2017: 35).

Punto	Es el mínimo elemento de expresión visual. No tiene mucha carga expresiva, pero mediante la repetición se pueden producir efectos de direccionalidad, texturas y formas.	Textura	Proporciona realismo. Puede ser táctil, visual. Sus texturas pueden ser rugosas, ásperas, suaves, etc.
Línea	Sucesión imaginaria de puntos que representamos en un plano a través del dibujo. Tiene una dirección y grosor. Delimita, enmarca, crea figuras, áreas de luz, sombras y volúmenes.	Escala	Hace posible la reducción o ampliación de un objeto sin alterar su forma o estructura.
Contorno	Es una línea continua que delimita un espacio vacío o no. Los hay en círculo, cuadrado o en triángulo.	Composición Visual	La distribución o posición de los elementos dentro del diseño.
Dirección	Todos los contornos expresan una dirección, tiene un significado asociativo y es una herramienta para la confección de mensajes visuales.	Movimiento	Solo se puede ver. A través de los medios audiovisuales. Sin embargo, se puede dar a entender por medio de las texturas y las dimensiones.
Color	Es la impresión producida por un tono de luz a través de los ojos. Estos se relacionan por medio de las emociones.	Dimensión	Representación volumétrica de los formatos bidimensionales.
Tono	Nos ayuda a que los objetos de acuerdo a la cantidad de luz u oscuridad permitiendo generar figuras y fondos.	Equilibrio	Toda composición requiere de equilibrio ya sea axial que corresponde a todo lo que se organiza según uno o más ejes presentes o implícitos.

Ilustración 10. *Esquema de los Elementos Visuales*. Imagen propia basada en el libro de Donis, A. Dondis. La sintaxis de la imagen. 2017. P. 53.

2.4.3. La Sección Áurea

Es un elemento que se debe considerar en un diseño al pensar en el tamaño y la forma del soporte de la página. Y para ello, es importante encontrar la sección áurea. Esta nos indica el punto visual más importante de la imagen. La proporción áurea es una herramienta que nos permite hacer una composición armónica. Nace del número áureo y es representado por la letra Phi en honor al escultor griego Fidias, su valor numérico es: 1,618.

La Sección Áurea es la división armónica de una recta en medio y extrema razón, esto hace referencia a que el segmento menor es al segmento mayor, como ésta es a la totalidad de la recta. (Iñigo, Makhlouf, 2014:63).

La Sección Áurea es muy importante porque depende de que exista una relación entre la proporción y la armonía, incluso dentro de la naturaleza podremos encontrar una construcción geométrica.

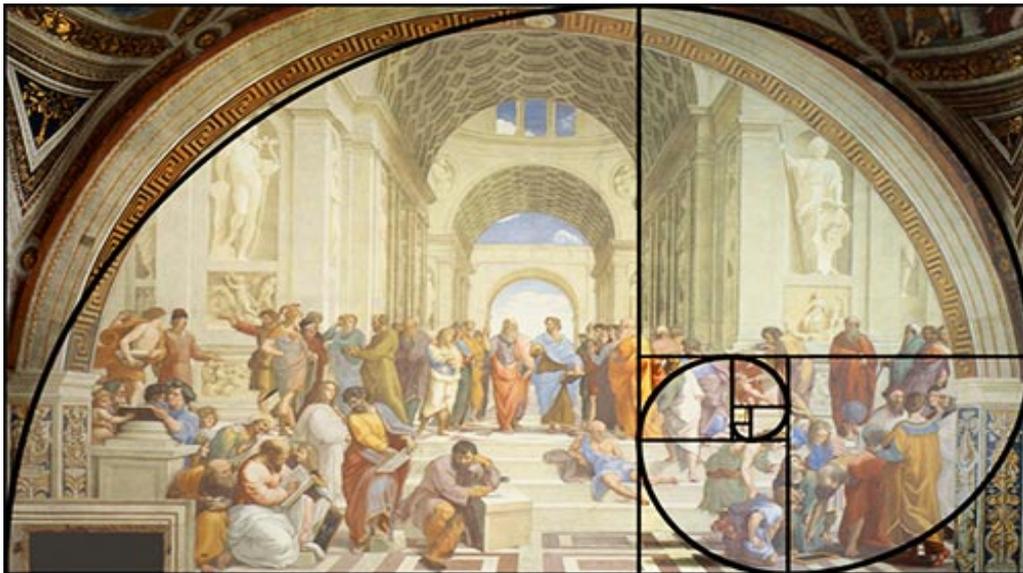


Ilustración 11. *La sección Áurea*. Imagen rescatada de: <https://www.pinterest.com/pin/860046860063606173/>

2.5. Procesos para la producción editorial

Cualquier pieza editorial sea un libro, revista o periódico requiere de un proceso previo a la impresión. Para ello, son necesarios 10 pasos indispensables. Esta tabla nos muestra todo el trabajo previo que requiere cualquier libro, revista, periódico u otro medio impreso que tenemos en nuestras manos o vemos exhibido en un estante, gracias a este proceso, tenemos acceso a la lectura y al conocimiento desde 600 años aproximadamente.

A continuación, se mostrará una tabla del proceso que conlleva hacer cualquier

Procesos para la producción editorial			
Autor	Realiza la obra original	Impresor	Realiza la producción en papel a través de los sistemas de impresión.
Editor	Dirige todo el proceso de la producción. Es el responsable de que se lleve cabo el contenido y llegue al lector.	Encuadernador	Corta, pega y da forma a las hojas impresas en cualquier terminación, ya sea, con espiral, pastas duras, delgadas, entre otras.
Diseñador	Realiza la maquetación en forma gráfica mediante las características, elementos visuales y las normas editoriales.	Distribuidor	Distribuye y comercian los libros, revistas, periódicos en los puntos de venta.
Corrector	Revisa y coteja la ortografía y la corrección del estilo.	Librero	Es el vendedor o responsable del establecimiento donde fueron distribuidos los libros.
Preprensa	Se encarga de la parte final de la producción editorial. Se da la salida de los archivos en cualquier medio de impresión (Offset, serigrafía o digital).	Lector	Decide comprar o recomendar la lectura.

Ilustración 12. *Procesos para la producción editorial*. Imagen propia basada en Iñigo, Makhlof. Diseño Editorial, Manual de conceptos básicos, 2014. Cap. 9.

2.5.1. Medios impresos y publicaciones

Un medio de comunicación impreso o digital, trasmite información a través de un mensaje perceptible visualmente con el objetivo de informar generando un impacto en la sociedad. Su mensaje puede consistir en vender (si es de tipo publicitario), educar, convencer, exhortar, entre otras. Pueden contener temas políticos, económicos, sociales, culturales, infantiles, etc. Sus conceptos gráficos son tipográficos, ilustrativos y seriados y finalmente los elementos que se deben incluir es el tamaño, imagen, tipografía, color y texto. A continuación, mencionaremos algunos de los medios impresos más comunes en el ámbito editorial.

Volantes

Un volante es un medio impreso tamaño media carta, un cuarto de carta, medio oficio o un cuarto de oficio. Sirve para hacer constar algo. Generalmente se distribuye mediante una persona que reparte de mano en mano al público.

Folletos

Es un poco más específico que el volante, contiene más información e imágenes. Existen diversos tipos de folletos como: díptico, tríptico, tetrápico y políptico. Su distribución consiste en colocarse en puntos de venta o de servicio.

Cartel

Se forma más por elementos gráficos que por texto. Su tamaño normalmente es a partir de un tabloide. Sirve como medio de difusión y divulgación. Se utiliza como apoyo a campañas comerciales, políticas, obras de teatro, películas entre otros. Los carteles se exhiben en establecimientos o en las calles.

Espectacular

Contiene elementos como texto e imágenes. Tiene grandes dimensiones. Se utiliza en espacio de exhibición como las calles o espacios públicos. Asimismo, existen publicaciones que nos permite llevar cierta información al conocimiento del público a través de sus diversas formas (Periódico, Revista y Libro).

Periódico

Es un medio de comunicación de publicación periódica de orden cronológico. Contiene información de sucesos ocurridos casi de inmediato. El tamaño más común es el tabloide.

Libro

Es una obra impresa o digital. Se presenta mediante un conjunto de hojas de papel, papiro, pergamino u otro material. Contiene letras, imágenes y deben tener una extensión mínima de 46 páginas para que se pueda considerar como tal. Según la definición de la UNESCO, su gramaje debe ser de 80 a 120 grs.

Revista

Contiene artículos, entrevistas, publicidad, fotografías entre otros. Puede ser semanal, quincenal, mensual, bimestral o semestral. Existen revistas especializadas, informativas, de entretenimiento y científicas y se dirige a cualquier público.

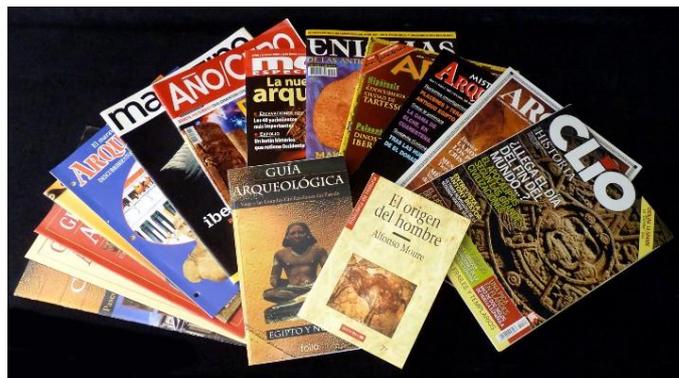


Ilustración 13. *Medios impresos, publicaciones.* Imagen recuperada de: <https://en.todocoleccion.net/collectables-magazine-newspapers/lote-revistas-libros-sobre-arqueologia-e-historia-varios-titulos-castellano~x113246807>

2.5.2. Características del papel

Como se mencionó en el capítulo de los antecedentes, el papel es elemento más importante para una publicación impresa. Cuando lo inventaron los chinos, se propagó hacia el occidente hasta llegar a Europa. Durante la invención de la imprenta de Gutenberg el papel aumentó su demanda y con ello su transformación en el uso y aspectos.

Propiedades del papel			
Clases	Couché, Eurokot y Bond.	Densidad	Cuando el papel tiene menor densidad, es mayor la opacidad.
Opacidad	Su medida es el porcentaje, debido a que su reflejo atraviesa en el reverso: 70% a 90%.	Brillo	Es la medida en escala que va desde el cero al cien por ciento de brillo, esto quiere decir que entre más brillo, mayor es el reflejo de la luz.
Blancura	Su porcentaje es aproximadamente de 55 a 95%.	Hilo o grano	Dirección de la fabricación del papel.
Color	Son con base en los pigmentos sólidos y fibras de color.	Humedad relativa	La humedad debe estar entre los 45% a 55% para evitar arrugas.
Textura	Sus acabados son irregulares, granulado, poroso, rugoso, entre otros.	Resistencia al dobléz	Se refiere a la resistencia del papel al quebrarse o romperse.
Lisura	Entre mayor sea su lisura, mejor su reproducción en la imagen.	Peso	El papel en gramaje es de 60, 75, 135 gm. Para Cartulina es de 210, 255, 338 gm.

Ilustración 14. *Propiedades del papel*. Elaboración propia basada en Íñigo y Makhoulouf 2014

Lo primero que se debe considerar para una publicación es a quién va dirigido. Después el tipo de mensaje que se va a proyectar. Para ello se deben conocer los procesos y los soportes de impresión. También se debe tener conocimiento en la

materia para poder elegir el formato del papel y establecer un equilibrio entre las necesidades del cliente. (Zapparreta, 2008.p.127).

2.5.2.1. Formatos de papel

Las proporciones como el formato y la tipografía dentro del diseño son el resultado de la observación de nuestro entorno. Hace 300 años el formato del papel estándar era de 406 x 508 aproximadamente. De esta se dividen dos más, que formato de un cuarto y el de un octavo.

En Estados Unidos, surgieron nuevos formatos, esto con el objetivo de economizar la hoja de impresión estándar con las nuevas medidas de 216 X 279 mm o 229 X 305 aproximadamente. (Kane 2009, p. 111).

Ahora, existen medidas preestablecidas que facilitan la elección para los distintos proyectos gráficos como el formato europeo que tiene el nombre del sistema IOS (*International Organización for Standarization*), y fue propuesto por Wilhem Ostwald. Este formato tiene una cierta medida que sirve para que todos los tamaños que se utilizan partan de uno solo.

Esto quiere decir que, al doblar el formato a la mitad, da lugar a otra medida exactamente en la misma proporción. La hoja A0 mide 1m² a partir de este descenden las demás medidas.

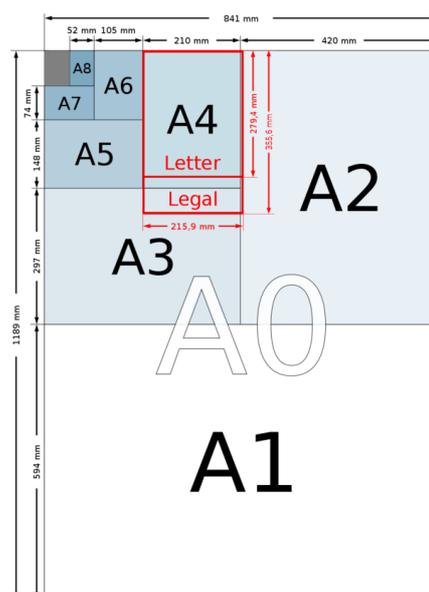


Ilustración 15. *Formatos de papel*. Imagen recuperada de: <https://megustalapapeleria.com/2017/05/26/medida-de-un-a4-dina4-en-pulgadas/>

2.5.3. Maquetación

Es la forma de organizar en un espacio los elementos del diseño de los diversos formatos de medios de comunicación. Ya sea en formato digital o impreso. Una vez hecha la selección del producto editorial, la tipografía, las imágenes, la paleta de color, el tamaño de papel y el público a quien va dirigido, se realiza la retícula para depositar el texto y tratar el diseño.



Ilustración 16. Maquetación. Imagen rescatada de: <https://www.domestika.org/en/projects/114161-maquetaciones-modulares>.

2.5.4. Retícula

Es la herramienta más importante dentro del diseño. Se usa para ubicar y contener todos los elementos dentro del diseño, nos dará un resultado más exacto. Nos ayuda a definir los parámetros y a organizar la información en una página coherentemente visual.

Para Bhaskaran¹⁵ (2006), la elección de una retícula depende mucho del tipo de publicación. Sin embargo, entre más columnas se empleen, mayor será la solución para un diseño creativo.

¹⁵ Lakshmi Bhaskaran, ¿Qué es el diseño editorial?, 2006, Index Book SL. España. p. 64

Para Kane (2012), una retícula es un elemento de composición en el diseño. Se basa en la alineación y sirve de guía para distribuir todos los elementos dentro de un formato. Contiene elementos básicos que cumplen con una función con base en las necesidades del diseño.

Una retícula es una trama de líneas horizontales y verticales que se intersecan a intervalos regulares. En el diseño tipográfico un sistema reticular es un método para organizar y clasificar el texto en una página, y también amplificar su significado. (Kane, 2012 :178)

Estos autores concuerdan en que una retícula es la parte más importante para el diseño editorial. Esta herramienta ayuda a armonizar visualmente la información para el lector.

Es importante considerar ciertas características que ayuden a realizar el producto editorial. Para construir una retícula adecuada una vez seleccionada la información, la tipografía, el número de imágenes, y el contenido se deben clasificar y ordenar cronológicamente a través de las líneas guías, márgenes, medianil y columnas que sirven para facilitar el diseño. Sin embargo, se debe considerar que todos los problemas de diseño pueden variar. Por ello, se debe exigir que la estructura reticular sea útil para cada elemento particular. (Samara, 2002).

Cualquier diseño implica la resolución de una serie de problemas visuales y organizativos. Nos ayuda a presentar todas las piezas (imágenes, tablas, símbolos y textos), para una mayor resolución de un problema aportando asimetría.

Toda retícula contiene partes básicas de una página como: los márgenes, líneas de flujo, zonas espaciales, marcadores, módulos y columnas. Todas ellas se basan en la alineación, la distribución de los elementos y el formato.

Anatomía

1. Columnas

Alineaciones verticales separadas por divisiones (medianil). Pueden tener diferentes anchos y un número indeterminado.

2. Módulos

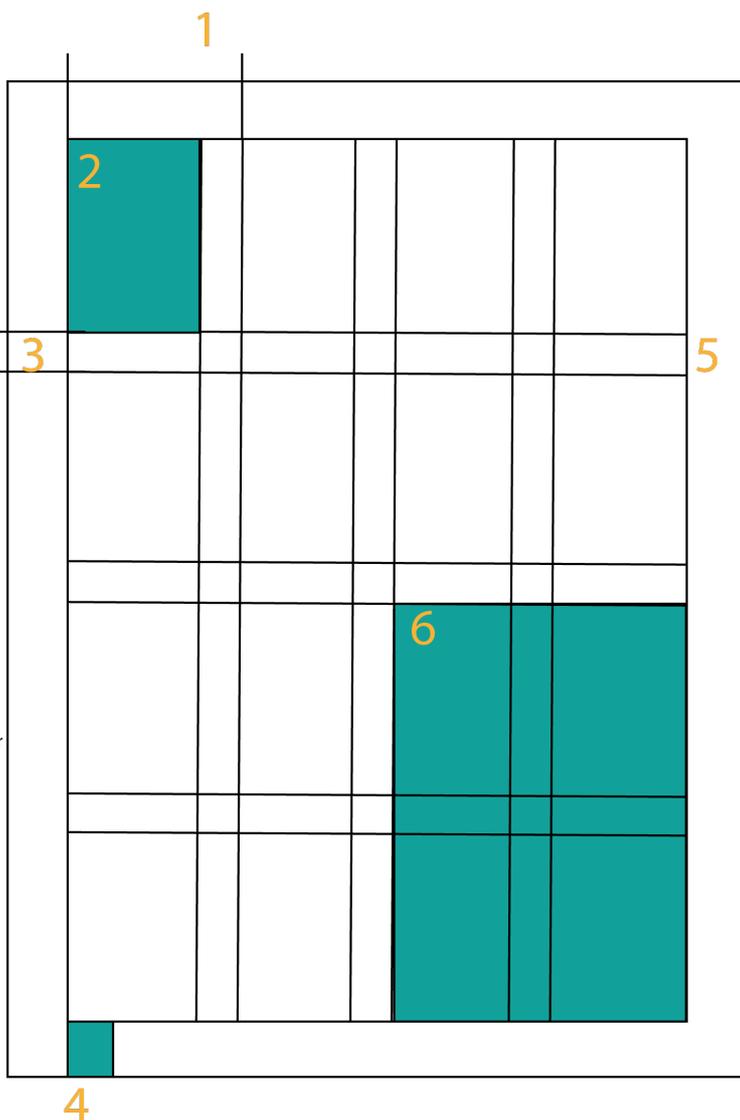
Unidades individuales de espacio que se repiten a intervalos regulares en el espacio.

3. Líneas de flujo

Alineaciones que dividen el espacio horizontalmente. Sirven para guiar al ojo por el formato y pueden utilizarse para acentuar, marcar o poner puntos de inicio para textos.

4. Marcadores

Indicadores de posición para folios, etiquetas de sección, logotipo o algún otro elemento.



5. Márgenes

Espacios negativos entre el borde del formato y el contenido. Las proporciones de estos contribuyen a:

-Generar tensión en la composición.

-Atraer la atención hasta el contenido.

-Espacio de descanso para el ojo.

-Puede contener numeración o información adicional.

6. Zonas espaciales

Grupos de módulos, que en conjunto forman claros espacios identificables.

Ilustración 17. Partes de la retícula. Imagen rescatada de: <http://matiasosandon.blogspot.com/2018/05/investigacion-reticulas.html>

A continuación, la descripción de algunos tipos de retículas más utilizadas para realizar, un libro, revista o periódico.

Manuscrito

Se utiliza principalmente en libros por su tipo de estructura sencilla y por utilizar una sola columna rectangular abarcando la página casi en su totalidad.

De columnas

Se utiliza en caso de tener más elementos visuales. Al usar una retícula de dos o más retículas las podemos utilizar ya sea para revistas, manuales o periódicos. Las columnas se pueden combinar imágenes con texto.

Modular

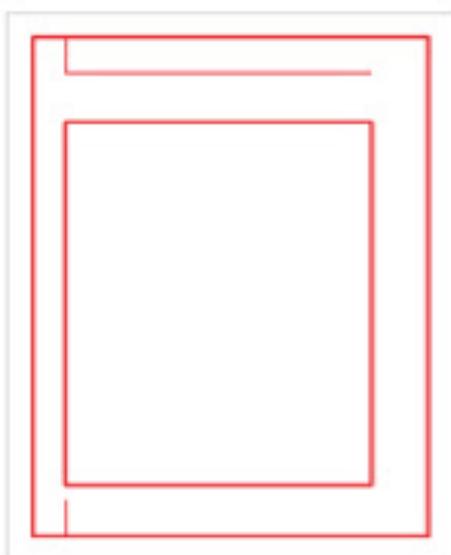
Este tipo se utilizan para proyectos más complejos.

Tienen líneas de flujo horizontales que ayudan a subdividir las columnas fijas creando celdas llamadas “módulos”, y estos se definen como zonas espaciales.

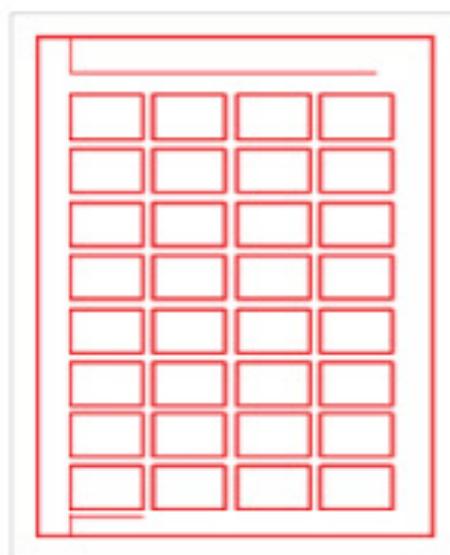
Jerárquica

Se basa en jerarquizar los diversos elementos de manera espontánea en diferentes posiciones y en la disposición intuitiva.

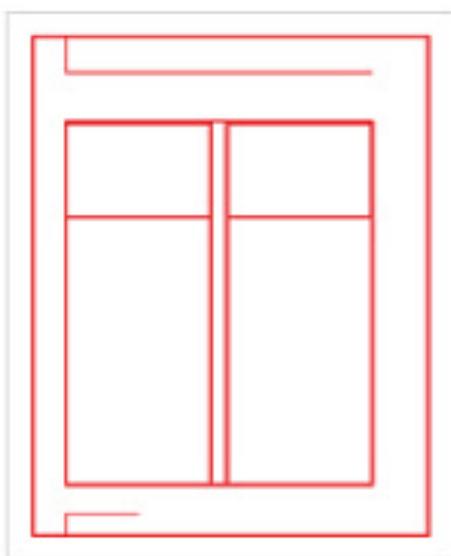
Retícula de Manuscrito



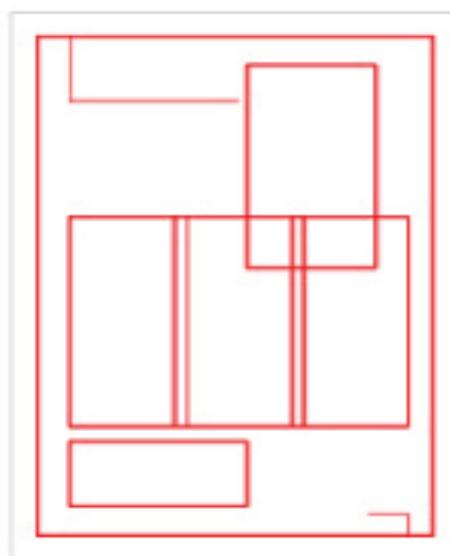
Retícula Modular



Retícula de columnas



Retícula Jerárquica



2.5.5. Tipografía

Es uno de los componentes más importantes en los proyectos de diseño. Ayuda a dar forma a composiciones expresivas que faciliten la lectura. Una tipografía nos permite dar composición para los titulares, subtítulos, capitulares, destacados, listas, pies de ilustración entre otras. (Samara, 2010: 107).

La tipografía es el determinado estilo de letras que se emplean para escribir un texto. Ha evolucionado a medida del crecimiento en los nuevos procesos de impresión, desde la contribución de los tipos móviles de Gutenberg, pasando por los avances tecnológicos del siglo XIX, hasta la transformación digital de nuestra era.

En su texto, Zapparreta menciona la importancia de llamar la atención del lector a través de la tipografía. No solo importa lo que el autor escribe, sino que también se debe buscar armonizar, diseñar e innovar un libro, una revista o cualquier medio impreso o digital. “Los lectores buscan algo diferente en una revista, donde la variación, espacio y el uso coherente de los elementos del diseño son parte de sus expectativas.” (Zappaterra, 2014:171).

La lectura debe ser una experiencia agradable y accesible para el lector. Por ello se componen de varios elementos y cada uno tiene un significado particular. Esto ayuda a que exista una armonía y un estilo en el diseño. Asimismo, una tipografía puede utilizarse como elemento decorativo en portadas, y usarse como una forma de manipulación a través de la imagen, el significado, interlineado, y las familias tipográficas.



Ilustración 17. Fuentes tipográficas. Imagen recuperada de: <https://elpinguinotolkiano.wordpress.com/2015/09/7/las-fuentes-tipograficas-cinzel-un-toque-moderno-con-un-estilo-clasico/>

Fuente tipográfica

Una fuente tipográfica es aquella que agrupa todo tipo de variaciones de un tipo de letra. Proporciona al diseñador un conjunto de estilos diferentes que al complementarse entre sí crean una herramienta útil. Las fuentes tipográficas adquieren normalmente el nombre de su diseñador, la tendencia estética o la corriente artísticas donde se originan.

Familias Tipográficas

Una familia tipográfica es un grupo de signos que comparte rasgos similares, cada miembro de la familia se parece entre sí. Sin embargo, cada una tiene sus rasgos propios. Estas suelen ser nombradas con base en la fecha de creación, sus orígenes o corrientes artísticas que las influenciaron. Están clasificadas por grupos.

La mayoría de las tipografías vienen acompañadas por familias, esto quiere decir que tienen variaciones. Ya sea que tengan diferente grosor o cursiva. Esto ayuda a que se pueda elegir una familia tipográfica y no perder la continuidad del texto. (Bhaskaran, 2006: 68).

CINZEL NORMAL
CINZEL NEGRITA
CINZEL «BLACK»
CINZEL DECORATIVE NORMAL
CINZEL DECORATIVE NEGRITA
CINZEL DECORATIVE «BLACK»

Ilustración 29. *Familia tipográfica*. Recuperado de: <https://www.bigbanglogo.com/tipografias-el-ingrediente-clave-de-tu-identidad-visual/>

2.5.6. El párrafo

Durante la edad media, los libros se escribían de una manera en la que no existían las líneas blancas que dividieran un párrafo del otro, solo se distinguían porque al escribir a renglón seguido, se empleaba una ornamenta o un calderón de color rojo. Generando problemas de comprensión y visión en la lectura.

Posteriormente, el calderón siguió su curso prevaleciendo por mucho tiempo dando pie a un nuevo estilo que consistía en iniciar cada párrafo en línea aparte y aplicando una sangría es así como surge un nuevo diseño en los libros.

Para De Buen (2005), el párrafo es donde se determina la apariencia del texto. Es una unidad integral en donde se desarrollan las ideas explicando su sentido o justificación. En un libro por muy pequeño que sea existe una organización. Por ejemplo: en un volumen puede dividirse en varios tomos y estos a su vez se separan por capítulos y posteriormente el artículo y finalmente en incisos lo que forman el párrafo.

Un diseñador editorial, analiza el texto, pero sobre todo el primer párrafo. Ya que este, determina su extensión y la complejidad de los subsecuentes. Es ahí donde se define la estructura, tono, estilos, ritmo y longitud.

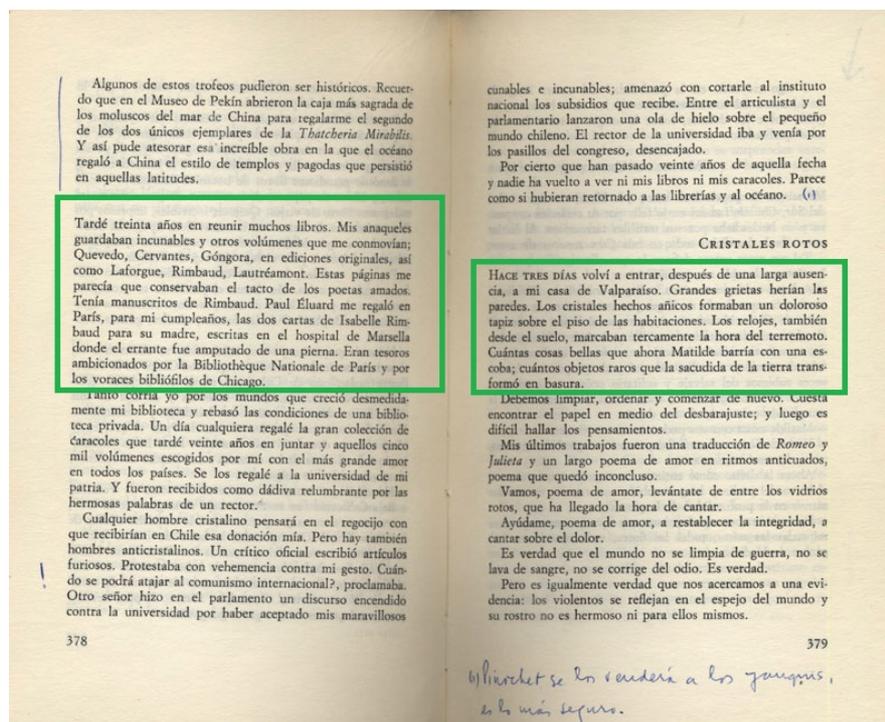


Ilustración 18. Párrafo. Imagen rescatada de:
<http://www.blogladoscuro.com/2013/05/presentacion-del-manuscrito-parte-3-los.html>

De Buen (2005), recomienda que cuando los párrafos son cortos, estos adquieren tenuidad y ligereza estimulando al lector a seguir con la lectura. Por el contrario, si son muy extensos, exigen mayor concentración.

Como ya se mencionó, un párrafo es una forma de división que hay en un texto, sirve para dividir una idea de otra. Se caracteriza por tener una letra mayúscula al inicio de cada párrafo y un signo como el punto y aparte. Algunos de los tipos de párrafos más comunes son: Párrafo medieval, alemán, tradicional y tradicional con sangría.

Existen cuatro formas de alineación: a la izquierda, centrado, a la derecha y justificado de ambos lados. Sin embargo, la selección de cualquiera de estas alineaciones, debe ser con base en el equilibrio para que el texto sea legible y fácilmente comprendido sin distracciones visuales.

A continuación, se describen algunos de los párrafos más utilizados para una publicación.

Párrafo ordinario

Es aquel que abre con una sangría en el primer renglón y termina con uno más corto tirado hacia la izquierda.

Párrafo moderno o en bloque

Surge debido a desacuerdos entre diseñadores editoriales con respecto a estos formalismos y sugieren la absoluta abolición de las sangrías para dar pie a un nuevo párrafo moderno, pues no necesitan de esta. Bastaba con línea final de cada párrafo. Sin embargo, para De buen (2005), no es del todo cierto, debido a que no siempre terminaba a la izquierda el párrafo ya que podría llegar hasta el tope de lado derecho.

Párrafos separados

Estos funcionan mejor en páginas formados en dos o más columnas, nos permiten una lectura relajada debido a los descansos breves.

Párrafo francés

A diferencia del párrafo moderno, el francés aplica sangrías en todos los renglones por excepción del primero. Este funciona muy bien para índices y cuadros sinópticos

Párrafo epigráfico

Este estilo, aparece cuando se centra en la columna todos los renglones, tanto de lado izquierdo como el lado derecho. De Buen (2005), menciona que la lectura se vuelve molesta por los movimientos del ojo ya que sus comienzos son indeterminados en cada línea.

Párrafo en bandera

Por su forma natural de composición y por ser muy parecido a la escritura manual. Es considerado el más eficaz en el siglo desde el siglo XX, al ser constante todos los espacios entre palabras, logrando el control en las tonalidades del texto. Se sugiere utilizarlo cuando las columnas son angostas, ya que elimina problemas de espaciamiento, así como evitar sangrías, de preferencias aplicar renglones en blanco para diferenciar el párrafo de uno con otro.

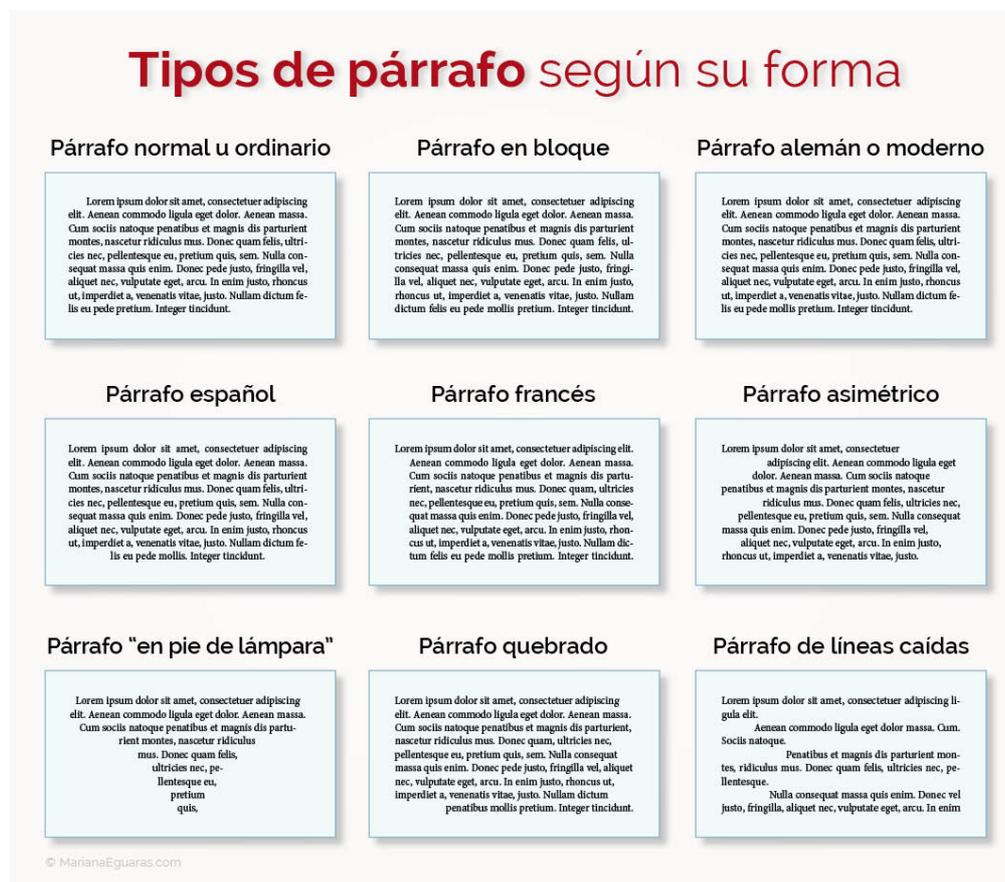


Ilustración 19. Tipos de párrafos. Imagen recuperada de: http://marianaeguaras.com/wp-content/uploads/2017/07/tipos-de-parrafos-segun-su-composicion_marianaeguaras.jpg

2.5.7. El color

Para comprender mejor la utilización de un color, es preciso analizar qué es y cómo se crea un color. Ya que este se utiliza en la pintura, la fotografía, los medios audiovisuales, en el diseño y hasta en la música.

¿Pero a ciencia cierta qué es el color? Según en la Real Academia Española, no es, más que solo la percepción que recibe el cerebro a través de los ojos, y estos contiene células receptoras llamadas “Conos y Bastones” que se estimulan cuando reciben la luz.

Ortiz (2002), menciona que existe una teoría descrita con base en la observación de Isaac Newton en 1666. Que la luz, está formada por distintas longitudes de onda y son las que nos dan el “Aspecto cromático”. Este se crea al pasar un pequeño destello de luz a través de un prisma, reflejando el “Espectro visible”, que es lo que perciben los ojos y se encuentran entre los 380 y los 780 nanómetros por encima, y por debajo, existen longitudes de onda que son invisibles para el ojo humano.

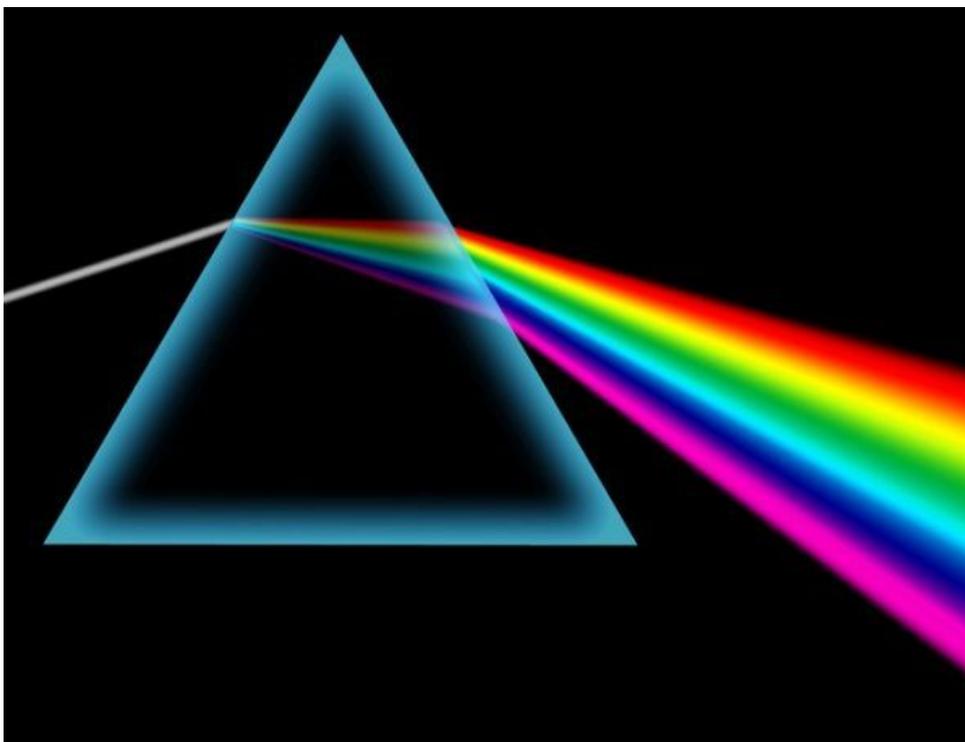


Ilustración 20. *Prisma de Newton*. Imagen recuperada de: tainga.net/+ciencia_educacion/el-prisma-de-newton-post-de-fisica_hmhh2

Asimismo, Ortiz (2002), menciona que los colores se dividen en dos partes. Los que son luz, que se consiguen con la mezcla aditiva de tres colores primarios el Rojo, Verde y Azul (RGB). Estos al mezclarse entre si, nos da como resultado el color blanco, sin embargo, si los quitan dan un resultado contrario (el negro), lo que se le conoce como la ausencia de luz.

Por otro lado, existen los colores *Pigmento*, estos se forman a través de la síntesis sustractiva de los colores. Esto quiere decir que los colores primarios como el Cían, Magenta y Amarillo al mezclarse dan como resultado un obscuro pardo.

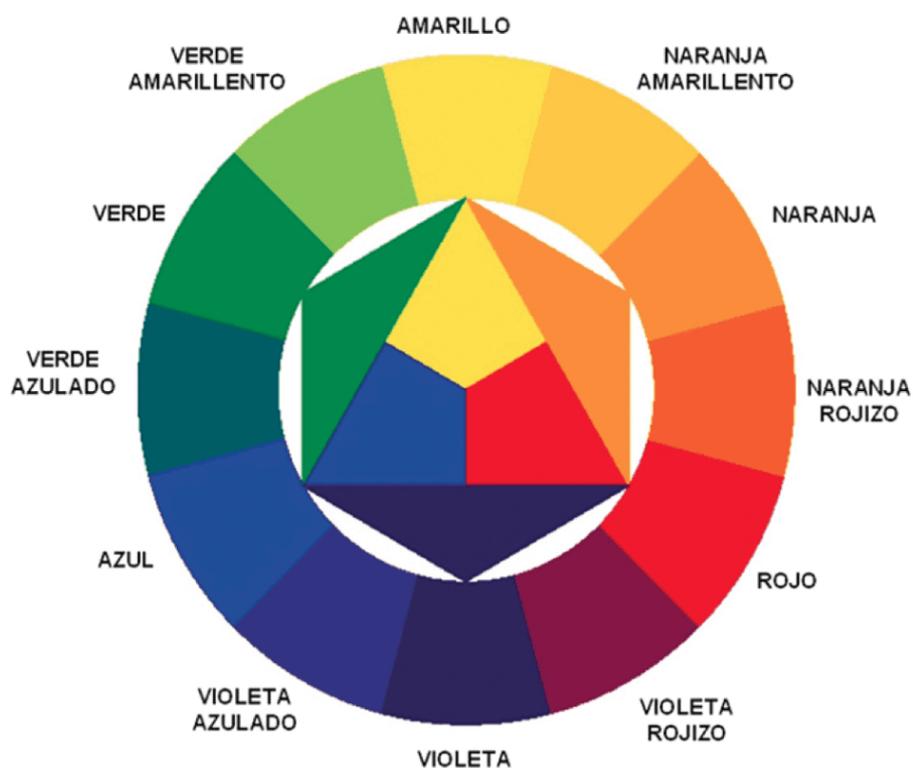


Ilustración 21. Círculo Cromático. Imagen recuperada de: <https://rockcontent.com/es/blog/circulo-cromatico/>

Los colores primarios, son aquellos que no se obtienen mediante una mezcla con ningún otro color. Sin embargo, si se mezclan dos colores primarios, dan como resultados los secundarios, y así sucesivamente. A estos se les llamas *Complementarios* y son importantes ya que son los colores que mejor contrastan al momento de combinarse.

La *Tonalidad* permite que el órgano del ojo pueda ver cualquier color y la *Gama* es la cantidad de blanco o negro que tiene un color. Asimismo, en un color puro se le

añade una cierta cantidad de otro color, da como resultado el *Matiz*. Es decir, su color seguirá siendo el mismo, pero tendrá un pequeño destello de otro color.

Finalmente, se encuentra dentro de un color La *Luminosidad* que es la cantidad de luz que hay en un color, este puede ser “Claro u Oscuro”, así como la saturación que es la “Intensidad cromática o la Pureza de un color”.

2.5.7.1. Psicología del color

A través del círculo cromático se pueden identificar cuáles son los colores cálidos (rojos, amarillos, anaranjados), estos representan pasión, felicidad, energía y fuerza. Por otro lado, se encuentran los colores fríos estos son los azules que representan la calma, estabilidad y honradez.

Dondis (1985), menciona que la percepción del color tiene fuerza y puede expresar y reforzar la información visual. Asimismo, menciona que el color no solo tiene un significado universal, sino que también tiene un gran valor e información para transmitir símbolos. Sin embargo, también el significado puede ser subjetivo. Esto quiere decir que la percepción de un color, depende muchas veces de las experiencias y el contexto de cada individuo o de lugar. El color que elegimos puede decir muchas cosas.

2.5.8. La Imagen

Se define como una representación visual de un objeto real o imaginario, se utiliza para armonizar o reforzar el mensaje. Puede aparecer como una ilustración, fotografía o infografía con una idea sobre un producto editorial; como un libro, una revista, un periódico, folleto, cartel, entre otros.

Como lo menciona Samara (2010), si bien, las imágenes se pueden considerar uno de los principales elementos de la comunicación visual, el texto suele servir de apoyo al mensaje, los símbolos, íconos, fotos e ilustraciones incitan al lector de manera más profunda. Comenta que una fotografía aporta profundidad y credibilidad, una ilustración personaliza y le agrega un elemento humano y cuando se necesita agregar información un poco más abstracta, se integran íconos, texturas y motivos añadiendo profundidad.

Por su parte, Zavala (2019), menciona que, en un principio, los libros se adornaban con filetes que eran solo dibujos decorativos. Hoy en día se siguen utilizando de apoyo para resaltar proporciones de cuerpos e interlineados, manchas y espacios en blancos. Por otro lado, las ilustraciones explican el texto o lo acompañan en un discurso paralelo y lo complementan de manera gráfica.

2.5.9. Impresión

Es el proceso de reproducción de textos e imágenes usando tinta sobre papel y es una de las partes más importantes y más complejas del diseño editorial. Este, facilita el trabajo en producciones en masa ya que nos permite imprimir mediante diversas superficies y materiales.

2.5.9.1. Resolución de imagen

Nos indica la cantidad de los detalles que nos indica que contiene una imagen, por medio del número de píxeles por pulgada. La resolución adecuada para imprimir una imagen debe ser de 300 ppp y en CMYK. Asimismo, para la resolución en una imagen digital también debe ser de 300 ppp en RGB.

Johansson (2008), explican que cada imagen está compuesta por píxeles, estos son unos diminutos cuadros estilo mosaico de colores. Sin embargo, estos píxeles no pueden ser percibidos por el ojo humano a menos que se amplíe la imagen.



Ilustración 22. *Resolución de imagen*. Imagen recuperada de: <https://cacharrosdelaweb.com/2014/12/tres-sitios-web-para-mejorar-resolucion-imagenes.html>

Asimismo, los píxeles contienen una memoria llamada *profundidad de bit*. Que forman la cantidad de colores. Por ejemplo, un bit contiene dos colores y 16 bits

contienen hasta $65.536 \times 65.536 \times 65.536 = 280.000$ millones de colores. Por ello, se le llama a la memoria en bits por pixel, esto quiere decir que, entre más pixeles obtendremos más números de colores y tonalidades.

Tabla de profundidad de bits de cada pixel

1 bit	2^1	2 colores	7 bits	2^7	128 colores
2 bits	2^2	4 colores	8 bits	2^8	256 colores
3 bits	2^3	8 colores	10 bits	2^{10}	1.024 colores
4 bits	2^4	16 colores	12 bits	2^{12}	4.049 colores
5 bits	2^5	32 colores	14 bits	2^{14}	16.384 colores
6 bits	2^6	64 colores	16 bits	2^{16}	65.536 colores

Ilustración 23. Profundidad de bits de cada pixel. Imagen basada en Manual de producción gráfica y recetas. 2008.

2.5.9.2. Formatos de archivo gráfico en píxeles

Se refiere a la denominación de la salida que se utiliza para la comprensión informática y posterior impresión de una imagen con base en la descripción informativa y la compresión de la información. Entre los más habituales se encuentra el PSD, TIFF, GIF, PDF, PNG y JPEG.

Johansson, Lundberg et al 2008, nos explican cada uno de los formatos. Estos se manejan de diferentes maneras dependiendo del uso. Por ejemplo; el PSD guarda las imágenes en archivos con varias capas y canales alfas, de ajustes, máscaras, transparencias y puede soportar archivos hasta de 16 bits.

El TIFF, maneja toda la información del archivo, es decir, se puede abrir en cualquier forma de maquetación y manipular de diversas maneras. El formato TIFF admite de manera opcional el sistema de compresión sin pérdida de calidad, el conocido como LZW (Lempel-Ziv-Welch).

Por su parte, el formato GIF se creó especialmente para la World Wide Web. Ya que reduce el tamaño del archivo y se puede transmitir fácilmente a través de redes. Un GIF soporta 8 bits por píxel en cada imagen y una de sus principales características es el loop infinito. Es decir, imágenes que se repiten constantemente.

Otro de los formatos es el PDF, este contiene imágenes de píxeles sin pérdida, gestiona cualquier modo de imagen como: dibujos lineales, escala de grises, RGB, CMYK, perfiles ICC y soporta hasta 16 bits.

El formato PNG es otro que permite cualquier modo de imagen con la ventaja de usar transparencias lo que permite que las imágenes se pueden utilizar encima de cualquier fondo sin perder calidad.

Finalmente, el formato JPEG, es el más usado debido a que su método de compresión de imágenes se puede usar en cualquier plataforma digital sin perder demasiada calidad.

2.5.9.3. Tipos de Impresión

La impresión es el proceso que reproduce en serie cualquier formato o producto editorial, ya sea directa o indirectamente. Para Johansson, Lundberg, *et al* (2008), recomiendan analizar las circunstancias adecuadas para una impresión digital o en Offset, de manera que el producto sea redituable. Es importante saber cuál es más económico, el tipo de papel, las tintas, etc.

Una de las ventajas de la impresión digital se debe a que es un sistema directo. Es decir, un tipo de impresión donde se transfiere una imagen a un elemento intermedio y de éste se pasa al soporte. Lo que permite imprimir varios elementos dentro de contenidos a la vez ya a que no necesita revelado de películas ni tampoco una plancha de impresión. Esto ayuda a reducir costos.

Xerografía

Este proceso trabaja con impresoras digitales, fotocopiadoras y máquinas de impresión digital. Utiliza un tóner de polvo. Permite realizar grandes tirajes en corto tiempo reduciendo costos.

Rotativa

Su sistema también es de forma directa. Trabaja mediante un movimiento rotatorio continuo, es ideal para imprimir los ejemplares de un periódico a gran velocidad.

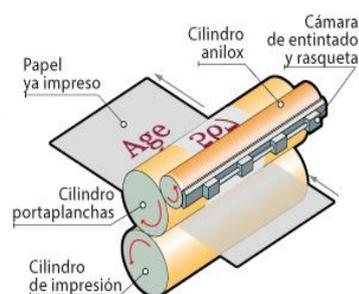


Ilustración 24. Offset. Imagen recuperada de:

<http://barbosarobin.wordpress.com/2015/04/05/impresion-flexografica/>

Offset

Además de ser un sistema indirecto, es la técnica más común porque se utiliza para cualquier tipo de trabajos: carteles, folletos, revistas, libros, periódicos, entre otros y sus costos son accesibles.

Serigrafía

A diferencia de los sistemas indirectos. Este es otro tipo de impresión que se diferencia por ser de manera directa, esto quiere decir que la tinta se transfiere directamente través de un soporte al igual que la Serigrafía y el Grabado. Estos aún se siguen utilizando mucho, sobre todo en la industria, textil o en las artes.



Ilustración 25. *Sistema de serigrafía*. Imagen rescatada de: <http://blog.graficasazorin.es/cuales-son-las-ventajas-de-la-serigrafia/>

Grabado

Este método, se creó en la Antigua China a principios del siglo XVII y XX y posteriormente se popularizó hasta en Estado Unidos y finalmente llegó a México.

Así como la serigrafía trabaja de esa manera, el grabado es otra de las disciplinas artísticas considerada como un método rústico debido a que surgió desde hace 3000 años aproximadamente. Se le considera un sistema directo porque que se realiza a través de un dibujo a la tinta directa sobre una placa de madera, linóleo, o cualquier superficie rígida.



Ilustración 26. *Grabado*. Imagen recuperada de: <http://blog.graficasazorin.es/cuales-son-las-ventajas-de-la-serigrafia/>

Uno de los mayores representantes y precursores del movimiento nacionalista en las Artes Plásticas y del Grabado en México fue Guadalupe Posada, quien a principios del siglo XX trabajó en muchos talleres de imprenta y periodicos en donde realizaba ilustraciones y caricaturas de presentaciones de escenas y costumbres, folclor, crítica social a través de las famosas calaveras.

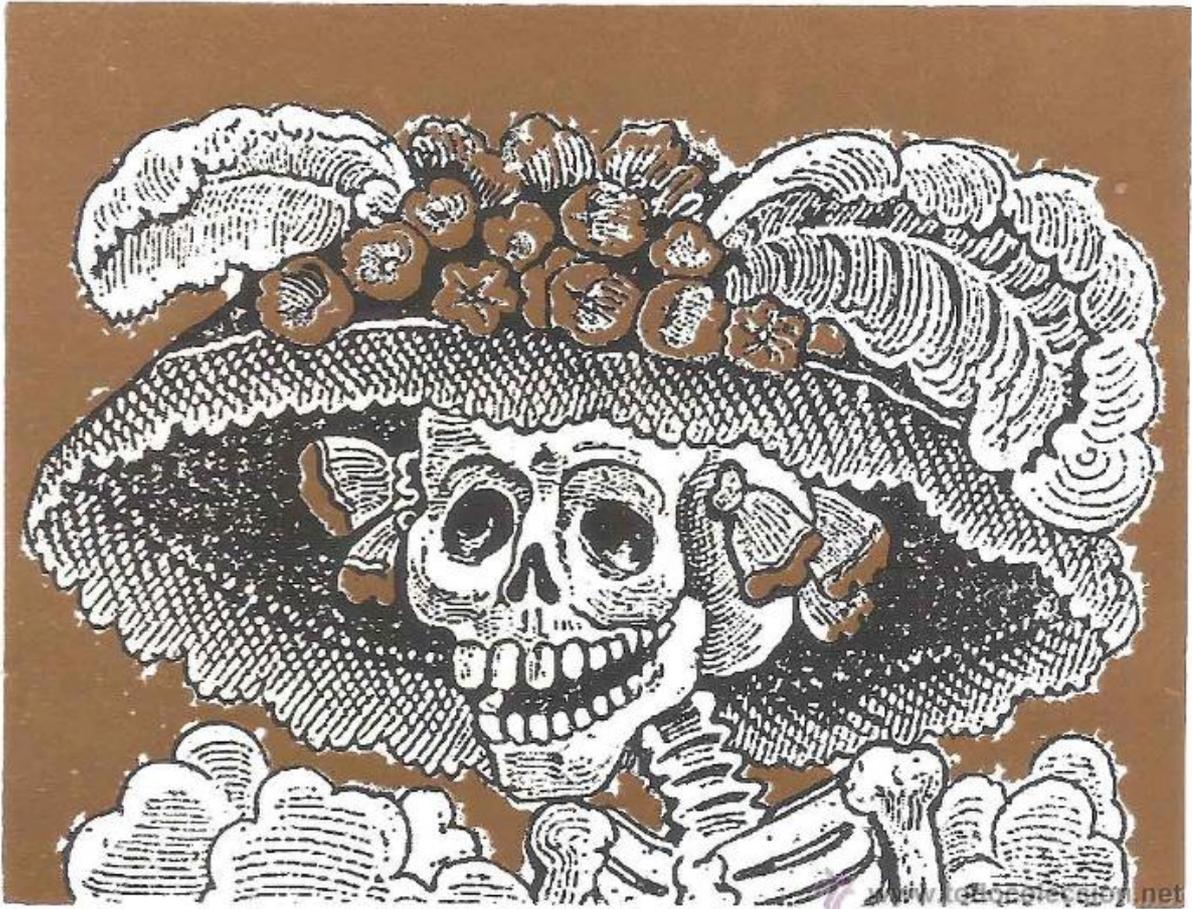


Ilustración 27. *Grabado de la Catrina*. Imagen recuperada de: <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/p/posada.htm>

2.5.10. Encuadernación

Es la fase final del proceso de un producto, los acabados y la encuadernación nos permiten determinar el costo para no sobrepasar el presupuesto.

Para Johansson, Lundberg, *et al* (2008), los acabados son el tratamiento de las superficies, se consideran efectos visuales en relieves o barnices que ayuden a proteger las paginas, o elementos que consideremos importantes.

El segundo proceso es la manipulación de forma física del papel. Por ejemplo; el guillotinado en donde se corta el exceso o las orillas para forma los bordes del libro o cualquier elemento impreso que lo requiera. También puede ser plegado, hendido o taladrado.

Finalmente, la encuadernación consiste en unir las hojas impresas que están sueltas, formando un cuadernillo, ya sea con hilo, grapas, arillo de metal o plástico un folleto, manual, encuadernación con espiral, libro, revista o periódico.

- **Encuadernación rústica**

Se le considera encuadernación rústica a aquella que tiene una cubierta de papel o cartón en la que están unidas las páginas por medio de un hilo o simplemente pegamento.

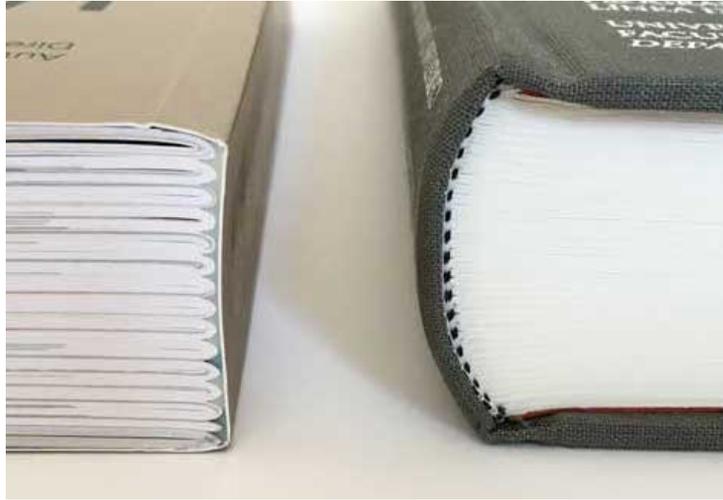


Ilustración 28. *Encuadernado rústico*. Imagen recuperada de: <https://www.apapel.es/blog/tenemos-la-encuadernacion-que-necesitas/>

- **Encuadernación a caballo**

Este tipo de encuadernación va engrapada, se abre por la mitad y tiene un límite de páginas.



Ilustración 29. *Encuadernación a caballo*. Imagen recuperada de: <https://www.donfolio.com/tipos-de-encuadernacion/>

- **Encuadernación espiral**

Este proceso de encuadernación se realiza a través de una máquina que perfora las hojas con varios orificios. Posteriormente se va interceptando un arillo de plástico o metal. Es muy económico y de uso intenso.



Ilustración 30. *Encuadernación con espiral*. Imagen recuperada de: <https://www.laimprentacg.com/encuadernacion-de-libros/>

3. El Periódico

Es un vehículo de transmisión de noticias e ideas de orden cronológico y sujeto a una periodicidad. Su información debe ser oportuna sobre hechos verídicos, así como la forma de expresión escrita con base en las necesidades u objetivos del periódico. Surge a partir de la invención de la imprenta y poco a poco fue evolucionando conforme el avance de la tecnología asociada con el papel, la fotografía, el diseño y el comercio. Es utilizado como un medio informativo como la radio, televisión o internet.

3.1. Antecedentes del periódico

Los orígenes de la prensa en Europa se remontan al siglo XV. Durante el Renacimiento, los avances tecnológicos hicieron posibles nuevas formas de informar a la sociedad sobre los acontecimientos de la época.

Varios historiadores consideran al *Avisa Relation oder Zeitung* publicado en 1609 en Alemania como el primer periódico del mundo (OCDE, 2010). Con el invento de Gutenberg se hizo más accesible la difusión de las noticias en los primeros impresos llamados Almanagues. A pesar de ello, todavía la gran mayoría de la población seguía siendo analfabeta y dependía totalmente del clero para cualquier tipo de información. Sin embargo, poco a poco fueron surgiendo un mayor número de publicaciones y la cantidad de personas capaces de leer fue aumentando, hasta que a finales del siglo XVIII fue posible el surgimiento de la prensa como la conocemos.

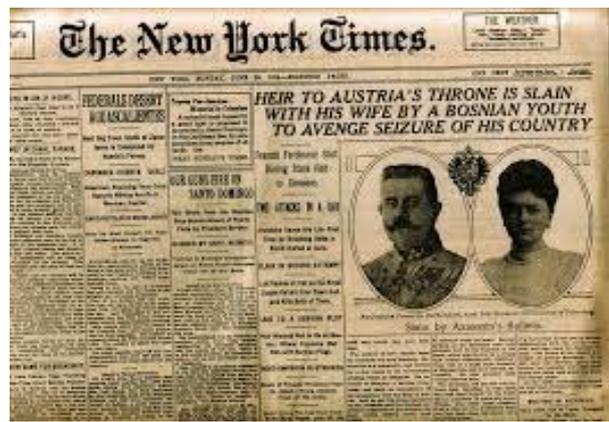


Ilustración 31. Periódico *New York Times*. Imagen recuperada de: <https://elinformantenoticias.com/2018/09/18/primera-publicacion-de-the-new-york-times>

Una vez consolidada la prensa, surgen los primeros periódicos con sus técnicas de fabricación. Esto quiere decir que ya se manejaban las tintas y el papel, la composición, la tipografía y la impresión.

En 1776 Suecia proclama la libertad de prensa. Desde entonces, y de manera progresiva, los gobiernos de muchas partes del mundo han creado legislaciones para proteger este derecho. Hoy en día, la libertad de prensa es considerada como un requisito indispensable para una democracia sana. (OCDE,2010). El desarrollo del periódico sucede a la par de otros sucesos, como la evolución del transporte y las tecnologías de comunicación como el telégrafo electrónico.

Al mismo tiempo que surgen la prensa en Europa en el siglo XVII, en América Latina también aparecieron los primeros periódicos, y con ello los problemas: la censura, la represión, los altos costos del papel y de los instrumentos tipográficos. Y en 1722, se crean los primeros periódicos en México llamados “La gaceta de México” y “Noticias de Nueva España”. Fueron un medio de comunicación completo, su contenido estaba dividido en secciones de tipo: religioso, comercial, social, entre otras. Agrupadas por las principales regiones de México, entre las que se encuentra Zacatecas, Guadalajara, Ciudad de México y así hasta extenderse a América del sur.

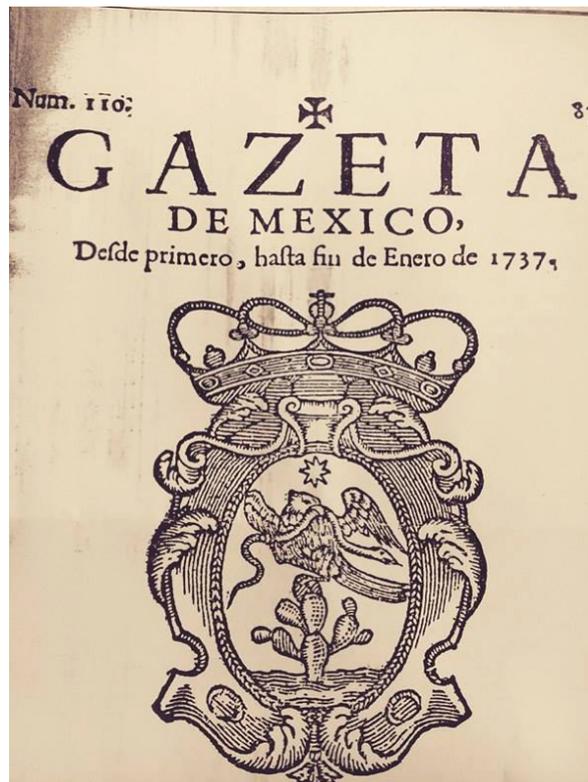


Ilustración 32. Gaceta de México. Imagen recuperada de: <http://www.revista.unam.mx/vol.16/num12/art98/>

Entre los años 1890 y 1920 surge en Estados Unidos la llamada Época de Oro de los periódicos, ya que la prensa escrita se transforma en una gran industria capaz de generar cuantiosas fortunas de la mano de personajes como Joseph Pulitzer y William Randolph Hearst.

Después de la Segunda Guerra Mundial, los avances tecnológicos como la radio y la televisión dan un giro a la prensa, surge un nuevo periodismo que abarca todos los grupos de multimedia, que difundían las noticias por cualquier medio ya por todo el mundo. En 1994, surge el primer periódico en línea, el *Palo Alto Weekly California*, en Estados Unidos.

Con el advenimiento de internet, muchos vaticinaron el fin de la prensa en papel. Sin embargo, como ocurrió antes con el surgimiento de la radio y la televisión, los periódicos han sabido adaptarse a los tiempos y aun hoy en día son la principal fuente de información para millones de personas.

3.2. El periódico infantil

El siglo XIX vio el surgimiento de varios periódicos infantiles alrededor del mundo. En 1866 surge en Inglaterra un periódico llamado “*Boys of England: A Magazine of Sports, Sensation, Fun and Instruction*” (Chicos de Inglaterra: que estuvo en circulación hasta 1899. Este periódico incluía relatos reales o ficticios y abarcaba una amplia gama de temas desde peleas en el colegio hasta apariciones de brujas (Loparco, 2014). Otro periódico infantil británico fue “*The Boy’s Own Paper*” (El periódico de los chicos), publicado en 1879 por una editorial religiosa. Ambos periódicos costaban un penique, sin embargo estaban dirigidos a públicos distintos. Mientras que el *Boys of England* estaba dirigido a los hijos de la clase trabajadora, el *The Boy’s Own Paper* buscaba educar a los hijos de la clase media alta victoriana. En 1881 aparece en Italia “*Il Giornale per i Bambini*” (el diario para los niños), inspirado en sus predecesores ingleses y enfocado en aportar historias que estimularan la imaginación de los jóvenes lectores (Loparco, 2014).

Para Beatriz Alcubierre (2004), en el siglo XIX, las fronteras entre libro, revista y diario no estaban tan definidas, ya que una publicación con características similares podía ser considerada como un periódico, un magazine, o un libro por entregas.

En México, las publicaciones infantiles tienen una larga tradición. Desde 1839 surge El Diario de los Niños, publicación semanal dividida en secciones tales como educación, cuentos y anécdotas, economía social, poesía, artes, y varias disciplinas científicas (Alcubierre, 2004).

En 1919, nace en el Reino Unido el *Children’s Newspaper* (el periódico de los niños), una de las experiencias editoriales para niños más longevas. Su subtítulo decía “La historia del mundo de hoy para los hombres y mujeres del mañana” Llegó a vender hasta 500,000 copias cada semana. Después de la segunda Guerra Mundial la competencia en el ramo infantil se intensificó, cuando surgieron periódicos infantiles como el *Eagle*, *Junior Mirror* y el *Junior Express*. A mediados de los años 60, el *Children’s Newspaper*, con su impresión en blanco y negro empezaba a parecerle obsoleta a las nuevas generaciones, en particular con la llegada del semanario infantil a color *Look and Learn* (mira y aprende). Tuvo su última edición el primero de mayo de 1965, después de 2397 números.

En el siglo XXI, el concepto de los periódicos infantiles sigue vigente, pero convive y se complementa con las tecnologías digitales. Publicaciones como el *News-o matic* de Estados Unidos es un periódico en línea que publica temas de actualidad. Está pensado como una herramienta de estímulo a la lectura que se puede usar tanto en la escuela como en el hogar. Su formato en línea le permite tener una interacción más rápida con sus lectores, que discuten los temas mediante cartas y dibujos.

First News es un periódico británico dirigido a niños de 7 a 14 años. Maneja una versión impresa y otra digital y se enfoca en temas que solo los tocan los periódicos para adultos, pero con un enfoque sencillo y atractivo. Comparte muchos rasgos comunes con el *Primicias News*, periódico español que tiene la particularidad de ser bilingüe (español e inglés).

Desde hace cinco años se publica en México *El Tentero*, un periódico infantil de distribución gratuita que se reparte en más de 300 escuelas y hospitales de la Ciudad de México. Está planeado como una herramienta de diversión y fomento a la lectura de calidad. En cada número invita a escritores renombrados a colaborar.

11. SPECIAL REPORT by Eddie de Oliveira FirstNews Issue 656 11 - 17 January 2019

MYTHS ABOUT MIGRANTS

HOW much of what we know about immigration is fact and how much is fiction? A new Commission on Migration and Health formed by University College London and medical science journal *The Lancet* aims to blow the lid on myths that some people – including British politicians – still believe about immigrants. What is the truth about people who move from poorer countries to wealthier ones? In this Special Report, we take a look at some of the popular claims and stereotypes about migrants, and the evidence that the commission has uncovered.

A migrant who arrived in Spain last week on an inflatable boat carrying 285 people

CLAIM: "MIGRANTS DAMAGE ECONOMIES"

A large amount of evidence says migrants have a positive effect on a country's economy. The commission says that, in developed economies such as the UK, each 1% increase in migrants in the adult population lifts the country's GDP (gross domestic product) per person by up to 2%. Gross domestic product is the total value of all products manufactured and goods provided during a period of time, and is a key way of knowing how strong a country's economy is. The UCL-Lancet report also found that migration helps distribute wealth around the world. In 2017 some \$613 billion (£480 billion) was sent by migrants back to their home countries.

CLAIM: "MIGRANTS ARE A BURDEN ON HEALTH SERVICES, SUCH AS THE NHS"

Migrants fill a lot of healthcare jobs in many wealthy countries. In the UK, 37% of doctors received their medical qualification in another country. They provide medical care, teaching, social care for older people, and support understaffed services. The NHS currently has 100,000 staff vacancies, so some health experts have called on the Government to relax immigration rules in order to get medical staff from overseas in. In terms of whether migrants use health services more, the UCL-Lancet Commission says a study of 15.2 million migrants from 92 countries found they had a lower death rate compared to general populations across most conditions, including heart disease, mental illness and lung disorders.

CLAIM: "MIGRANTS CARRY DISEASES AND SPREAD THEM IN OUR COUNTRIES"

The report states that there is no link between migration and the arrival of infectious diseases in a country. The evidence also shows that the risk of transmission from migrants to local citizens is "generally low". According to the commission, recent cases of diseases spreading have been caused more by travel, tourism and the movement of livestock rather than migration. It is true that infections such as viral hepatitis, tuberculosis and HIV cause more deaths among migrants than host populations. But the risk of transmission of these diseases is higher within the migrant community itself, rather than in the host population.

CLAIM: "MIGRANTS GIVE BIRTH TO LOTS OF BABIES"

This is a stereotype that has spread in recent years. The claim is often used to argue that local populations "will soon be minorities in their own country". The myth has trickled down to the general public: a 2016 survey found that, on average, Brits think EU citizens make up 15% of the total UK population, when in reality it's 5%. The Lancet-UCL Commission says that data from several long-term studies shows that birth rates among migrants in six European countries are actually lower than among the host populations. Several long-term studies show birth rates among migrants averages 2.1 babies per woman, which is the rate at

HOW MANY MIGRANTS?

Wealthy countries like the UK and France have seen their migrant communities grow from 7.6% of the total population in 1990 to 13.4% in 2017. However, most of these are students or labour migrants who contribute to the economy. There's been a big increase in the number of refugees in Europe in recent years, but they still make up a larger proportion of the total population in poorer countries (0.7% than in richer ones (0.2%).

Former UKIP leader Nigel Farage has said immigrants put pressure on the NHS, and think the NHS shouldn't accept people with any

Najam Siddiqi, Mohammed, who arrived in England as a refugee 12 years ago, works as an interpreter for the NHS

Ilustración 32. Periódico infantil *First News*. 17 de enero de 2019.

3.3. Partes del periódico

Como se mencionó anteriormente, el periódico es un medio de comunicación e información. Contiene partes en las que distribuye y asigna distintas funciones de la mejor manera posible como por ejemplo: el equipo de redacción, el cual, se encarga de decidir en qué partes del periódico irá la información y cumpla con el trabajo asignado. A continuación, se muestran las partes que se debe llevar dentro de un periódico.



Ilustración 33. Partes del periódico. Imagen recuperada de:

https://www.google.com/search?q=partes+de+un+periodico&client=safari&rls=en&sxsrf=ALeKk02RVpUsMckipxZA-t1wmdWueoWmQ:1586389433798&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=4x4lbKE_AClmZM%253A%252CKpxBZ7VM0y8MmM%252C_&ve

3.4. Secciones del periódico

El periodismo es la forma de comunicación social en donde se dan a conocer los hechos de interés público de manera oportuna y verídica y para ello debemos responder a las preguntas: qué, quién, cuándo, dónde y por qué.

Los géneros periodísticos son: nota informativa, entrevista, reportaje, columna, artículo y editorial (Leñero y Marín, 1986). La nota, entrevista y reportaje son

generalmente informativos, mientras que la columna, el artículo y la editorial tienden a ser de carácter opinativo.

Otro aspecto fundamental en los periódicos son las entrevistas, conversaciones realizadas entre el reportero y su entrevistado a través de un dialogo en donde se recauda la información y se redacta ya sea en un medio impreso en algún medio audiovisual.

La Crónica, expone y narra un acontecimiento. Según Leñero¹⁶. Se caracteriza por transmitir la información recreando la atmósfera de los acontecimientos. Asimismo, el reportaje funciona para ampliar la información, investiga, complementa y profundizar, explica y argumenta la noticia.

La Columna es un breve escrito que trata uno o varios temas, tiene su propia fisonomía y se presenta periódicamente (por ejemplo: cada martes). La columna puede ser informativa, de comentario y de crítica. Por su parte, en el artículo, el reportero expone sus opiniones y juicios sobre las noticias más importantes. Finalmente, la editorial es donde el análisis y el juicio por lo hechos de acontecimiento adoptan la doctrina y políticas de la empresa.

Las Secciones, son aquella en donde se encuentran las notas, reportajes, artículos, crónicas de hechos nacionales, internacional, locales o la de sociales, culturales o de deportes.

Por último, la contraportada. Se encuentra el contenido informal o menos serio, notas breves, las de los espectáculos o de curiosidad. Asimismo, dentro del periódico, se pueden encontrar notas de color que sirven para identificar fácilmente hacia qué género periodístico se refiere y a qué público va dirigido. Las más comunes son la nota amarilla que se refiere a temas controversiales, escandalosos, sensacionalistas e infundados con el fin de generar competencia con otros periódicos. Su estrategia sirve para atraer la atención con los encabezados sensacionalistas. La nota roja, se relaciona con hechos sangrientos, homicidios, actos violentos y de crimen. Las notas rosas contienen hechos relevantes de la

¹⁶ Vicente Leñero y Carlos Martín, Manual de Periodismo, Grijalbo, México. 1986. P. 43.

farándula, de eventos sociales, pasatiempos, vacaciones de las celebridades en el ámbito del deporte, finanzas, política y los espectáculos.

Son importantes los tiempos de entrega de un periódico, ya que la información tiene que ser difundida rápidamente. Las noticias deben reflejar la inmediatez de los hechos acontecidos, para mantener informado al lector.

El semanal suele dar más espacio al trabajo del periodista que investiga detalladamente la nota, así como artículos de opinión de personalidades reconocidas en su campo. Para los quincenales, mensuales, semestrales como son esporádicas, su audiencia es más reducida, y se refieren a logros y proyectos de una organización en particular.



Ilustración 34. Periódicos. Imagen recuperada de: <https://radiomaria.org.ar/programacion/los-medios-y-su-relacion-con-el-estado-a-traves-de-la-pauta-oficial/>

3.5. Maquetación del periódico

Consiste en crear la estructura y la organización de la información de un periódico, es también el proceso de ordenar y distribuir los contenidos que integran las partes de un periódico como son el texto, imágenes y la publicidad.

El diseño de un periódico contiene elementos, normas y reglas para su confección como la portada: consiste en la cabecera (aquí se encuentran el nombre, logotipo,

número de la edición y la fecha del día); El resumen (sólo las noticias de mayor importancia); La fotografía (todas las imágenes de las notas y la publicidad). El periódico se divide de la siguiente forma:

Cabecera: En ella se pueden apreciar el nombre, logotipo, fecha y precio. El resumen de las noticias más importantes. Fotografía y pies de foto, así como la publicidad.

La cabecera, permite darle una identidad a la publicación y una empatía con el lector. Se debe poder ver el nombre o título, lema, orejas y elementos icónicos. Existen diversas cabeceras unas más innovadoras y otras que son las tradiciones. Las que son innovadoras utilizan colores, fondos y letras sin patines y las tradiciones normalmente utilizan solo tipografía con patines, dándole un toque clásico, serio y formal.

Secciones: Es la parte interna del periódico. Incluye reportajes, artículos nacionales e internaciones, culturales, deportivos, sociales, entre otros.

Contraportada: aquí normalmente, se incluyen, actividades, curiosidades o del medio del espectáculo.

Existen tres tipos de retículas para periódicos

- División horizontal según el interlineado
- División vertical con columnas
- División vertical de módulos

3.6. Proyecto de periódico infantil “El Quijote”

Lleva el nombre de una de las novelas más famosas y leídas de la historia de la literatura. Narra las aventuras de Alonso Quijano, un hidalgo amante de los libros de caballería. Un día, de tanto leer, enloqueció tremendamente que imaginaba ser un caballero andante, nombrándose “Don Quijote de la mancha”.

El nombre del Quijote no solo evoca aventura, es también referente de los principios de solidaridad y camaradería. Son estos los preceptos que tomamos del caballero andante más famoso de la lengua española para el periódico.

Es un periódico hecho sólo para niños, un espacio dedicado especialmente para ellos, en el que pueda imaginar con cada letra escrita. En él, encontrarán temas divertidos que estimularan la imaginación de los niños. Por ello, el nombre, pretende ser un referente de la literatura universal con un enfoque moderno y divertido. El periódico, invita a los niños a vivir la aventura del conocimiento del mismo modo que el mítico personaje tomó su caballo y emprendió miles de hazañas.

El objetivo de este periódico es fomentar la lectura, distribuir la información a los niños de manera en que les permita acceder a realidades más allá de las escuelas, conocer los hechos actuales de su entorno, construir su identidad, a interpretar, analizar y evaluar la información mediante la lectura crítica de los periódicos para insertarse en la sociedad.



Ilustración 35. *El Quijote*. Imagen recuperada de: [https://stock.adobe.com/mx/search?as_audience=srp&as_campaign=Freepik&get_facets=1&order=relevancia&safe_search=1&search_page=1&as_content=api&k=e1%20quijote&filters\[content_type:zip_vector\]=1&tid=8fcf7442e90b22c688d7](https://stock.adobe.com/mx/search?as_audience=srp&as_campaign=Freepik&get_facets=1&order=relevancia&safe_search=1&search_page=1&as_content=api&k=e1%20quijote&filters[content_type:zip_vector]=1&tid=8fcf7442e90b22c688d7)

3.6.1. Justificación

Se realizará un periódico infantil que va dirigido a niños de 7 a 12 años de edad. Su distribución se realizará mensualmente, para que los niños no pierdan el interés además de fomentarles poco a poco el hábito de la lectura, pero sin bombardearlos con demasiada información. El periódico lo podrán encontrar de manera gratuita en los puestos de periódicos, escuelas, tiendas de autoservicio (Oxxo, Extra, Seven, Eleven) tiendas departamentales (Sanborns), cadenas de comida (Vips, Toks, entre otros) y lugares de entretenimiento (Cines, teatros, museos, entre otros), así como todo aquel que la solicite.

El periódico logrará la edición de sus ejemplares, gracias a las aportaciones que se realicen mediante alianzas con ONG nacionales, internacionales, así como la venta de espacios publicitarios seleccionados. También se plantea una estrategia de aportaciones particulares, las cuales estarán ligadas a un programa de recompensas. Las cuales pueden ser suscripciones y premios. Asimismo, se les hace una cordial invitación a los expertos de algún tema en que quiera colaborar con sus conocimientos sin fines de lucro.

3.6.2. ¿A quién va dirigido?

La intención es que el periódico sea un espacio en donde los infantes puedan interactuar y aprender a través de relatos, canciones, juegos, y secciones que comenten temas variados como videojuegos, cine, mascotas, ciencia, cultura y música.

3.6.3. Perfil del Consumidor (Target)

- **Demografía**

Edad: de 7 a 12 años

Género: Indistinto. El periódico debe producir contenidos (noticias) que sean atractivos a niñas y niños. (Se pretende evitar asumir roles de género clásicos)

Situación familiar: Familia extendida

- **Ubicación**

El Quijote está pensado para una distribución local de la Ciudad de Cuernavaca. Se generarán noticias locales, combinadas con nacionales e internacionales, ya que uno de los objetivos es estimular al niño sobre la realidad que le rodea. Además, al tener una periodicidad mensual, es una buena oportunidad para que los comercios locales y regionales contraten publicidad.

Perfil sociocultural

- **Clase social:** Clase media
- **Nivel Educativo:** 4to a 6to grado.

Perfil digital

Medio/Alto

3.6.4. Secciones

El periódico contará con 8 secciones diseñadas especialmente para el gusto de las niñas y de los niños. Como lo menciona Chambers (2007), los niños poseen una facilidad innata para la crítica, son muy intuitivos, cuestionan, reportan, analizan, comparan y juzgan.

Si uno los deja solos, formulan sus opiniones y sentimientos llanamente y se interesan por los sentimientos de sus amigos. Cuando hablan de libros, películas, televisión, deportes o cualquiera de las actividades que comparten entusiasmados en su tiempo libre, disfrutan al reunir información y son capaces de discriminar como cualquier adulto. (Chambers, 2007: pp39).

Por ellos, cada sección está planteada con base en sus gustos y en temas de su interés con el que puedan compartir, opinar y discernir con su entorno social. Para distinguir las secciones, se seleccionará un color diferente para que sean más atractivas. Se incluirán noticias locales, regionales, internaciones, científicas, culturales como: Arte, Música, Tecnología, Cine, Turismo, Historia, Juegos y un vocabulario.

3.6.5. Formato

El formato del periódico, se considerará con base en el formato tabloide (450 mm 300). Este formato es muy accesible tanto para adultos como para niños, ya que se puede leer como un libro tradicional siendo más fácil a la hora de ojearlo. Sobre todo, para los niños. Por ello, se utilizará este tipo de formatos para que los niños lo puedan leer fácilmente.

3.6.6. Encuadernación

Para el periódico, se utilizará el *plegado en paralelo* ya que contiene muy pocas páginas, además es más fácil de manipular sobre todo en los niños

3.6.7. Papel

El papel periódico, aunque parezca ser insignificante, se encuentra muy presente en la vida cotidiana. Es utilizado en el entorno laboral, cultural hasta en el hogar, debido a sus propiedades rígidas y de gran absorción de la humedad, permite ser un recurso de gran utilidad, además de ser un papel muy económico puede ser reciclado. Existen varios tamaños de papel periódico (Estándar, Liviano, Textos, Voluminoso liviano y Voluminoso para corrugados). Para el periódico “el Quijote”, se utilizará el tamaño estándar ya que gramaje es de 48,8 gr, producido especialmente para editoriales y periódicas.

3.6.8. Maquetación

La maquetación de un periódico, debe ser estética, atractiva y equilibrada para atraer la atención de los pequeños lectores. La claridad de este periódico se basa en la jerarquización de la información y combinando los recursos tipográficos y fotográfico de una manera equilibrada. La funcionalidad en cuanto a que el texto debe coincidir con la imagen, para que el mensaje esté completo y claro. Asimismo, debe mantener el mismo estilo para todo el periódico.

El periódico cuenta con siete secciones (noticias, cultura, entretenimiento, cine, música, tecnología y actividades). Todas ellas tendrán un color que las distinga. En la primera plana, inicia con el encabezado, su logotipo y el lema, Posteriormente, se presenta la nota más importante con una imagen en grande. Las notas se presentarán de mayor a menor, empezando por la más importante con texto e imagen, posteriormente, las de menor relevancia solo se presentarán con una fotografía con su respectivo título.

Para los encabezados de secciones, se pretende que tengan un color distintivo, así como las notas comenzaran con el título, antetítulo, entradilla, bajada y los bloques de texto, imágenes con su pie de foto. La maquetación varía dependiendo del tamaño de la información y de las imágenes.

Para cada página, se aplicará en la parte superior izquierda y de la pagina par de lado superior derecho, el nombre del periódico con su numeración, junto a los encabezados de cada sección y unas líneas delgadas de decoración.

Asimismo, la división en cada nota, será a través de un filete, esto con la finalidad de dar a entender el cambio de una nota a otra de manera sutil. Para darle más color y frescura a las páginas, se añadirán ilustraciones en algunas notas para darles más realce y que parezcan más atractivas visualmente.

La publicidad, se crearán espacios que dependerán del lugar en que los clientes prefieran ver la publicidad de su marca o producto. Finalmente, en el periódico se mostrarán un sumario en algunas páginas en donde destacará algunas noticias destacas del día.

3.6.9. Retícula

La retícula para el periódico será de 8 columnas ya que consta de varias noticias cortas. Sin embargo, las cajas de texto utilizan dos columnas para que no se vean tan estrechas y sean más legibles.

Rejilla base

La rejilla base, está constituida por el interlineado de la tipografía (12/14 pt). El tamaño de la tipografía permite que las notas entren muy bien en las cajas de texto sin necesidad de verse amontonada o con espacios en blancos. Asimismo, la rejilla permite tener una mejor presentación de los elementos que integran las páginas del periódico.

Márgenes

El periódico, tendrá márgenes, de 1 cm de cada lado, tanto internos como externos. Esto es porque los periódicos tienen un estilo que los diferencia de otros tipos de publicaciones (Libro, Revista, Folletos, Carteles, entre otros). El periódico contiene demasiada información y necesitan pocos espacios en blanco.

3.6.10. Párrafo

El párrafo del periódico será de estilo justificado a la izquierda. Está pensado de esa manera porque la retícula tiene 8 columnas de las cuales para las cajas de texto se utilizarán de tres a cuatro columnas, esto significa que los textos son muy estrechos. Por ello, se realizará justificado a la izquierda ya que, si se aplica el estilo de bandera, podría confundir al lector ya que, en este caso, las líneas de textos varían, unas pueden ser más cortas que las otras, y esto provocaría tropezones en la lectura. Por ello, se planteó un estilo de columna más lineal.

Nouvelle Vague

Ilustración 36. *Tipografía Nouvelle Vague*. Imagen propia

3.6.11. Tipografía

Una tipografía sirve para dar un significado tanto denotativo como connotativo. Sus características permiten identificar el estilo de una publicación. Por ejemplo, el estilo (bold), simboliza fuerza, poder, energía, entre otros. La romana, da la sensación de seriedad, autoridad y nobleza, mientras que las que son delgadas, significa, suavidad, elegancia, debilidad, entre otras. Asimismo, están las cursivas, estas simbolizan dinamismo. Finalmente, las mayúsculas se utilizan normalmente para los títulos, encabezados o anuncios.

Para el periódico se implementará una familia tipográfica diseñada pensando en la legibilidad. Se utilizará una tipografía llamada Gandhi. Esta fue originalmente comisionada por Librerías Gandhi, la cadena de librerías más importante de México, para ofrecerla a sus clientes como una opción gratuita de calidad para todo aquel que requiera escribir documentos para su oficina, armar una presentación, entre otros. Cuenta con versión serif y sans, cada una con cuatro fuentes, las cuales pueden descargarse gratuitamente. Para el lema, los datos técnicos, títulos, subtítulos, lead o entrada, Cuerpo de la noticia, pie de fotos. Estarán compuestas por la tipografía Gandhi.



Ilustración 37. *Tipografía Gandhi*. Imagen recuperada de: <https://www.unostiposduros.com/tipografia-gandhi/>

Para los títulos del encabezado se implementará una tipografía con patines, con toques clásicos y retros como la *Nouvelle Vague*. Surgió durante la nueva ola del cine francés durante los años 50 y 60. Se utilizaba para decorar los carteles de cine. La combinación de líneas gruesas y delgadas, resultan ser atractivas, divertida y audaz visualmente.

3.6.12. Color

Pastoureau (2006), plantea que los colores tienen un significado, el cual está determinado por su contexto. Los colores en la vestimenta, la época o el espacio tienen distintos símbolos y con el tiempo estos significados van cambiando. Por ejemplo, el color azul, en la antigua Roma, era considerado desgracia, y si alguna mujer tenía los ojos de ese mismo color, evocaba conductas libertinas. Sin embargo, a partir del siglo XI y XII, el azul da un giro, al ser usado en las iglesias y en la representación de la Virgen María. Esto quiere decir, que las teorías sobre el significado de los colores, pueden ser subjetivas, debido a que como lo menciona Pastoureau (2006), estos van cambiando con el tiempo y lugares.

El uso de color en nuestro entorno, su significado emocional y las tonalidades pueden provocar diversas sensaciones tanto positivas como negativas. Para la cabecera del periódico se quiso romper los paradigmas que se han establecido a lo largo de los años con respecto a los colores, usando el rojo y el negro, los cuales, tradicionalmente no son considerados para niños, ya que muchas personas relacionan esta combinación con la violencia. Sin embargo, muchos ilustradores renombrados, han realizado nuevas propuestas en sus ilustraciones infantiles usando estos colores.

Muchos de los paradigmas sobre los colores están basados en concepciones *a priori* de los adultos, sin considerar que desde la perspectiva de un niño pueden tener una significación distinta. Como lo menciona Heller (2008), para un niño, pintar algo de rojo, no necesariamente significa que quiera expresar violencia: puede ser que pinte de rojo un objeto que en la realidad es de ese color, puede ser que lo pintó de rojo porque es el primer color que aprendió o porque lo asocia al sabor dulce de los caramelos.

La revista, manejará los colores primarios y secundarios, la idea es que genere diversión para los niños. Que les sea llamativa, pero con un enfoque histórico. Que,

por medio de la tipografía, las imágenes y los colores, los transporte a otra época, a un mundo de magia y diversión.

Para la cabecera se utilizará el rojo y el negro, haciendo alusión al estilo que se empleaba en muchos libros de la época del Quijote de la Mancha, remontando al lector, a una época antigua llena de aventuras.

Para las secciones del periódico se usarán colores específicos para cada una, si bien esto obedece a un criterio de identificación, se procurará asignar cada color según valores semánticos. Para la sección de noticias se utilizará el color azul, que además de ser un color primario, representa simpatía, armonía, fidelidad y fantasía haciéndolo el preferido por la sociedad. En este número en particular, se incluye en esta sección una nota sobre los osos polares. Aquí, el azul ayuda a fortalecer el mensaje semántico, creando una atmósfera que evoca lo frío, y el mar ártico.

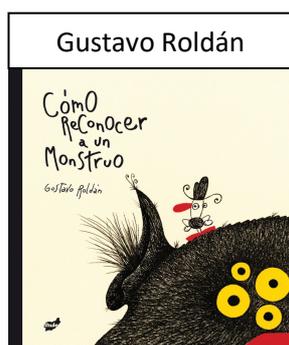


Ilustración 40. *Cómo reconocer a un monstruo*. imagen recuperada de: <https://pekeleke.es/libros/cómo-reconocer-a-un-monstruo-de-gustavo-roldan/>



Ilustración 38. *Rojo, negro y blanco*. Imagen recuperada de: <https://www.amazon.es/Rojo-negro-blanco-Kenny-Rettore/dp/8491010173>



Ilustración 39. *Mateo y su gato rojo*. Imagen recuperada de: <https://labibliotecadekala.wordpress.com/2013/02/23/mateo-y-su-gato-rojo/>

Por otro lado, en la sección cultural, se utilizará el color verde. Este representa la naturaleza, vida, salud, la juventud, esperanza, confianza, tranquilidad y libertad. Para la sección de tecnología y música se utilizará el color rosa, ya que genera una sensación de seguridad y confianza.

Finalmente, el color amarillo, se eligió este color para la sección de entretenimiento ya que representa diversión, el Sol, sonrisas y amabilidad. Es un color primario, y al mezclarlo con otros, genera diversidad de tonos, por lo que se presta para muchas combinaciones cromáticas

3.6.13. Tipos de ilustración

Normalmente los periódicos utilizan las imágenes de fotografía ya que estas permiten contextualizar con hechos reales el acontecer desde la cobertura de un reportero y fotógrafo. Por ello, el periódico estará ilustrado con fotografías como con pequeñas ilustraciones digitales, para amenizar la información hacia los niños.

Sistema de impresión

Un maquina rotativa, es aquella que imprime por medio de cilindros impresión puede hacerse en diferentes tipos de sustratos. La impresión puede efectuarse sobre gran infinidad de sustratos en las que puede incluir papel, cartón y plástico, que pueden alimentarse por folios o mediante un rollo continuo.

El periódico por ser un tiraje mucho mayor, el sistema de rotativa funciona muy bien ya que esta, puede imprimir grandes números de periódico y reducir costos con una excelente calidad.

3.6.14. Presupuesto Periódico “El Quijote”

Ejemplares 1000	
8 páginas	
Formato Tabloide	
Papel periódico estándar de 48.8 gr.	
Selección de color 4x4	
plegado	
Total	\$12,000

4. La Revista

Es una rama del diseño editorial de publicación periódica, que contiene: artículos, entrevistas, publicidad, fotografías entre otros. Tiene contenidos para cada tipo de público como: científico, cultural, deportivo, comercio, música, religión, entre otros. Pueden ser revistas de divulgación, informativas o de ocio. El canal de distribución puede ser: semanal, quincenal o mensual, dependiendo de la editorial.

La función de una revista es crear un estilo o forma de ser en particular, el valor de persuadir mediante un impacto visual al espectador llamando la atención, estimular la curiosidad e incitar la lectura.

Las revistas se dividen en dos aspectos para: informar mediante investigaciones, análisis, entrevistas, opiniones o históricos. Así como entretener mediante sus imágenes, publicidad y diseño.

Sus principales características, se distinguen por las dimensiones que varían de acuerdo a los estándares del público. Normalmente el tamaño carta es el más utilizado ya que sus medidas y sus múltiplos son los que definen el número de dobleces de un pliego, asimismo, ayuda a que no se desperdicie papel. En cuanto al tipo de papel existen infinidad de ellos, sin embargo, los más comunes son los de gramaje bajo y para las portadas uno mayor y pueden ir recubiertas de algún barniz o plastificado. Asimismo, la tipografía, fotografía e imágenes son componentes visuales muy importantes para una revista. Estas deben seleccionarse con base en la temática y la información que contenga. Finalmente, se debe definir la retícula, ya que la estructura es muy importante, nos marca la pauta y mejora la organización de nuestros elementos.

4.1. Antecedentes de la revista

El concepto de revista surge con la idea de crear un formato que tuviera texto e imágenes pero que se pudiera diferenciar de un libro y un periódico. Anteriormente era una forma de periódico literario y su publicación era exclusiva para la élite y se repartía semanalmente. Se realizaban de manera artesanal y se parecían mucho a los libros. Pero a partir del siglo XIX surgen los nuevos modelos de revistas ya con los avances tecnológicos que ayudaron a la circulación masiva.

El primer antecedente de la revista como hoy la conocemos, apareció en el año 1672 con *Le Mercure Galant*, escrito por el francés Jean Donneau de Vize, y era una publicación periódica que trataba tópicos de literatura, teatro y eventos de la corte francesa. Este formato se diseminó por toda Europa. En 1693 surge en Londres *Ladie's Mercury*, la primera revista enfocada a las mujeres (Nikola, 2013).

En el siglo XIX, empezaron a surgir revistas para la clase media como *Dickens Household Words*, así como los primeros intentos de financiarlas con publicidad. Sin embargo, la producción de revistas era en verdad difícil, ya que la tecnología de la época solo permitía realizar tirajes muy cortos, resultaba complicado distribuirlas por lo precario de los medios de transporte. El surgimiento de la prensa rotativa a finales de siglo, permitió la impresión de un mayor número de revistas y sus costos de producción bajaron.

Durante el movimiento *Art & Crafts* en Estados Unidos, un tipógrafo llamado Will Bradley en 1916 aproximadamente, diseñó la revista *Cosmopolitan*. Desde sus inicios ya contaba con nuevas especificaciones. Por ejemplo, usando doble columna e ilustraciones que hacían la página un poco más llamativa y dinámica. Ya con las nuevas tecnologías, la revista tomó nuevos rumbos usando nuevas formas de composición tanto tipográfica como espacial. Esto permitió la evolución del Diseño Editorial en todo el mundo.

El siglo XX fue el testigo del desarrollo de la revista a su máxima expresión. La impresión a todo color permitió el auge de géneros periodísticos como el fotoreportaje. Títulos como Times, Life, National Geographic, Elle, entre otras llegaron a tener un alcance internacional.

A comienzos del Siglo XXI, se creía que, con la llegada de Internet, el futuro de las revistas estaba en riesgo. Sin embargo, este originó la masificación de publicaciones que incluyeron nuevos géneros.

Para ser un mercado cuya muerte inminente había sido ampliamente pregonada con la llegada del internet, las revistas mantienen un tirón tan plausible como internacional, lideradas por editores que han sabido innovar en un campo de batalla masificado. (Zapparreta, 1984:8)

Hoy en día, las revistas continúan siendo una de las publicaciones más importantes fuentes de información para muchas personas alrededor del mundo.

4.1.1. Las revistas infantiles

Las revistas infantiles tienen una historia casi tan antigua como las hechas para adultos. Uno de los primeros ejemplos es *The Lilliputian Magazine*, lanzada por el librero londinense John Newberry en 1751. La publicación daba lecciones a los niños sobre cómo ser buenos ciudadanos además de acertijos, ilustraciones e historias sobre animales parlantes (Gershon, 2018). Posteriormente, llegarían otras publicaciones como *Le portefeuille des enfants* (París, 1783) y *The Children's Magazine, or monthly repository of instruction and delight* (Londres, 1798-99).

Durante el siglo XIX, el considerable aumento en la asistencia de niños a las escuelas primarias, así como las legislaciones inglesas y francesas en materia de educación, propiciaron un ambiente adecuado para que germinara la semilla de las publicaciones infantiles (Lyons, 1998).

En el México porfirista, la mayoría de la población era analfabeta (84% en 1900), sin embargo, surgieron algunas publicaciones (de carácter elitista) enfocadas a los lectores infantiles. Entre estas podemos citar al *Correo del niño* (1872-1883), que era un semanario que ofrecía al niño lecciones de historia nacional y europea, entremezcladas con lecturas morales y recreativas. También, *El Ángel de la Guarda* (1879-1881) semanario poblano de corte religioso (Alcubierre, 2004).

Durante el siglo XX, las revistas infantiles proliferaron a la par de las revistas para adultos. Particularmente, en los años 70 y 80, la revista infantil empezó a ser vista como una útil herramienta para difundir las nuevas tendencias pedagógicas. En 1985, la revista *National Geographic*, lanzó su versión infantil llamada *National Geographic World*. A partir de 2002 cambia su nombre a *National Geographic Kids*. Con una distribución internacional y traducida a varios idiomas, entre ellos el español.

En el México de los años 90 y la primera década de este siglo, las revistas infantiles fueron vistas como nichos de mercado importantes y estaban ligadas estrechamente con medios como la televisión: personajes como Barbie y Barney tuvieron sus propias revistas (Moreno s/f). También revistas dedicadas a los videojuegos como

Club Nintendo (1991-2019) y las publicaciones dedicadas a canales de caricaturas como Cartoon Network (1998 a la fecha). Muchas de estas publicaciones han aprovechado las ventajas del idioma español para extender su alcance por otros países de Latinoamérica.

En la segunda década del siglo XXI las revistas infantiles siguen vigentes a pesar de la competencia en medios digitales. En 2012, la Revista mexicana Algarabía lanza su primer número de Algarabía Niños y en 2014, la revista de divulgación científica de origen español Muy Interesante, lanza su versión “Junior”, dirigida al público infantil. Ambas revistas tienen además de su versión impresa, varios recursos en línea tales como juegos, trivias y artículos exclusivos.

4.2. Partes de la revista

Portada

Esta es la parte más importante para cualquier publicación, mucho más para una revista ya que de ella depende su rentabilidad. Debe distinguirse de todas las demás publicaciones y una manera de hacerlo es a través de los colores, las imágenes, la tipografía, etc.

Bhaskaran (2006), menciona que una revista tiene el tamaño estándar de DIN A4 de 21 X 29.7 cm, debido a que estas dimensiones son aptas para que pueda caber dentro de los estantes. Este formato se define con base en la forma y el tamaño de una página y porque es el tamaño estándar de los rollos de papel y el tamaño del tambor de la prensa de las máquinas de Offset. (Zaparretta 1984: 128).

Tipos de portadas

Existen muchos tipos de portadas y estas se clasifican en tres grupos: figurativas, abstractas y de texto. Todas reúnen más o menos elementos que sirven de apoyo para su impacto. Normalmente las que se apoyan en el uso de fotografías, basan su estrategia en la manipulación de las emociones como: rabia, angustia, miedo, felicidad, etc. Dependiendo de tipo de lector al que va dirigido o el contexto social.



Ilustración 34. Portada de revista figurativa. Imagen recuperada de: <https://www.domestika.org/es/proyectos/415383-proyecto-final-diseno-direccion-de-arte-y-estilismo-en->



Ilustración 41. Portada de revista abstracta. Imagen recuperada de: <https://decapeartedigital.jimdofree.com/inicio/portadas-de-revistas-vintage/>



Ilustración 42. Portada de revista con texto. Imagen recuperada de: <http://www.comedia.cat/es/>

Posteriormente, existen las portadas abstractas, según Zapparreta, estas no son tan comunes, normalmente se utilizan en temáticas, es decir, donde la venta es mediante suscripciones, su originalidad no precisa título ni del logo, solo de la originalidad en su diseño. Y finalmente, están las que utilizan texto, esta alternativa de diseño es muy poco utilizada debido a que la sociedad es más visual, pero de igual manera son muy efectivas.

El Logotipo

Este elemento debe estar incluido en la portada de una publicación. Su función es representar gráficamente la marca. Su objetivo es transmitir el contenido, postura y actitud de una manera sutil o incluso subliminalmente, hacia el consumidor. Puede aparecer en todo el material impreso, de promoción e incluso en la web.



Ilustración 43. Portada de revista, logo. Imagen recuperada de: https://www.taringa.net/+imagenes/las-portadas-de-la-revista-rolling-stone_vqa8r

Lomo

Es una pequeña franja de espacio en donde se centra el título y la fecha de la publicación. Funciona de manera en que al estar apilada en los estantes sea visible para reforzar la marca y el estilo, también puede funcionar como una herramienta narrativa.

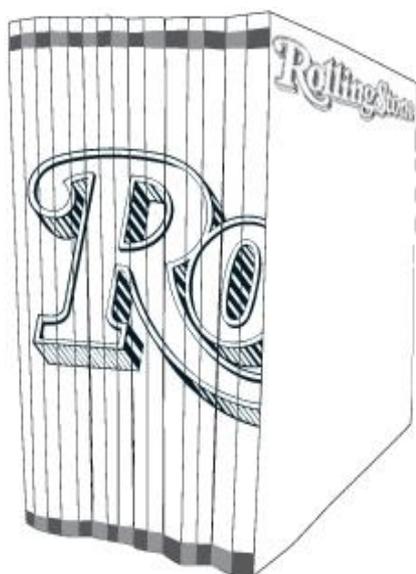


Ilustración 44. Lomo, narrativa. Imagen recuperada de: <http://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2013/es-para-coleccion/>



Ilustración 45. Lomo. Imagen rescatada de: <http://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2013/es-para-coleccion/>

El color

No es fácil saber qué color es el que se debe seleccionar al diseñar una revista. Los diseñadores deben conocer la psicología de los colores, debido a que cada uno tiene un significado y muchas veces varía dependiendo del entorno social, cultural y territorial. “Cada color puede producir muchos efectos distintos, a menudo contradictorios. Un mismo color actúa en cada ocasión de manera diferente”. (Munich, 2004: 17).

Por ello hay que saber que ningún color carece de significado. Y que este depende del contexto. Por ejemplo, el color rojo puede percibirse como pasión o erótico, pero en otros países puede significar, violencia.

4.3. Secciones de la revista

La estructura periodística de una revista se divide en editorial, artículos y reportajes. Pueden ser secciones fijas o temporales. La diferencia entre una revista y un periódico radica en que las primeras no necesariamente requieren interpretaciones y tampoco la opinión de un especialista (Con excepción de revistas políticas o especializadas). Generalmente su naturaleza es meramente informativa. Por ello, se integra una entrevista en donde precisamente no se den puntos de vista, sólo recolecta información, juicios y opiniones de personas o especialistas.

También se integra una crónica, donde se explican los hechos de manera cronológica, y se pretende recrear los hechos dándole importancia a los detalles. Estas se dividen en crónicas infamativas, opinativas e interpretativas.

Otro género informativo muy importante que se debe considerar en una revista son los reportajes. Tratan de ampliar y complementar una noticia. Su propósito es documentar la información obtenida.

Los artículos son el elemento más importante de la revista, su contenido en la información es el que atrae al público, puede ser subjetivo ya que el periodista vierte sus opiniones sobre las noticias o temas de su interés.

Finalmente, la editorial, consiste en expresa la posición política, ética y sobre los hechos de la actualidad. Se trata de una posición colectiva, juicio que concuerde con la ideología del medio.

4.4. Proceso editorial

El equipo involucrado en la publicación de revista o un periódico, consiste en un redactor, un editor, fotógrafo y diseñador. Para que llegue a los puntos de venta y sea adquirida por el público.

- **Director:** es el responsable del contenido de las publicaciones.
- **Redactor:** es el responsable de hacer las correcciones y de las pruebas para asegurar que la información sea coherente y no tenga errores de ortografía, gramaticales y de sintaxis.
- **Fotógrafo:** se encarga de todos los elementos con respecto a la imagen para darle peso a la información escrita.

- **Diseñador:** el que realiza la maquetación de una publicación con base en el texto e imágenes y el tipo de archivo final para mandar a imprenta.

4.5. Proyecto de revista infantil “Luciérnaga”

4.5.1. Justificación

Se realizará una revista infantil de divulgación científica y cultural, trimestral en donde acercaremos a los niños a las artes, ciencia, historia y literatura. Será una revista atemporal con contenidos selectivos, coleccionables y consultables. Lo que menos buscamos es ser una revista desechable, sino más bien, que los artículos puedan ser consultados una y otra vez.

Las revistas son un poco más libres en el aspecto gráfico. Por ello, esta revista, contendrá infografías, recuadros e imágenes ya que los niños son muy visuales, y lo que se desea lograr, es ser llamativa y un referente en las publicaciones culturales.

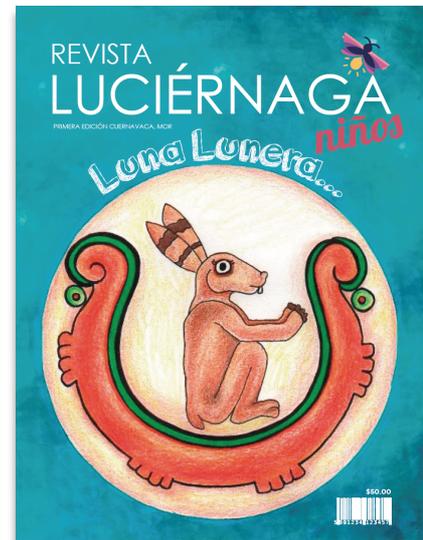


Ilustración 46. Conejo en la luna. Imagen recuperada de: <https://www.mitos-cortos.com/mitos-mexicanos/mito-del-conejo-en-la-luna/>

4.5.2. ¿A quién va dirigido?

La revista está enfocada a niños de 7 a 12 años, ya que es cuando comienzan a leer más claramente y aumentar su comprensión, desarrollar su pensamiento lógico, abstracto y crítico. Empiezan a comprender el valor de los objetos y tomar el gusto de coleccionar cosas, emulan a personas fantásticas y buscan la pertenencia a un grupo social.

Con base en las etapas de Piaget, a la edad de 6 a 12 años, los niños obtienen un pensamiento de operaciones concretas, esto quiere decir que, a esa edad, empiezan a adquirir mayor noción las posibilidades de su pensamiento y se convierte en lógica. Su razonamiento deja de ser intuitivo y se basa en lo racional. Existen muy pocas revistas dedicadas al mundo infantil en México. Las que hay carecen de información y suelen tener contenido poco útil para su formación. Tienden a la violencia pues contienen imágenes de personajes de caricaturas que la

fomentan. Además su costo es muy elevado y los padres prefieren invertirlo en otras cosas.

¿Qué significa Luciérnaga? Viene del nombre de un pequeño insecto de la familia de los *Lampyridae* (Luciérnagas, Candelitas), que se caracterizan por generar luz propia para comunicarse por las noches con otras luciérnagas. Y es que la intención de la revista es hacer una alusión a las luciérnagas ya que estos pequeños insectos generan su luz propia, del mismo modo, creemos que el conocimiento es una especie de luz que ayude a todos los niños a generar la suya.

Esta revista tiene como finalidad hacer que las niñas y los niños desarrollen el gusto por la lectura hasta lograr que tengan un entusiasmo legítimo por leer. Que no sientan esta actividad como una obligación, sino que descubran el gusto que encierra. Para un pequeño, la lectura puede ser placer, diversión, juego, un viaje a través de la imaginación para descubrir el mundo que le rodea.

Es más difícil adquirir el hábito de la lectura si se inicia en la adultez. Sin embargo, es posible desarrollar una motivación, si la afición se adquiere en la infancia. Uno de los grandes errores perceptibles, es el poco estímulo que reciben los niños y niñas en las escuelas, hasta llegar el punto en que para ellos la actividad es más una obligación, un deber más a cumplir. Además, en estos tiempos cuando las distracciones tecnológicas los enganchan se hace más difícil que los libros capten la atención de los peques. Por ello, conseguir que las niñas y los niños se aficionen a la lectura depende del tipo de lecturas que se les presente, así como su diseño. Claro, para lograrlo es indispensable el apoyo de los padres.

1.1.1. Perfil del Consumidor (Target)

Demografía

- **Edad:** de 7 a 12 años

Género: Indistinto. La revista debe difundir contenidos científicos y culturales que sean atractivos a niñas y niños.

Situación familiar: Familia extendida

Ubicación

Luciérnaga está pensada para distribuirlo a nivel nacional, con diverso contenido cultural que les permita conocer la diversidad cultural de nuestro país y hechos históricos. Es una revista atemporal. Su periodicidad trimestral permite que el contenido sea de calidad convirtiéndola en un objeto de colección.

Perfil sociocultural

- **Clase social:** Clase media

Nivel Educativo: 4to a 6to grado

Perfil socioeconómico

- Medio/Alto

4.5.3. Secciones

La revista estará conformada por diferentes secciones, todas ellas girarán en torno a un solo tema en cada número. Por ejemplo, si en el número de marzo se toma cómo elemento central “el conejo en la luna”, este tema aparecerá tanto en la portada como en las diferentes secciones. En la parte científica se explicará como un ejemplo, la vida de los conejos, los cráteres en la luna, los efectos visuales, y el por qué parece que hay un conejo en la luna, etc. Mientras que en la parte cultural se mencionarán como un ejemplo, la leyenda del conejo en la luna, curiosidades sobre las representaciones artísticas, escritos que hablan sobre el tema.

Las secciones ayudarán a aclarar dudas. También buscan fomentar su curiosidad y además alimentar su aprendizaje. A través de ella, desarrollan la observación, formulan preguntas y estimulan su pensamiento, criterio y lógica para llegar a una conclusión. Asimismo, los niños aprenderán historia, esto les permitirá ubicar, lugares, espacios y fechas. Así podrán comprender el desarrollo de las sociedades, y les permitirá desarrollar su propio criterio. Con esto se prepara a los niños para construir, desarrollar y cambiar su entorno. Finalmente, aprenderán a observar, analizar y resolver cuestiones artísticas con el lenguaje adecuado a su edad por medio de ilustraciones, fotografías y dibujos.

4.5.4. Formato

Para crear una pieza editorial lo primero es saber en qué formato y cómo se va a imprimir. Una vez planeado estos, seleccionamos a partir del sistema DIN o Formatos ISO 216 (Organización Internacional de Estandarización) podremos saber cuántos pliegos utilizará nuestra pieza, ya que este trabaja con los estándares establecidos que logran la unificación en todos los procesos de impresión.

La decisión sobre el formato de la revista *Luciérnaga niños*, se hizo con base en los estándares del papel debido a cuestiones prácticas, ya que, como lo menciona (Zaparreta, 2008), los formatos de una revista se destacan por el tamaño y la forma, normalmente se adaptan al formato ya que un rollo de papel se ajusta a la medida de los rodillos de una prensa Offset, así como para tomar en cuenta la practicidad y manipulación de la revista.

Esta pieza editorial contiene 24 páginas, su formato es de tamaño A4 de 216 X 297 mm. Sin lomo debido al número escaso de página. En cuanto a la impresión, se utilizará un pliego y medio con base en la medida del sistema ISO 216 en donde la distribución de las páginas por pliego es de 8 páginas por un lado y 8 del reverso dando un total de 16 páginas y 8 para el medio pliego.

4.5.5. Encuadernación

El tipo de encuadernación cosido con grapas es un método económico, se utiliza normalmente para publicaciones sencillas. Este consiste en aplicar un par de grapas en el margen de lado izquierdo o por la esquina superior.

Como lo menciona Johansson (2007), el grapado en el lomo, o en caballete, se utilizan para unir cuadernillos de un máximo de 100 páginas ya que, si se incrementan estas, pueden producir problemas para mantener el formato cerrado.

Para nuestra publicación utilizaremos la encuadernación engrapado en caballete ya que la revista solo contiene 24 páginas y este tipo de encuadernado le funciona muy bien.

4.5.6. Papel e impresión

Es el soporte de la obra y por ello se debe ser muy cuidadoso a la hora de seleccionar el papel, se deben tomar ciertas cuestiones como el peso, opacidad, textura, dureza, firmeza, resistencia a la humedad, entre otros.

El uso de diferentes tipos de papeles ofrece una gran variedad creativa al combinarlos, pero también, pueden afectar la reproducción de un color si no seleccionamos previamente el correcto. Como lo menciona Harris (2006), algunos papeles suelen ser de mayor absorción y producen colores apagados, mientras que los que son estucados y con superficies lisas reproducen colores muy resaltados y brillosos. Asimismo, si el papel tiene un alto brillo, podría resultar molesto con la vista.

Pastas

En la portada y contraportada se utilizará Cuché laminado plastificado mate de 150 gr. En los interiores de la revista, se utilizará un papel Cuché mate de 90 gramos estucado con superficie lisa y de alto brillo, es ideal para reproducir colores brillantes y resaltar las imágenes.

Textura

El papel que se eligió tiene un estucado mate de 90 gr. Ya que como lo menciona (Johansson 2008), los estucados altamente brillosos proporcionan una buena reproducción en las imágenes. Sin embargo, pueden presentar una mala legibilidad ya que producen reflejos innecesarios.

Para la portada, se elegirá un acabado laminado plastificado mate en papel cuché mate de 150 gr. Con el objetivo de proteger los interiores y a las pastas de algún derrame de líquidos, o manipulaciones un poco toscas. La idea de la revista, es que sea coleccionable como un libro, para que se pueda consultar varias veces la información.

Opacidad

Como se ha mencionado anteriormente, el papel para la revista consistirá en un gramaje muy bajo, y por ende la opacidad también. Sin embargo, este tipo de papeles es muy usado para revistas, folletos, entre otros.

4.5.7. Técnica de impresión

Se pretende imprimir un mínimo de mil ejemplares, por ello, el sistema de impresión que se seleccionó es en Offset ya que este, nos permitirá obtener una excelente calidad y un bajo costo. El offset funciona cuando se imprimen gran número de

tirajes. Asimismo, como el papel es estucado, es ideal para este sistema ya que el pigmento se adhiere mejor a la superficie.

4.5.8. Maquetación

La revista contendrá una portada, la editorial, el directorio, índice, secciones (mitología, cultura, naturaleza, ciencia, tecnología, literatura y juegos), publicidad y contraportada.

En la portada, se mostrará el nombre y logotipo de la revista, así como una imagen que remite al arte prehispánico mediante una ilustración abstracta. Asimismo, el texto y las ilustraciones de cada sección, abarcará la página impar y la página par con el objetivo de tener mayor amplitud en la información.

Los títulos, antetítulo, subtítulos y entradilla utilizarán una caja de texto abarcando 6 de 8 columnas. Asimismo, se centrarán en las páginas impares, mientras que el cuerpo del texto y las ilustraciones ira de fondo abarcando las dos páginas.

Para el texto base, se utilizarán tres columnas. La numeración de las páginas se colocará en las esquinas inferiores junto a un filete delgado acompañado de la imagen de la luciérnaga.

4.5.9. Retícula

Retícula Regular

Se aplicará una retícula regular, esta nos proporciona una serie de hileras que incrementan la precisión en una composición. Así, como una retícula de 8 columnas, Su estructura se aplicará en todas las páginas de la revista dando un total de 24 páginas con la portada y contraportada.

Rejilla base

En esta publicación se utilizó una rejilla base. Esta nos indica el comportamiento y los parámetros que definiremos en nuestro documento. Para activar las rejillas base, es necesario configurarla desde las herramientas del programa *Indesign*. Se abre la ventana de *Preferencias* y posteriormente nos enviará a una llamada *Cuadrícula*, es ahí en donde podremos modificar nuestros parámetros ya que normalmente aparecen otros por default.

Para la revista se modificó la rejilla con base en el tamaño del interlineado de la tipografía (14 pt). Esto con el fin de dar mayor amplitud entre cada renglón, pero sin abusar ya que como lo menciona De buen (2005), los renglones muy separados como unidades independientes dan la ilusión de una página rayada. Por el contrario, si es demasiado estrecha, la lectura se torna un poco difícil y confusa debido a los excesivos movimientos del ojo.

Por ello, como esta publicación va enfocada a niños, se consideró utilizar el tamaño de tipografía e interlineado de 12/14 ya que los espacios en blanco y organizados permiten al niño que apenas está iniciando a la lectura no se sienta saturado con la información e imágenes.

4.5.10. Márgenes

El uso de los márgenes para una publicación es indispensable porque su amplitud nos permite evitar que partes del texto se pierdan al momento del corte, evita que la encuadernación interrumpa la lectura, oculta desperfectos en la tirada, entre otros.

En esta ocasión, para la revista, se utilizó un margen de 2 cm de cada lado, para evitar posibles accidentes ya que en la encuadernación a caballo como en este caso se utilizará, queda en el lomo una considerable acumulación de papel y puede ocasionar que cortemos parte del texto.

4.5.11. Párrafo

El estilo del párrafo en las revistas estará justificado a la izquierda. Este estilo permite que sean más marcados y no se confundan con la otra columna de texto, ya que éstas son muy estrechas y si utilizamos un estilo de párrafo en bandera, se correría el riesgo de confundir a los niños. Cada párrafo, estará escrito de manera sencilla y con textos cortos, la idea es no casarlos con la lectura y se diviertan con las ilustraciones.

4.5.12. Tipografía

En la elección de una tipografía para revistas infantiles, se deben considerar mecanismos de lectura y el desarrollo lingüístico por edades de cada niño. Para ello es necesario recurrir a varias disciplinas como la legibilidad (una rama de la psicología), la pedagogía, (por el proceso de alfabetización) y estética, (por composición de una página). De gran utilidad son las investigaciones científicas

dirigidas hacia los lectores primerizos con el objetivo de encontrar tipografías que le faciliten la lectura al niño.

En esta revista se utilizaron varios estilos de tipografías decorativas en los títulos y subtítulos por su carga expresiva, jugando con los colores y el tamaño para atrapar la atención en niños pequeños. Se consideró de esta manera porque como lo menciona Kruk (2010), los niños más pequeños hasta los 5 años, están en la etapa de la prelectura, es aquí en donde comienzan a desarrollar su propio lenguaje oral, comunicarse verbalmente y a relacionar las palabras con la imagen.

A partir de los 6 años, los niños dan inicio con la lectura escolar y se familiarizan con las letras y la escritura. Es aquí en donde los libros álbum tienden a implementar tipografías escritas a mano ya que la estática puede resultar una ventaja en los niños que apenas inician porque les resulta más atractiva la variación de formas y colores despertando su curiosidad. Sin embargo, existen diferentes opiniones sobre la tipografía infantil. Ya que entre los diseñadores, educadores e investigadores sobre la legibilidad con respecto a la tipografía hay diferencias y miradas contrastantes sobre el uso de estas. Por ejemplo: educadores, se basan muy a menudo en prejuicios y hábitos adquiridos. Los diseñadores, tienden a seguir la visión de sus clientes y los científicos, no tienen el conocimiento sobre la diferencia entre una u otra tipografía. No hay una ciencia exacta que decide cuál es la mejor tipografía para un niño. Bessemans (2016).

Cuerpo del texto

Para el texto base en la revista, se utilizó una tipografía *serif*, llamada Gandhi, esta es moderna, humanista y versátil e incita a la lectura. Este tipo de tipografías se utilizan mucho para revistas, periódicos y medios de comunicación.



Ilustración 47. Tipografía *Lopster*. Imagen propia.

Títulos

Estos nos permiten concentrar la atención de cada tema. Para los títulos, se eligió un color distinto, así como tamaño ya que dependía del número de palabras en

donde cada una de estas debía resaltar ya sea el nombre de alguna persona o la acción, con la finalidad de atraer a los pequeños lectores.

Gotham-Black

Ilustración 48. Tipografía Gotham-Black. Imagen propia

Subtítulos

Se utilizó una tipografía decorativa para diferenciarla de los títulos con un tamaño menor pero que también se destaque del contenido general del cuerpo.

Cuerpo del texto

Para todo el contenido base de la revista, se sugirió la misma tipografía que los subtítulos, sin embargo, la mejor elección será *regular* para hacer una distinción de los títulos y subtítulos.

4.5.13. Color

La revista combina tintas planas en CMYK. La paleta de color que se utilizará son en tonos pasteles, entre los azules, morados y rosas. Para algunas páginas se implementarán colores como el negro y grises. Sin embargo, todos los tonos son adecuados para los niños. Cada color, representa un tipo de información, por ejemplo, para las secciones de mitología y cultura; se utilizarán colores primarios y secundarios en tonos amarillos, azules, verdes, blancos, rojos, estos colores remiten a los colores mexicanos.

Para las secciones de ciencia y tecnología, se utilizarán colores oscuros, negros, azules y grises. Finalmente, para la sección de literatura, se utilizarán colores fríos en tonos pasteles.

4.5.14. Ilustración

Las técnicas de ilustración pueden variar según la necesidad del proyecto que se va a desarrollar hay estilos de ilustración que suelen ser más comunes para publicaciones infantiles.

Para esta revista, se utilizaron varios estilos para complementar nuestro texto (Fotografía, Acuarela y Digital). Cada ilustración nos permite establecer conexiones

de comunicación entre el emisor (ilustrador) y los receptores (el lector). Estas pueden repercutir tanto en la interpretación como en la comprensión de la lectura. A continuación, describiremos algunos tipos de ilustración.

- **Técnica con acuarela:** Se caracteriza por usar colores diluidos con agua. Esto le otorga cierta sensación de transparencia y sutileza.
- **Técnica con acrílico:** La pintura lleva un componente plástico (polímero). Es de secado rápido. Se caracteriza por su acabado sólido.
- **Ilustración digital:** Es aquella que se realiza mediante elementos informáticos (computadoras). Es muy versátil y puede generar infinidad de acabados.

4.5.15. Presupuesto Revista “Luciérnaga”

Ejemplares 1000	
24 páginas	
Formato A4	
Cuché mate de 90 gr.	
Selección de color 4x4	
Portada laminado plastificado mate de 150 gr.	
Plegado	
Engrapado	
Total	\$30.000

5. El libro

Es una obra impresa con un número determinado de hojas y puede contener varios tomos o volúmenes. Asimismo, a partir de todos estos elementos se convierte en un libro.

5.1. Antecedentes del libro

Como ya lo habíamos mencionando en el capítulo de los antecedentes, los libros surgen en la Edad Media cuando los monjes escribían y resguardaban los libros en los Monasterios y posteriormente con el invento de Gutenberg.

Para Harris (2004), el libro es la forma de organizar y presentar la información en un solo formato. Se debe considerar tanto el formato como la cantidad de texto que se va a presentar, el tipo de público y los costos.

Para Salinas (2017), la memoria es la materia prima de la historia. Sin ésta, no hay identidad, o pasado que arraigue a los pueblos al presente. Un libro sirve para preservar la historia y con esta construir naciones.

Preservar, difundir y enseñar es el trabajo de los libros. Para lograrlo se puede apoyar con todos los elementos, herramientas del lenguaje visual, color, formato, retículas, imágenes, títulos, párrafos, entre otros porque se aplican para cualquier medio impreso y digital. La lectura se vuelve indispensable para seguir creando libros que ayuden a estimularla desde una edad temprana. Gracias a ellos, podemos comprender un poco más sobre nuestra historia.

5.2. Partes del libro

EL libro contiene la cosmovisión del ser humano. Puede presentarse con cualquier formato o papel. ¿Este tendrá muchos quehaceres en la vida? A continuación, se describen las partes del libro.

Tapas

En la antigüedad, el uso de las tapas en los libros surge por la necesidad de proteger los valiosos manuscritos de esa época. Por ello, comenzaron a utilizar materiales resistentes como pieles de animales. Posteriormente, lo sustituyeron por un material más delgado y resistente como la vitela. Finalmente, después de varios

años, comenzaron a utilizar telas, papeles y plástico. Las tapas se dividen en cuatro partes (primeras, segundas, terceras y cuartas de forro). Esto se refiere a que las primeras de forro son las partes exteriores del libro y se coloca el título, nombre del autor, el logotipo y el nombre de la editorial. Asimismo, en la contraportada aparece una pequeña reseña o comentarios de la obra. También, están las segundas y terceras de forros que son las caras internas de las tapas.

Lomo

Para De buen (2005), el lomo es la pieza más trascendental porque al colocarlo en los estantes de forma vertical, queda visible y permite que cualquiera pueda ver el título del libro, el sello de la editorial y el número del tomo, así como algunos elementos decorativos.

Sobrecubiertas

Es una funda con la que se envuelve el libro para protegerlo y para llamar la atención del lector. Como no es un elemento constante, permite que el diseñador explote su máxima creatividad sin modificar las tapas originales.

Solapa

Se refiere a los extremos de la sobrecubierta, y sirven para que la pieza permanezca sujeta a la pieza editorial. La solapa es un elemento prescindible, el autor puede tomar la decisión de agregarla o no.

Faja

Es una pequeña cinta que se coloca igualmente que la sobrecubierta para envolver el libro, en esta se emplea componentes exclusivamente publicitarios.

Página de cortesía

Son aquellas páginas en blanco que se incluyen cuando las páginas no cierran en pliegos. Estas son muy comunes en el libro moderno.

Portadilla

Es la primera página del libro, en ella, aparece el título de la obra. Puede incluir el sello editorial, así como el número del tomo. Asimismo, se debe colocar en la página impar (derecha) y no lleva folio. La portadilla poder incluirse si el autor lo desea.

Contraportada

Es el reverso del libro, en ella normalmente va en blanco, sin embargo, se puede incluir la fotografía del autor, biografía o la del personaje.

Portada

Es la cara de libro, esta nos permite identificar los libros. En ella se deben integrar los elementos como el título, subtítulo, nombre del autor, número de la edición, del tomo y la editorial, así como algún tipo de ilustración.

Página legal

En esta página, se muestran todos los datos técnicos del libro como: el número y fecha de la edición, nombres de los colaboradores, la reserva de derechos, la leyenda de la prohibición o permisos, el domicilio, el número ISBN (International Standard Book Number), la leyenda de "Impreso en", así como el domicilio de la editorial.

Índice del contenido

Es en donde se describen los temas, los capítulos y artículos e indica el número de las páginas que contiene el libro.

Notas previas

Se les llama páginas que llevan alguna dedicatoria, Prólogo, prefacio, proemio, preliminar, al lector, advertencias, aclaraciones, introducción presentación, etc. En estas, explica al lector los acontecimientos, el ámbito histórico, geográfico o económico en que se escribió la obra.

Dedicatoria

Es el primer texto escrito por el autor. Suelen ser breves y pueden incluir los nombres de las personas a quienes homenajeen.

3.3 Maquetación del libro

También llamada diagramación, o compaginación. Consiste en la disposición de textos e imágenes en un espacio definido, generalmente el papel. (Íñigo, Makhoulouf 2014). En el proceso de maquetación se debe buscar la distribución armónica de los elementos. Llamamos caja tipográfica o caja de texto al espacio designado para colocar los elementos a imprimir.

Existen algunos aspectos esenciales que determinan la composición:

Número de columnas

Determina en gran medida la distribución del espacio disponible. Otro aspecto a considerar es el tamaño de las columnas y el espaciamiento entre éstas.

Color

Si se trata solamente de texto, la elección del color puede influir importantemente en la legibilidad. En el caso de las imágenes, la selección de colores influye en la forma en que el lector asimilará y codificará los mensajes expresados en la publicación.

Espaciamiento

Es la distancia que se guarda entre las líneas de un texto, entre las columnas y entre las imágenes. Si existe poco espacio entre los elementos, la composición se verá saturada y amontonada, si, por el contrario, hay demasiado espacio entre elementos, dará la sensación de vacío.

Tipografía

Influye no solamente en la legibilidad del texto. También, determina el estilo de la publicación. El tamaño de la tipografía depende de si se trata de un encabezado e el cuerpo de un texto. También, depende de a quién va dirigida la publicación; si se trata de niños que empiezan a leer o adultos mayores, debe considerarse una tipografía de mayor tamaño.

5.3. Proyecto del libro infantil “Cuentan las abuelas”

“Cuentan las abuelas” es un libro que tiene el propósito de estimular la percepción sobre la diversidad cultural y lingüística de México. Consiste en seis historias cortas recuperadas de la tradición oral de distintos pueblos indígenas: Mayas, mazatecos, nahuas, Hñañú (otomí), lacandón y wixárika (huichol). Al finalizar cada historia se añade un pequeño glosario con cinco palabras en la lengua originaria del cuento, esto no persigue un objetivo de memorización de las palabras o aprendizaje concreto de estas lenguas, más bien se ofrece como un pequeño dossier en el

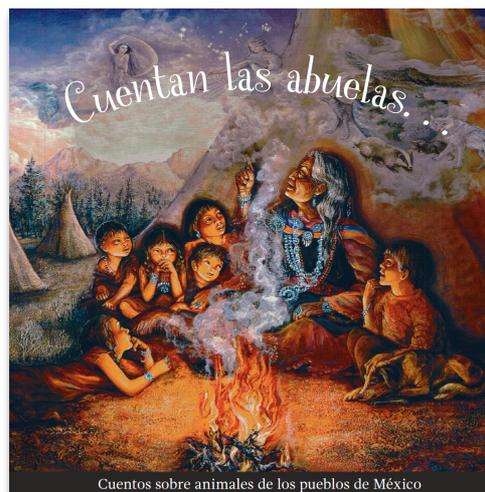


Ilustración 49. *Tradición oral*. Imagen recuperada de:

<https://www.facebook.com/pachamamacorazonperu/photos/abuela-como-se-pierde-la-vida-se-pierde-de-muchas-formas-hijose-pierde-cu/1707722445979262/>

que se le presentan al niño distintos ejemplos de tradición oral y sus respectivas lenguas revelándole un amplio horizonte de diversidad cultural. Todos los cuentos tienen a animales como protagonistas, esto con el objetivo de crear empatía con el pequeño lector a través de personajes que capten su atención.

5.3.1. ¿A quién va dirigido?

El libro está dirigido para niños de 8 a 10 años. Existen distintas clasificaciones de libros infantiles según el rango de edad de los lectores. Estas clasificaciones se basan en parámetros como la temática, el material del que están hechos, la cantidad y estilo de imágenes que presentan, el número de palabras, el tamaño de letra y tipografía, la forma del libro, etcétera. Cabe señalar que estas clasificaciones no son absolutas y dependen en gran medida de los criterios de las casas editoriales y de los autores. Jones (2018), propone una clasificación que contempla seis categorías, divididas según criterios de edad, número de palabras, número de páginas y número de ilustraciones:

Categoría	Edad	Número de Palabras	Páginas	Ejemplo	Número de Ilustraciones
Libro de imágenes inicial	0-3	0	32	Buenas noches gorila	En todas las páginas
Libro de imágenes	2-5	200-400	32	Jamberry	En todas las páginas
Libro de imágenes comercial	4-8	400-800	32	El conejito Knuffle	En todas las páginas
Libro de historias con imágenes	6-10	1000-3000	32	<i>Ocean commotion</i>	En todas las páginas
Libro de capítulos	6-10	3000-10,000	50	Amelia Bedelia	En casi todas las páginas (blanco y negro)
Libro de mediana edad	8-12	15,000-40,000	82	La casa del árbol	12 o más (blanco y negro)

Ilustración 43. Categorías por edades en el número de palabras en libros infantiles. Jones (2018) Traducción propia

Esta tabla resulta útil para hacerse una idea sobre la relación entre rango de edad y número de palabras recomendado, sin embargo, su nomenclatura resulta un poco confusa. La escritora de libros para niños Summer Edwards (2013) hace una clasificación que toma en cuenta otros factores:

- **Libros de cartón**

Son los libros hechos para los más pequeños (0-3 años). Su principal característica es estar hechos de cartón duro y laminado y por su pequeño tamaño que permite a los bebés manipularlos sin problema. Sus temas refieren a colores, formas y texturas. Tienen el objetivo de familiarizar al bebé con el libro como objeto.

- **Libros de imágenes**

Están enfocados a los lectores emergentes, es decir, los niños que empiezan a leer (4 a 8 años). Las imágenes son más importantes que el texto. Oscilan entre las 400 y 900 palabras (de acuerdo al criterio de los editores y el país). Por lo general su número de páginas es múltiplo de 8 (8, 16, 24, 32, 40), aunque se considera 32 como el estándar.

- **Libros ilustrados de historias**

Se caracterizan por tener una mayor cantidad de texto, no obstante, las imágenes casi todas las páginas tienen imágenes. La diferencia principal entre los anteriores y éstos es que en los libros de imágenes la historia no se puede entender sin las imágenes, mientras que, en éstos, las imágenes solamente ilustran la historia narrada en el texto (Edwards, 2013). Por lo general tienen una extensión de 900 palabras.

- **Libros de ideogramas**

Son libros que llevan algunas imágenes intercaladas con el texto, de forma que el niño pueda adivinar la palabra sin necesidad de leerla. Son una gran herramienta de transición ya que ayudan al niño a realizar lecturas que generalmente requieren una mayor habilidad lectora.

- **Libros para lectores primerizos**

Enfocados en niños de 6 a 8 años que empiezan a leer por cuenta propia. Tienen de 2 a 4 oraciones por página y consisten en historias sencillas con vocabulario adecuado para el rango de edad. Pueden tener ilustraciones a color cada dos páginas para mantener el interés del niño. Tienen una extensión muy variable de acuerdo al criterio de la editorial, que puede ser de 200 a 3000 palabras (con una media de 1,500 palabras). Tienen por lo general una vida larga, ya que se pueden utilizar desde 3 de kínder hasta tercero de primaria.

- **Libros de capítulos**

Consisten en pequeñas novelas divididas en capítulos de dos a cuatro páginas. Están dirigidos a niños de 8 a 10 años que ya leen por cuenta propia. El objetivo de estos libros es generar en el niño la sensación de poder leer libros para adultos. Se caracterizan por utilizar párrafos cortos (de 2 a 4 oraciones). Tienen una extensión de 4000 a 12,000 palabras y pueden tener el apoyo de algunas ilustraciones en blanco y negro.

- **Novelas infantiles**

Dirigidas a un público de 8 a 12 años, Tienen una extensión de 25,000 a 45,000 palabras. Tienen capítulos más largos que los libros de capítulos y tratan temas más sofisticados. En ocasiones, se realizan series de estos libros con los mismos personajes (por ejemplo, Harry Potter).

- **Jóvenes adultos**

Son libros para adolescentes de más de 12 años. Tienen una extensión de 40,000 a 70,000 palabras. Sus protagonistas son adolescentes generalmente y se distinguen por abordar temas complejos que tienen que ver con el desarrollo humano en esa etapa. (Autoconocimiento, sexualidad, violencia escolar, abuso de sustancias, etcétera.)

- **Antologías y colecciones de cuentos**

Si los cuentos pertenecen a un mismo autor constituyen una colección y si se trata de varios autores es una antología. Consisten en un conjunto de relatos que giran en torno a una temática en común. Todas las historias deben tener un estilo similar y estar enfocadas hacia el mismo grupo de edad. Pueden estar hechas para cualquiera de los grupos de edad anteriores, a partir de los seis años. Son una herramienta valiosa para mostrar al niño diferentes enfoques sobre un mismo tema.

Tomando en cuenta este contexto definimos nuestro libro como una antología enfocada a lectores de 8 a 10 años, con una extensión de 1,500 palabras a lo largo de 32 páginas ilustradas. Como se mencionó anteriormente, los valores de estas clasificaciones no son absolutos, más bien son una guía a tomar en cuenta a la hora de enfocar el proyecto hacia un público específico. En este sentido, aparte de ser una antología, este libro puede ser también considerado en la categoría de libro ilustrado de historias, en el sentido de que las imágenes tienen la función de apoyar lo que se describe en el texto. “Cuentan las abuelas” está diseñado en un formato dinámico que permita adaptarse a distintos usos pedagógicos, de este modo el niño puede manipularlo y leerlo por sí mismo, pero también puede ser una herramienta para padres y maestros. Los textos, redactados con un lenguaje sencillo y en párrafos cortos permiten su fácil comprensión.

5.3.2. Perfil del consumidor (target)

- **Demografía**

Edad: de 7 a 12 años

Género: Indistinto.

Situación familiar: Familia extendida

- **Ubicación**

Cuentan las abuelas, está pensado para distribuirlo a nivel nacional e internacional para promover y esparcir la cultura mexicana. Es un libro atemporal, se imprimirán inicialmente 1000 ejemplares que serán distribuidos a nivel nacional e internacional.

- **Perfil sociocultural**

Clase social: Clase media- Alta

Nivel Educativo: 4to a 6to grado.

- **Perfil digital**

Medio/Alto

5.3.3. Formato

Los libros infantiles vienen en una gran variedad de presentaciones, los hay desde unos cuantos centímetros cuadrados hasta libros de grandes dimensiones para colorear. Cada tamaño de libro ofrece ventajas y desventajas. Los libros de formato pequeño son más difíciles de imprimir, sin embargo, son más fáciles de transportar por el niño (Arroyo, Moisen, 1998). Los libros pequeños sirven para que el niño los manipule y sostenga por sí mismo, mientras que los libros grandes pueden ser apoyados sobre una mesa o sobre el suelo. En cuanto a su forma, se dice que los libros son prolongados u oblongos cuando son más altos que anchos y apaisados cuando son más anchos que largos. La escritora Ivonne Jones (2018) sugiere que los libros prolongados generalmente se usan cuando se quiere destacar al personaje principal de la historia y los apaisados funcionan mejor cuando los libros hablan de travesías y aventuras. Los libros cuadrados generalmente se usan cuando se trata de temas cotidianos o instruccionales.

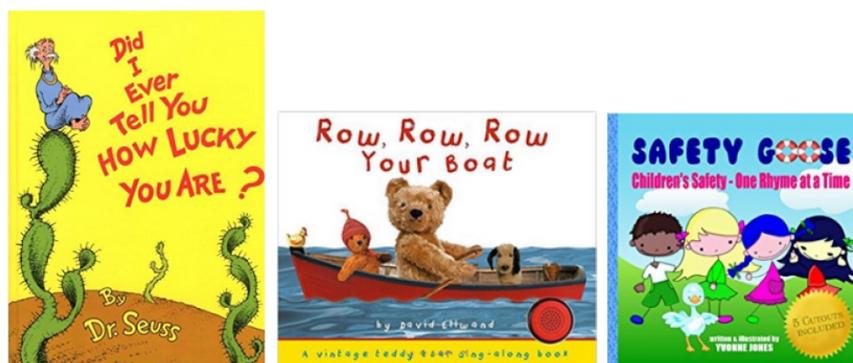


Ilustración 44. Ejemplo de libro prolongado apaisado y rectangular. Jones (2018)

Algunos de los tamaños de impresión más usuales en los libros infantiles son:

- 5.5" x 8.5" (13.97 x 21.59 cm.)
- 6" x 9" (15.24 x 22.86 cm.)
- 6.14" x 9.21" (15.59 x 23.39 cm.)
- 7" x 10" (17.78 x 25.4 cm.)
- 8" x 10" (20.32 x 25.4 cm.)

- 8.5" x 8.5" (21.59 x 21.59 cm)
 - 8.5" x 11" (21.59 x 27.94 cm.)
- (Jones, 2018, p.639)

El libro tendrá un formato cuadrado con medidas de 21.59 x 21.59 cm. ya que estas medidas y formato facilitan la manipulación por parte del niño. Este es un libro con varias historias cortas, que se pueden leer todas de una sola vez, o se pueden ir leyendo poco a poco, por lo que el factor de movilidad del libro es importante. Se eligió un papel Cuché mate ya que este tipo de papel permite mayor contraste entre texto y selecciones de color. También, ayuda a evitar reflejos de luz indeseados. El gramaje será de 135 gr. Ya que es un grosor adecuado para servir de soporte a ilustraciones, también, ofrece una mayor resistencia, apta para el rudo uso infantil.

5.3.4. Encuadernación

El libro tendrá un acabado rustico. Este método presenta algunas ventajas que nos interesa considerar (Johansson, Lundberg *et al.* 2011). La primera es la resistencia; al ser un libro destinado al público infantil, debe estar diseñado de manera que soporte un uso rudo. El cosido con hilo presenta una mayor durabilidad que el encolado. Este tipo de encuadernado también ofrece ventajas frente al encolado al momento de trabajar con papeles estucados (tal es nuestro caso), ya que el acabado liso de este tipo de papeles no resulta tan adherente a la cola como es el caso de los papeles no estucados que tienen un acabado más poroso, y por tanto absorben mejor el pegamento. Por último, los libros cosidos presentan un mayor margen de apertura, es decir, al abrir el libro se puede desplegar completamente, sin temor a que las hojas se separen, esto tiene la ventaja adicional de permitir apreciar mejor las ilustraciones y permiten que el niño lo manipule con confianza.

Pastas o tapas

Se optó por darle al libro pastas duras con el objetivo de darle una mayor resistencia, así como para crear un mayor impacto en la presentación de la portada. Los libros de pasta dura tienen un tratamiento que consta de tres etapas: Guillotinado de tripa (parte interna del libro), acabado de la tripa y creación de las tapas.

En primer lugar, se guillotinará la tripa con el objetivo de darle un acabado uniforme al interior del libro, usualmente este proceso se hace mediante una guillotina

trilateral. Después viene un proceso en el cual se busca redondear los cuadernillos que componen el cuerpo del libro a coserse, esto con el objetivo de liberar tensión entre la cubierta y las guardas este proceso también es conocido como “sacar cajos”, sin embargo, cuando el libro consta de menos de 100 páginas (como es nuestro caso) este proceso puede ser omitido (Johansson, Lundberg *et al.* 2011). Finalmente se procede a la creación de las tapas: El forro que es la hoja impresa con la carátula y contraportada del libro; las dos tapas, hechas de un cartón más grueso y la tira del lomo.

También se le realizará a la portada un plecado, que consiste en crear una hendidura en las tapas que funcione a manera de bisagra, lo que facilita la apertura del libro e impide que se cuartee.

5.3.5. Papel

La elección del papel adecuado es muy importante cuando de libros infantiles se trata. En nuestro caso, se consideraron varios factores a la hora de elegir el papel usado para “Cuentan las abuelas”, tales como resistencia, textura, acabado, color y opacidad. Todas estas características se traducen en significantes que aportan información y sensaciones al lector. Se realizaron varias pruebas para el soporte del libro, y se optó por un papel cuché mate con un gramaje de 135 gr.

Textura

Este papel tiene una textura satinada y lleva un proceso conocido como estucado, que consiste en la aplicación de una capa de sulfato de bario, talco, caolín o blanco satín (mezcla de sulfato de aluminio y cal). Esto da como resultado una superficie muy lisa desprovista de poros e irregularidades, lo que ofrece muchas ventajas a la hora de imprimir imágenes coloridas y de gran detalle (de Buen, 2005).

Acabado

El acabado mate seleccionado es el más aconsejable para imprimir con gran detalle ya que tiene menor cantidad de reflejos que puedan dificultar la visión. Este papel se recomienda cuando las imágenes y el texto se combinan, pues gracias a su superficie no reflejante ofrece buena legibilidad y un brillo natural en las imágenes.

Resistencia

Como ya se ha señalado anteriormente, uno de los puntos esenciales en los libros infantiles es la resistencia del papel, ya que es necesario que el papel de libro tenga cierto margen de tolerancia al uso rudo por parte del niño y que no se rompa o arrugue fácilmente. Es por ello que para nuestro libro elegimos un papel de 135 gr. Uno de los de mayor gramaje, lo que le otorga durabilidad al libro.

Opacidad

Otra de las ventajas de un papel de alto gramaje es su opacidad, ya que esto facilita una lectura más fluida, al evitar que lo impreso en una cara del papel llegue a traslucirse del otro lado.

Color

Los papeles estucados ofrecen una mayor resistencia a tornarse amarillos (como sucede con los papeles porosos). Una alta blancura garantiza una mayor fidelidad en la reproducción del color, ya que la base neutra evita alteraciones en el matiz o en los colores de la tinta.

5.3.6. Técnica de impresión

Por el número de ejemplares, se recomienda utilizar offset, ya que reduce los costos, funciona mucho mejor con papeles estucados y de mayor gramaje, asimismo, permite que las tintas se impregnen mejor a la superficie del papel.

5.3.7. Maquetación

El libro contará con una portada, guardas, portadilla, créditos, índice, prólogo, cuerpo del texto, fuentes, colofón y contraportada. Asimismo, se incluirán nueve cuentos con sus respectivas ilustraciones, cada una de ellas, se implementarán de manera alterna, esto quiere decir que primero la ilustración comenzará en la página impar y la segunda en la página par. Esto creará un ritmo y una dirección dando una sensación de continuidad para no perder el hilo y la atención en los niños.

Harris (2009) Menciona que, por lo general, en una página equilibrada, a pesar de tener los mismos elementos contenidos a lo largo de toda la superficie, el lector debe encontrar un punto de entrada; es decir, primero dirige la vista en la esquina superior izquierda y se va dirigiendo poco a poco al centro hasta terminar en el

extremo inferior derecho. Es por ello, que en la maquetación se inicia con la página impar una ilustración y posteriormente el texto.

Retícula

La retícula que se utilizará, consiste en 8 columnas, esto nos permitirá darle una mayor organización a las imágenes como al texto. Asimismo, cada cuento, se dividirá en dos cajas de texto abarcando cuatro columnas para que estos no sean muy estrechos y se puedan leer mejor. Asimismo, toda la información pueda entrar en una sola página respetando el diseño de la maquetación.

Rejilla base

Para el libro se usará una rejilla de base para darle mayor organización y equilibrio a nuestro texto. Por ello, se utilizará con base en el tamaño de la tipografía (14/16). Este tamaño, les permitirá a los niños una mayor legibilidad y comprensión de lo que están leyendo.

Márgenes

La maquetación del libro, consiste en 8 columnas con un medianil de 50 mm. Para las cajas de texto, solo abarcarán cuatro columnas para que no queden tan estrechas las cajas, para una mayor legibilidad. Ya que entre mayor sea el número de la tipografía mayor debe ser la caja de texto. Asimismo, contará con márgenes de 2 cm por cada lado.

Párrafo

El estilo de párrafo puede verse estético, si se utiliza correctamente. Un párrafo define el inicio y el final de una idea y tener una mayor comprensión del texto. A partir de invento de Gutenberg, se modificó el formato de los párrafos, se aplicó una línea aparte y una sangría en la primera línea de cada párrafo. Sin embargo, no es necesario, ya que existen otras alternativas en el estilo de párrafos (párrafo ordinario, moderno, separados, epigráfico, francés y quebrado o en bandera).

Para el libro, se utilizó el estilo de párrafo en bandera. Por otra parte, se aplicó un estilo de párrafos bandera izquierda, debido a que Kruk (2010), recalca que en un estudio se demostró que una buena composición de la caja de texto, el párrafo con márgenes centrados resultaba más fácil de leer ya que les facilitaba encontrar la siguiente línea del texto conforme leían. No obstante, en cada línea se recomienda

utilizar frases (semánticas) ya que de esta manera ellos aprenden desde un inicio los movimientos rítmicos de los ojos.

5.3.8. Tipografía

Se utilizó una tipografía de 14/16 pt con patines llamada *Gandhi*. Esta tipografía sirve para textos ya que cuenta con dos versiones (sans y serif), y cuenta con una familia tipográfica (normal, negrita, itálica y negrita itálica). Sus características principales se destacan porque al compararse en el mismo puntaje con otras, esta se ve más grande lo cual genera una sensación de mayor legibilidad óptima para facilitar la lectura. Además, se puede descargar gratuitamente para aquellos que requieran escribir documentos ya que es perfecta para por su grosor imprimir tanto en digital como en offset.



Ilustración 50. *Tipografía Gandhi*. Imagen recuperada de: <https://www.unostiposduros.com/tipografia-gandhi/>

Para los títulos, el tamaño será de 68/81 pt. Para los interiores como en la portada. Se utilizará una tipografía decorativa llamada *Spinnenkop* (araña en holandés). Que remite o recuerda a los viejos cuentos de hadas, libros de hechizos y recetas de pociones. En el caso de este libro, por tratarse de cuentos y leyendas contados por abuelas, nos ayuda a darle una atmosfera mágica. Para los subtítulos será la misma fuente. Sin embargo, su puntaje será menor, es decir, de 42 pt.

Para el texto de los recuadros pequeños en donde se presentan algunas palabras en otra lengua, será su puntaje de 11/13. Y para las cajas de texto, se seleccionó una palabra en específico, aplicándole grosor y un tono para identificarla dentro del recuadro de las palabras en otra lengua.

Spinnenkop DEMO Regular

Ilustración 51. Tipografía *Spinnenkop*. Imagen propia

5.3.9. Color

Cada ilustración maneja su propia paleta de colores en CMYK utilizando Pantone, algunas utilizan tonos pasteles, azules, rojos, amarillos, morados, entre otros, formando una gran variedad de tonalidades para el libro. Esto permitirá ser más llamativa para los pequeños lectores.

Por ejemplo, en el caso de la ilustración de Yum Äh Sai (Rey de las hormigas), utiliza mucho contraste, colores brillantes y saturados en tonos rosas, verdes, verde turqués, rojos y amarillos. Da la impresión de tener un estilo muy mexicano.

Los códigos de color Pantone se utilizan para especificar con precisión un color aplicado, estos se les conoce como color pigmento. Los métodos alternativos en CMYK, es el más usado en imprentas ya que especifican los colores como una composición de colores básicos, y el color final real depende de las tintas usadas y de la calibración de la imprenta o de la impresora.

Cuando se especifican los colores en el sistema Pantone, se usarán tintas directas, no composiciones de colores básicos - con esto se garantiza que el color será exactamente el que especifique el diseñador.

5.3.10. Ilustración

El Libro parte del contexto de Antología, es decir, queremos que el Libro refleje la diversidad cultural y esto se logrará mediante la recopilación de relatos de la tradición oral de distintas partes de México. En cuanto a la ilustración, queremos, que refleje esta diversidad. Es por eso, que invitamos a participar a un grupo de 8 ilustradores con técnicas visuales muy distintas que abarcan la acuarela, pastel y la ilustración digital. Cada uno de ellos, se encargará de ilustrar un cuento lo que le otorgará frescura y variedad a la propuesta visual.

5.3.11. Presupuesto Libro “Cuentas las abuelas”

4 Ejemplares 1000	
32 páginas	
Formato cuadrado 21x21 cm	
Cuché mate de 135 gr.	
Selección de color 4x4	
Encuadernado Rústico en cartoné de 3mm.	
Acabado plastificado mate en selección de color 4x0	
Guardas	
Cosido	
TOTAL	\$125,000

6. Conclusiones

El tiempo que nos tocó vivir se caracteriza por un acceso a la información como nunca antes se había visto en la historia de la humanidad. Gracias a los medios electrónicos los contenidos viajan a toda velocidad de la pantalla de un televisor a la pantalla de una computadora o un celular. Ante este panorama, debemos preocuparnos por ofrecer a los niños una educación que los prepare para desarrollar su sentido crítico y su sensibilidad. En esta época de información masificada, los medios impresos para niños son una oportunidad de ofrecerles una experiencia de aprendizaje y entretenimiento generando espacios para la reflexión y el disfrute que no caben en la pantalla de una Tablet; la experiencia de sentir, oler, manipular, coleccionar, es una sensación única que solo los medios impresos pueden dar. La manera de presentar la información en los medios de comunicación como la televisión o el internet, no se presta para que los niños puedan pensar con objetividad, generar su propio criterio y análisis ya que la información pasa muy rápido. Por ello, es necesario implementar nuevos sistemas que les permitan digerir lentamente la información real y con un lenguaje adecuado a su edad a partir de un periódico o una revista.

Hasta hace muy poco, se creía que el internet iba a sustituir al libro; sin embargo, se ha demostrado que no es así, que un medio no sustituye a otro, más bien, se complementan para ofrecer nuevas oportunidades de acceder al conocimiento.

Una de las primeras observaciones que resultaron de esta investigación es el hecho de que existen muy pocos periódicos infantiles en México. Esto representa una oportunidad que se ha desaprovechado, ya que pueden ser una poderosa herramienta en el aula o en el hogar, y ser parte de una estrategia que ayude al niño a desarrollar su sentido de la investigación, mediante una combinación de prensa tradicional con los sistemas digitales.

Durante la investigación, pude observar la importancia de las imágenes en los materiales impresos infantiles ya que estas dan un mayor soporte a los textos, los hacen más llamativos y atractivos a los niños. Si una imagen no cumple con la narrativa, difícilmente tendrá éxito. Por ello, me pareció importante que las ilustraciones sean planeadas correctamente para que genere y estimulen la lectura en los niños y en los que apenas comienzan a leer.

Otro de los problemas que se pudieron observar durante esta investigación, fue los escasos de contenidos de calidad en revistas infantiles. Aunque existe una diversidad de publicaciones son pocas las que tienen contenidos pedagógicos, la mayoría apuesta por sacar provecho de los personajes y contenidos de los medios de comunicación electrónicos.

También se observó, que, en el caso de los libros infantiles, muchas editoriales mexicanas, en vez de ser una plataforma y una fuente de trabajo para escritores, ilustradores y diseñadores editoriales, prefieren optar por reproducir libros extranjeros de éxito probado. La apuesta debe ser hacia la creación de contenidos originales de calidad, generando propiedades intelectuales que reflejen la vida en nuestro país y estimulen la imaginación de los pequeños lectores.

Sin duda, trabajar diseñando medios impresos infantiles es una gran responsabilidad, ya que de la calidad de las publicaciones que pongamos en las manos de los niños, dependerá la calidad de los lectores del futuro.

Bibliografía

- Acaso M, (2009). *El lenguaje visual*, España, Paidós.
- Ambrose-Harris, (2008). *Formato*, España, Parramón.
- Ambrose-Harris, (2009). *Fundamentos de la tipografía*, España, Parramón.
- Alcubierre, Beatriz (2004). *Infancia, lectura y recreación: Una historia de las publicaciones para niños en el siglo XIX mexicano*. Tesis doctoral. Colegio de México.
- Bassemans, A (2016). *Tapefaces for Children's Reading*. En Tijdschrift Voor Mediageschiedenis-Vol 19, No. 2.
- De buen, J, (2005). *Manual de Diseño Editorial*, México, Santillana.
- Cath, C, Zapattera Y, (2014). *Diseño Editorial Periódico y revistas/Impresos y digitales*, SL Barcelona, Gustavo Gili.
- Chambers, A, (2007). *Dime*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Frascara, J, (2000). *Diseño Gráfico y comunicación*, Argentina, Infinito.
- Iñigo Laura, Makhoulf Antonio, (2014). *Diseño editorial, Manual de conceptos básicos*, México, UAEM.
- Loparco, Fabiana (2014). «Boys of England», «The Boy's Own Paper», and the English influence in the Italian «Giornale per i Bambini», en «History of Education & Children's Literature», IX, Edizioni Università di Macerata, Italy. pp. 419-443
- Lyons, M. (1998). *Los nuevos lectores del siglo XIX: Mujeres, niños, obreros*. En Cavallo y Chartier, pp 473-517
- Ortiz F, (2002). *Procesamiento morfológico de imágenes en color. Aplicación a la reconstrucción geodésica* (Tesis) España: Universidad de Alicante.
- Kane, J, (2012). *Manual de tipografía*, Barcelo, Gustavavo Gili.
- Meggs, P, (2012). *Historia del diseño gráfico*, México, Trillas.
- Montoya, V, (2003). *Literatura infantil, Lenguaje y Fantasía*, La hoguera editorial.
- Granados, Salinas Tomás, (2017). *Libros, México*, Secretaría de Cultura.
- Zamara, (2010). *El diseñador como chef*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- Zavala Ruiz Robert, (2019) *El libro y sus orillas*, México, Fondo de Cultura Económica

Recursos en línea

<https://es.scribd.com/document/317934392/MEDIOS-IMPRESOS-pdf>, Medios impresos, 2016.

- <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/p/posada.htm>. *Biografía de Guadalupe Posada. 2020*
- <https://definicion.de/serigrafia/>. *Concepto de Serigrafía. 2020*
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/mascorro_d_pm/capitulo_1.pdf. Antecedentes históricos de la revista.
- <https://sede.educacion.gob.es/publiventa/PdfServlet?pdf=VP15156.pdf&area=E>. Elementos del periódico. 2020
- https://www.academia.edu/8538053/Arnheim_Rudolf_Arte_y_percepcion_visual_Psicologia_del_ojo_creador, Arte y percepción visual, Psicología del ojo creador, Rudolf Arnheim, Alianza editorial.
- www.catarina.udlap.mx, 2020, Géneros periodísticos.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), (2010), THE EVOLUTION OF NEWS AND THE INTERNET. Recuperado de <http://www.oecd.org/internet/ieconomy/45559596.pdf>
- <http://guity-novin.blogspot.com/2012/04/modern-newspaper-magazine-layouts.html#Seven>
- <https://www.designwizard.com/blog/guest-blogs/guest-blogs-editorial-design/>
- Familias tipográficas:
(31)https://www.academia.edu/6684509/Familias_tipogra_ficas
- Nicola. 2013, *History of the Magazines*, en *Magazine Designing*, recuperado de <http://www.magazinedesigning.com/history-of-the-magazines/> el 11 de mayo de 2020
- <https://www.gacetadeprensa.com/noticia/5892/actualidad/nace-la-revista-muy-interesante-junior.html>



PROYECTO LIBRO INFANTIL
"CUENTAN LAS ABUELAS"
Atención
NADIA JUÁREZ GONZÁLEZ
Presente.

Cuernavaca, Morelos a 27 Mayo de 2020.

Por medio de la presente, le entrego la cotización que tuvo a bien en requerirnos.

Descripción:

LIBRO INFANTIL "CUENTAN LAS ABUELAS" PASTA DURA CARTONE
CONTENIDO 32 PÁGINAS INCLUYENDO PORTADA
IMPRESO EN PAPEL COUCHE MATE DE 135 GRAMOS , EN SELECCION DE COLOR FRENTE Y VUELTA 4 X 4

ACABADO EN PORTADA LAMINADO PLASTIFICADO MATE Y PLECADO
IMPRESA EN PAPEL COUCHE MATE DE 135 GRAMOS , EN SELECCION DE COLOR AL FRENTE 4 X 0
EMPASTADO CON CARTONE DE 3 MM. TAMAÑO FINAL 21 X 21 CMS.
INCLUYE COCIDO, GUARDAS,CABEZADA.

1,000 PIEZAS.

COSTO

\$125,000.00

COSTO UNITARIO

\$125.00

ESTOS COSTOS SON MAS I.V.A.

Sin mas por el momento y en espera de poder servirle quedo a su disposición para cualquier aclaración respecto a esta cotización.

ATTE.
ARMANDO QUINTO
ZARCO LITOGRAPHIC S. DE R.L.

Francisco Zarco 3 Col. Centro C.P. 62000 Cuernavaca, Morelos, Mexico.

TEL: 274 25 92 y 176 40 62

armandoquintosorno@yahoo.com.mx



PROYECTO REVISTA INFANTIL
"LUCIÉRNAGA"
Atención
NADIA JUÁREZ GONZÁLEZ
Presente.

Cuernavaca, Morelos a 27 Mayo de 2020.

Por medio de la presente, le entrego la cotización que tuvo a bien en requerirnos.

Descripción:

REVISTA INFANTIL "LUCIÉRNAGA"
CONTENIDO 24 PÁGINAS INCLUYENDO PORTADA
IMPRESO EN PAPEL COUCHE MATE DE 90 GRAMOS, EN SELECCION DE COLOR FRENTE Y VUELTA 4 X 4
ACABADO EN PORTADA LAMINADO PLASTIFICADO MATE Y PLECADO
IMPRESA EN PAPEL COUCHE MATE DE 150 GRAMOS, EN SELECCION DE COLOR AL FRENTE 4 X 4
ACABADO ENGRAPADO (2 GRAPAS) TAMAÑO FINAL 21.5 X 28 CMS.

1,000 PIEZAS.
COSTO
\$30,000.00
COSTO UNITARIO
\$30.00

ESTOS COSTOS SON MAS I.V.A.

Sin mas por el momento y en espera de poder servirle quedo a su disposición para cualquier aclaración respecto a esta cotización.

ATTE.
ARMANDO QUINTO
ZARCO LITOGRAPHIC S. DE R.L.

Francisco Zarco 3 Col. Centro C.P. 62000 Cuernavaca, Morelos, Mexico.

TEL: 274 25 92 y 176 40 62
armandoquintosorno@yahoo.com.mx



PROYECTO PERIODICO INFANTIL
"EL QUIJOTE"
Atención
NADIA JUÁREZ GONZÁLEZ
Presente.

Cuernavaca, Morelos a 27 Mayo de 2020.

Por medio de la presente, le entrego la cotización que tuvo a bien en requerirnos.

Descripción:

PERIODICO INFANTIL "EL QUIJOTE"
CONTENIDO 8 PÁGINAS INCLUYENDO PORTADA
IMPRESO EN PAPEL COUCHE MATE DE 90 GRAMOS, EN SELECCION DE COLOR FRENTE Y VUELTA 4 X 4
ACABADO DOBLEZ Y ENGRAPADO (2 GRAPAS) TAMAÑO FINAL 43 X 28 CMS.

1,000 PIEZAS.

COSTO

\$12,000.00

COSTO UNITARIO

\$12.00

ESTOS COSTOS SON MAS I.V.A.

Sin mas por el momento y en espera de poder servirle quedo a su disposición para cualquier aclaración respecto a esta cotización.

ATTE.
ARMANDO QUINTO
ZARCO LITOGRAPHIC S. DE R.L.

Francisco Zarco 3 Col. Centro C.P. 62000 Cuernavaca, Morelos, Mexico.

TEL: 274 25 92 y 176 40 62

armandoquintosorno@yahoo.com.mx