

FACULTAD DE  
**DISEÑO**



**D** Especialidad en  
Diseño Editorial

## **LA IMAGEN COMO PRODUCTO EDITORIAL**

Tesina para obtener el diploma en:  
**Especialista en Diseño Editorial**

Presenta:

**Reina Xochitl Hernández López**

Director(a) de tesina:

**Dra. Lorena Noyola Piña**

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

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

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

## Índice

Introducción.....	5
Antecedentes .....	5
Justificación.....	14
Objetivo general .....	15
Objetivos particulares.....	15
Cronograma .....	17
Límites y alcances .....	18
Capítulos.....	18
Capítulo 1.- Revista.....	21
Finalidades técnicas.....	29
Portada.....	30
Tipografía .....	33
Diseño de páginas maestras.....	34
Páginas de contenido .....	36
Títulos y entradillas .....	37
Cuerpo de texto .....	38
Destacados y capitulares .....	38
Cajas de texto .....	39
Imágenes.....	40
Color.....	41
Requerimientos técnicos.....	42
Cotización.....	42
Capítulo 2.- Periódico.....	43
Finalidades técnicas.....	49
Encabezado y primera plana.....	51
Páginas interiores .....	52
Tipografía .....	52
Títulos.....	53
Entradillas.....	55

Cuerpo de texto .....	55
Balazos o <i>bullets</i> .....	56
Plecas.....	58
Color.....	59
Requerimientos técnicos.....	60
Cotización.....	60
Capítulo 3.- Libro .....	61
Finalidades técnicas.....	69
Portada y contraportada.....	71
Tipografía .....	72
Títulos, capitulares y destacados .....	73
Diseño de páginas y cuerpo de texto .....	74
Índice.....	74
Imágenes.....	75
Color.....	75
Requerimientos técnicos.....	77
Cotización.....	78
Conclusión.....	78
Bibliografía.....	79
Anexos.....	82
Entrevistas .....	83
Colores de interés e intereses generales .....	84
Opiniones sobre productos editoriales .....	85
Libro .....	85
Revista.....	86
Periódico.....	87
Cotizaciones .....	89

## **Introducción**

El ser humano nace comúnmente con cinco sentidos (oído, gusto, olfato, tacto, vista), los cuales le permiten percibir el mundo y con ello identificar el entorno que le rodea. El sentido de la vista es una acción generada a través de un proceso físico que no requiere mucho esfuerzo y esto ocurre en una fracción de segundo.

Los Autores Prado y Ávila (2009) describen el sentido de la vista de la siguiente manera:

El mundo externo interactúa con nuestros sentidos y proporciona los estímulos que serán transformados, integrados y procesados por los sentidos y el sistema nervioso, convirtiéndolos en una imagen perceptual del mundo externo. Este complejo proceso ocurre en fracciones de segundo y pasa desapercibido para nosotros, dándonos la idea de que es algo muy simple [...] (p. 15).

De esta manera, todos los estímulos que recibimos del exterior, son transportados a través del órgano del ojo, convirtiéndolo así en una de las principales fuentes receptoras de información que nos permitirá llevarla hasta el cerebro a través de las imágenes y de esta manera poder generar procesos cognitivos que generarán mediante todo este proceso, experiencias de aprendizaje trabajando en conjunto con los demás sentidos.

Ahora, el ser humano es capaz de identificar y crear con base en lo aprendido, herramientas que le facilitarán la comprensión de su entorno y cómo responder a éste, ya que tiene una nueva capacidad gracias a sus nuevas experiencias y aprendizaje fue conjugando con símbolos hasta derivar en algo más evolutivo que le ayudaría a registrar su acontecer cotidiano, para nunca olvidar.

## **Antecedentes**

No ha cambiado mucho desde hace algunos millones de años en donde el hombre de las cavernas comenzó a plasmar a través de diferentes técnicas, primeramente representaciones de su diario vivir, todo aquello que visualizaba a lo largo de su día. A lo largo de su evolución biológica, sus procesos mentales y cognitivos, las representaciones de el hombre fueron

evolucionando de igual manera, generando procesos más complejos de abstracción dando paso así a nuevas formas de comunicación convertidas en símbolos y figuras. Este tipo de lenguaje fue base para el nacimiento del alfabeto, específicamente el occidental, tal y como lo conocemos en nuestros días.

Los fenicios trajeron una derivación de alfabeto de Oriente hacia Europa donde posteriormente los griegos lo adoptaron y cambiaron el sentido de la lectura de derecha a izquierda, así como la escritura y la orientación de las letras. Tomaron como modelo y como canon al cuerpo humano, su relación y simetría donde el Rectángulo Áureo y la sucesión de Fibonacci se mantienen vigentes para la composición de imagen y composición editorial.

Posteriormente, los grabadores etruscos y los romanos implementaron diferentes características en su trabajo como por ejemplo: el diferente grueso entre los trazos verticales y horizontales así como una anchura mayor en los extremos. Y así de esta manera a lo largo del Occidente, se comenzaron a generar los primeros escritos en diferentes soportes que cambiaban de acuerdo con el uso o función. En Oriente por ejemplo, en India e Indochina, se escribía en palmas secas, en China uno de los soportes para la escritura fue la madera sobre la cual se escribía de derecha a izquierda de manera vertical, después se utilizarían otros soportes como la seda y otras técnicas de escritura. Otros soporte ya en Occidente fueron la arcilla y la piedra hacia el siglo 900 a. C. los cuales dieron contribución al tipo de escritura de esa época a las letras de caja baja y caja alta. Uno de los más utilizados en el Mediterráneo empleado por los escribas fue el uso del papiro para escribir ya que era fácil de utilizar pero aunque tenía muchas desventajas, este soporte se empleó por lo menos hasta la Edad Media. Para composiciones menos notables como las notas, cálculos, transacciones, o apuntes del día a día se emplearon los paneles de cera elaborados en madera. Debido a las desventajas que el papiro representaba, se implementaron nuevos soportes como el pergamino hacia el año 105 a. C., este tenía varias particularidades y muchas más ventajas que el papiro. En el año 400 d. C. el códice que son hojas sueltas de pergamino, se cocieron entre sí y esto dio paso al primer formato del libro que vino a sustituir al rollo de papiro. El formato para la escritura más utilizado hasta hoy en día fue inventado en China en el año 105 d. C. su inventor fue Ts'ai Lun un trabajador de la corte, cuya técnica tardó cerca de novecientos años en llegar a Europa. A lo largo de estos años la

escritura fue cambiando de acuerdo a los soportes y el tipo de letra empleado para cada época (The Medieval Miniaturæ Compendium, DGSCA/UNAM, 1997-1999).

Cómo breve recorrido histórico, tomando como punto de partida el alfabeto fenicio. A continuación, se enlistan algunos tipos de letra pertenecientes a diferentes épocas. (fig. 1.)

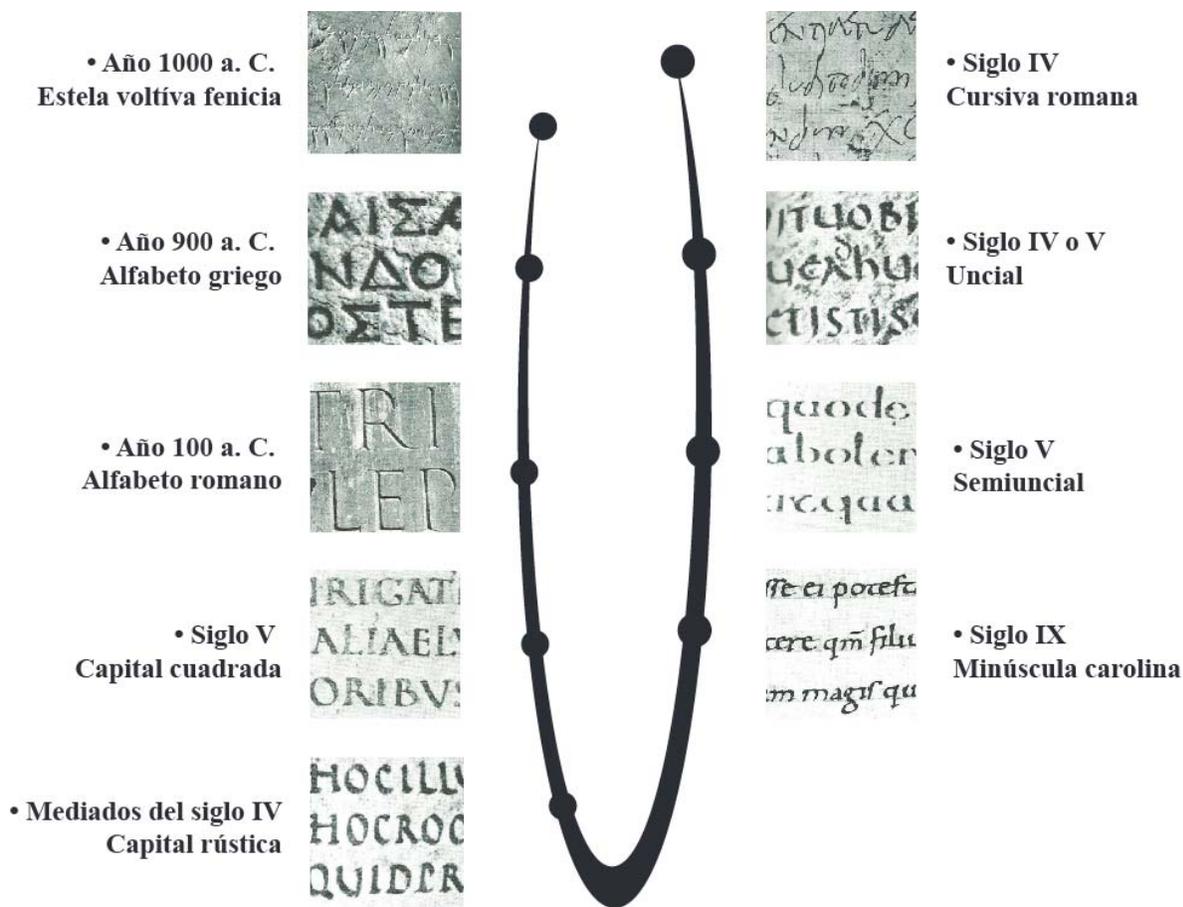


Figura 1. Algunos tipos de letras pertenecientes a diferentes épocas. Imagen tomada de Ambrose & Harris, (2009)

Los números romanos que se utilizaban en Europa correspondían a algunas letras romanas, cada letra tenía una definición de un valor numérico y se escribían en caja alta, pero con el desarrollo de las letras de caja baja, los numerales también podían escribirse de esta manera utilizando el tipo de letra versalita, que hasta el día de hoy continúan vigentes.

Los numerales arábigos que hoy en día conocemos, se extendieron hacia Europa y fueron rápidamente adoptados por comerciantes y científicos debido a su legibilidad, posteriormente el concepto hindú del cero se implementó y permitió agregar decimales a las cifras.

Al igual que las cifras en números romanos que se podían escribir en caja alta y caja baja, en el año 786 d. C., Carlomagno al unificar Europa, mandó reescribir todos los textos eclesiásticos con el fin de estandarizarlos. Esta acción se llevaba a cabo por los escribas quienes comenzaron a incluir letras en caja alta y de caja baja (mayúsculas y minúsculas), esto llevó a marcar el estándar de caligrafía de todo un siglo; también se implementó el uso de letras capitales y algunos signos de puntuación.

Johann Gutenberg después de experimentar y emplear sus conocimientos, en 1438 diseñó su primera imprenta. Una de sus obras más memorables es su Biblia de 42 líneas la cual debido a su belleza y composición fue precursora de varios aspectos de diseño editorial en general. Por ejemplo, podemos destacar: su mancha o caja tipográfica, su composición a dos columnas, basada en una retícula áurea, armada a 42 líneas de texto, el uso de la tipografía distinguiendo el uso entre letras de caja baja y caja alta, el uso del tipo de letra gótica, incluye como parte de la composición, el uso de la letra capitular así como su decoración con colores en márgenes y texto. A partir de este momento, la elaboración y maquetación en el diseño de los libros, propician la creación de nuevas reglas por lo que se genera una nueva perspectiva marcando el comienzo de una nueva era, no sólo porque ahora interesaba el diseño sino también por la eficacia y rapidez con la cual ahora se podía imprimir y producir un libro. Una producción de libros escritos a mano podía tardar años para finalizarse, la imprenta de Gutenberg vino a revolucionar todo esto, abriendo las puertas a la transacción de toda una nueva generación y desarrollo de libros impresos, los cuales gracias a la imprenta, en poco tiempo se podía fabricar un gran volumen de ejemplares (Kane, 2012).

Ya hacia el siglo XVII, gracias a que los monarcas reclamaban el derecho a ser informados se comienza con una nueva tendencia, qué consistía en la publicación de varias hojas sueltas de carácter periódico, que posteriormente cambian su periodicidad a una categoría diaria naciendo así nuevos conductores informativos como fueron la prensa diaria, el cartel y el panfleto.

Para el siglo XVIII, en esta necesidad de la burguesía, la élite y la monarquía de seguir siendo informado, en el año 1709, nace el popular *magazine* en Inglaterra, dando nombre a la revista semanal. Para el año 1730 derivado del crecimiento de la economía, aparece el primer diario exclusivamente comercial dedicado a la publicación de anuncios y ofertas (Satué, 2004).

Al paso del tiempo, la tendencia a evolucionar generó la creación de nuevos tipos de letras. Estas respondían al pasar de diferentes corrientes artísticas, movimientos y por supuesto nuevas necesidades. La evolución conllevó a cambios que a continuación se tomarán como referencia y que resaltaron de manera importante en la historia del diseño.

En Europa, William Caslon fue considerado y reconocido como el primer diseñador de tipos. En 1734 presentó su tipografía a través de un espécimen tipográfico que fue bastante bien recibida inmediatamente, tanto que hasta estos días, se considera un tipo de letra estándar. En este mismo siglo también se le designó al libro algunos arcaísmos que hoy en la actualidad se siguen utilizando en el ámbito profesional, por ejemplo Satué (2004) menciona algunos de estos:

La portadilla interior, que suele presentar el título de la obra o parte de él, se llamó anteportada, anteporta o falsa portada; la página siguiente, donde aparece el título completo, nombre y apellidos del autor o autores, editor, fecha y lugar de la iniciación del libro, se llamó portada; el prólogo o introducción se designó como pórtico, etc. (p. 54).

Para el año 1785 el símbolo de la prensa moderna diaria europea aparece con el diario *The Times* bajo el nombre de *The Daily Universal Register*, dicho diario se ha convertido a nivel mundial en una referencia e inspiración.

Por otra parte, ya en el continente americano, específicamente en Estados Unidos, justo después de su independencia, se describe a “Benjamín Franklin, tipógrafo, ilustrador y promotor de editoriales y periodísticas, impresor de profesión” (Satué, 2004, p. 61, 62) como el editor de diario *The Pennsylvania Gazette*. Posteriormente en el año de 1782, también edita el semanario o *magazine The Saturday Evening Post*.

Ya en Europa, la Revolución Francesa en 1789, desató una nueva ideología a través del papel y escritos impresos que promovían y propagaban la idea revolucionaria de la libertad de

expresión. La sociedad respondió con una gran cantidad de escritos, diarios y periódicos cargados de propaganda política, de esta manera, la imagen y elementos gráficos que ya se habían implementado desde hacia varios siglos, retoman un nuevo valor volviéndose protagonistas; destacaremos principalmente la caricatura. Su práctica, según Satué (2004):

“[...] será remitida constantemente y desde entonces no sólo a la prensa gráfica, sino también a la publicidad comercial y a la propaganda ideológica” (p. 63).

La llegada de la revolución industrial a principios del siglo XIX, marca un importante parteaguas en esta historia. El desarrollo de la máquina de vapor, traen consigo importantes movimientos y transformaciones a nivel económico, social y cultural. Nuevas vanguardias, pensamientos y tendencias, vienen acompañados de grandes cambios, gracias a las máquinas, la fabricación de ciertos elementos ahora es simultánea, más rápida y cargada de altas producciones esto, indiscutiblemente, facilitó de manera inmediata el trabajo del hombre.

Por el lado de la imprenta, la composición tipográfica y la impresión de tipos, dejaron de utilizarse, dando como resultado, una mayor eficacia brindada ahora por máquinas impulsadas por energía. Los tiempos de impresión se acortaron y las producciones redoblaron sus productos en un menor tiempo, por ejemplo: el tiempo que tardabas en producir una docena de libros con las antiguas imprentas, con la nuevas máquinas ahora se podían generar miles de ejemplares. Esta ventaja también llegó al periódico *The Times* y en el año de 1814, incorporó a sus talleres una máquina semiautomática que cambió por completo la imprenta. La vieja prensa para impresión, quedo obsoleta gracias a la introducción de estos nuevos mecanismos, esto también dio paso a la modificación de los tamaños de papel cambiando los límites a los comúnmente empleados de formatos pequeños.

La amplia y repentina divulgación de productos impresos, colaboró al aumento de un público lector, por lo tanto se creó un nuevo mercado de consumidores. Los productos y servicios, ahora estaban al alcance de grandes masas que debido a los costes relativamente bajos, ahora cualquiera podría utilizar la impresión para su propio beneficio. Esta necesidad impulsa a crearse nuevas publicaciones enfocadas a los nuevos medios pero ahora con fines meramente comerciales. Fue necesario una tipografía más grande que se pudieran distinguir y fuera capaz

de adaptarse a los nuevos retos que la época imponía por ejemplo como para titulares o carteles, que pudieran destacar y llamar más fácil la atención en un mundo donde ahora todos podía editar e imprimir. Debido a los nuevos formatos de papel y a la facilidad de impresión que las nuevas máquinas brindaban, Satué (2004) describe lo siguiente:

Es tal el impacto que el nuevo procedimiento produce que abre nuevas e indiscriminadas expectativas al diseñador de letras, quien usa y abusa de esta técnica hasta límites verdaderamente inútiles mientras la tipografía, para no quedarse rezagada, se suma también a esta carrera frivolisante. La cantidad de tipos nuevos a los que se somete a toda posible variación, añadiendo sombreados, rayados, punteados, motivos florales, antropomorfos u ornamentales, así como la talla de grandes cuerpos en madera para el cartelismo, integra al diseño tipográfico una legión de profesionales que tienen muy poco que ver con el proceder riguroso y metódico del clásico grabador [...] (p. 68).

A raíz de toda esta revolución, los primeros años del siglo XIX se vuelven caóticos. La estética de la composición pareciera perderse, comenzaba a alejarse de todo lo que se había logrado construir algunos siglos atrás, cuando se seguía una evolución más firme, consciente y cuidada. Visto desde otra perspectiva, en este momento se rompen todas estas reglas formales que se habían aplicado a lo largo de mucho tiempo. La manera de imprimir con las nuevas máquinas, el tipo de formatos, los nuevos tamaños de papel, los nuevos tipos de letras, las nuevas ideas y su ahora fácil propagación a bajo costo, entre otros nuevos recursos, cambian e influyen de manera importante en el diseño editorial.

No todas las rupturas de esta época fueron tan invasivas como la creación de los nuevos tipos de letras que se llegaron a considerar hasta grotescos, este fue también el siglo en el cual la fotografía y el cine, hicieron su aparición y se destacan nuevas aplicaciones y nuevos nacimientos en el campo editorial de los medios impresos. Por mencionar en el ámbito periodístico, donde la inclusión de la fotografía fue algo inevitable. Satué (2004) comenta: “El gran pionero de la fotografía de autor, el francés Paul Nadar, publicó en 1886 y 1889 las primeras fotografías de personajes políticos en la prensa” (p. 86).

Por otro lado, en el ámbito de los libros, un actor importante que aportó a este campo fue la figura de William Morris con su movimiento de Artes y Oficios, que reclamaba para las artes del

diseño el mismo trato que se le daba a la pintura y la escultura, rescatando la consciencia y volviendo a dignificar el diseño de los libros destacando, la composición y los aspectos visuales, tratándolo como un objeto digno de admirar, una obra de arte. Otro género que también se reconoció, fue el libro infantil ilustrado, el cual se consideró como complemento necesario en la educación académica y enciclopedista de la época (Satué 2004, Meggs & Purvis, 2009).

A la par la revista no se quedaba atrás y para el año 1832, se publicaba en Inglaterra la revista *Penny Magazine* la cual introduce al mercado la alternativa de “revista para el hogar” como una opción diferente de las revistas de géneros como: política, economía o entre otras que ya existían.

Para el año de 1850 en Estados Unidos, se publicaba la revista *Harper's New Monthly Magazine* con 144 páginas de contenido de novelas e ilustraciones. Para el año 1867 nació *Harper's Bazar*, revista dirigida a las mujeres y más tarde una revista para jóvenes: *Harper's Young People*.

*The Century Guild Hobby Horse*, fue una revista nacida en el año de 1884 en Inglaterra, fue una de las primeras que se dedicaron a publicar exclusivamente contenido de artes visuales. Ya casi al final de sus últimos años solo fue llamada *The Hobby Horse*, dichas publicaciones, se elaboraban periódicamente. Su fabricación y contenido, demostraba que el diseño podía y debía considerarse como un acto serio (Meggs, 2009).

Pero a pesar de toda esta transición en este nuevo siglo, con sus nuevos avances tecnológicos y los cambios sociales y culturales que atravesaban esta época, específicamente en Europa y América, se impulsó y se generó la búsqueda de nuevos caminos y nuevas expresiones gráficas y artísticas.

Recorriendo varios siglos atrás, analizamos que las corrientes, influencias y características que se venían utilizando todavía hasta finales del siglo XIX, conforman toda una búsqueda natural por perfeccionar todo lo que nos rodea, llevó al hombre a experimentar para así poder crear su propio paradigma con la recopilación y el juego de todo este conocimiento y de esta manera poder plasmar su huella.

A continuación, enlisto algunas de las vanguardias que influyeron de manera importante en este camino por la búsqueda de la estética y resolución de problemas propios de los primeros años del siglo XX:

- Futurismo
- Cubismo
- Blaue Reiter
- Suprematismo
- Constructivismo
- Dadaísmo
- De Stijl
- Surrealismo entre otras (Satué, 2004).

Derivado de la diversidad de grandes opciones vanguardistas que se generan a lo largo de este siglo, el diseño se enriquece de tal manera que Satué (2004) describe lo siguiente:

[...] un amplio y variado abanico especular que contiene todos los instrumentos lingüísticos posibles para hacer frente, con distintos repertorios icónicos, a las variantes disciplinarias que la demanda industrial o social ha contribuido a engendrar en estas primeras décadas: el diseño tipográfico, el diseño publicitario, el diseño de imagen de empresa, el diseño político y social, el de identificación y, por supuesto, la pedagogía del diseño (p. 124). En todas estas vanguardias y no menos importante resaltaremos la escuela de *La Staatliche Bauhaus*, o simplemente *Bauhaus* (Casa de la Construcción Estatal), es considerada un parteaguas de la estética moderna, arquitectura y diseño en general. Se le reconoce su gran impulso pedagógico e intelectual, su intento de generar procesos y la homologación profesional de los mismos, así como de plantear nuevas bases de carácter universal para el diseño. No producir por producir.

Tenemos una clara evolución en diseño tipográfico y un estudio ya más detallado donde según Satué (2004) describe lo siguiente: “[...] apela ya a una tipografía clara, sencilla y funcional, reivindicando la condición artística de la letra y la capacidad expresiva que el diseño puede obtener de la composición, el espaciado, la tipografía, etcétera (p. 155)”.

La fotografía sigue apareciendo como un medio de representación en la comunicación ahora de carácter publicitario y se experimenta con la fotocomposición y la manipulación de imágenes.

Con la llegada de las guerras, la Primera y Segunda Guerra Mundial, cambia por completo, esta labor que se venían generando de principios de siglo por construir y solidificar las bases de diseño en general pero se ven gravemente afectadas. El diseño y el arte ya no respondía a cuestiones estéticas si no respondían ahora a una nueva ideología que traía consigo ideales de compromiso político. Esto representó para varios personajes influyentes en el diseño, tuvieron la necesidad de huir debido a la presión ejercida en ese momento por sus países. En el apuro de abandonar Europa, logran llegar hasta América, específicamente a Estados Unidos donde ahí se comienza una nueva derivación de tendencias, estilos y por supuesto grandes cambios para el diseño que además ya se venían presentando también a lo largo de América Latina.

Hablando más específico, del diseño editorial, en los siguientes capítulos hablaremos de mitades del siglo XX y siglo XXI sobre el diseño editorial en específico de tres productos: periódico, revistas y libro.

## **Justificación**

Uno de los sectores vulnerables son los jóvenes que sufren de diabetes mellitus tipo 1 en un rango de edad de 15 a 20 años. De acuerdo a las estadísticas en la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT), las cifras en México mencionan que la diabetes se encuentra entre las principales causas de muerte en nuestro país y poco más de 8.6 millones de personas han sido diagnosticados. La Federación Internacional de Diabetes menciona que en México, más de 14 mil niños y adolescentes han sido diagnosticados con diabetes tipo 1. En el estado de Morelos de acuerdo a los servicios de salud pública, se calcula que un 12% de la población, es decir 14 mil personas aproximadamente han sido diagnosticadas diabéticas y en el municipio de Cuernavaca se estima que dos de cada mil niños y jóvenes tienen diabetes tipo 1. Esta población con estas características físicas y rango de edad, brindan la oportunidad de poner en práctica todo el conocimiento adquirido, convirtiéndolo en una herramienta al servicio de el público meta para la elaboración de tres productos editoriales eficientes. Los jóvenes en esta

etapa, se encuentran en desarrollo y muchas veces esta condición física les impacta de una manera considerable. Aunque existe y se les brinda suficiente información a través de folletos, libros, manuales, etc., el acercamiento con la educación sobre la diabetes tipo 1, muchas veces no se desarrolla como debería. La oportunidad de desarrollar productos editoriales con características adecuadas a su edad con base en el estudio del diseño editorial entre otros recursos, es una oportunidad perfecta para implementar lo aprendido y crear productos editoriales eficientes que puedan generar un sentido de identidad y educación en los jóvenes.

### **Objetivo General**

Elaborar tres piezas editoriales: libro, revista y periódico. Cada una de las piezas, será diseñada implementando los conceptos, normas y conocimientos adquiridos a lo largo de la especialidad, bases que se deberán aplicar con la finalidad de lograr la funcionalidad y objetivo planteado para cada una de las piezas. Los productos editoriales tienen como función, brindar información y como objetivo buscan generar consciencia sobre el tema de la diabetes tipo 1 en una población joven de 15 a 20 años. Este objetivo general se logra a través de una planeación y aplicación de una metodología específica para cada una de las piezas editoriales.

### **Objetivos Particulares**

En la actualidad, pareciera que los productos editoriales impresos se van quedando atrás frente a las nuevas tecnologías que últimamente han ganado un amplio territorio. Pero la tecnología no siempre puede estar al alcance de todos porque, aunque vivimos en un mundo donde parecería que así es, no todos tienen fácil acceso a este recurso. La necesidad de evolucionar de los medios impresos y pensar más allá de los límites de población seleccionados para un producto, responde a las nuevas necesidades, transformándose y buscando alcances diferentes. Apoyados en el estudio del diseño editorial, podemos emplear herramientas donde, la imagen, el uso de la jerarquía visual, los blancos y la mancha tipográfica, en conjunto logran un estímulo en los sentidos y a través de la sinapsis generaremos un aprendizaje significativo, creando un producto editorial multimediático que pueda contribuir con la finalidad y objetivo de informar y concientizar a los jóvenes sobre la diabetes tipo 1. De esta manera, los jóvenes

tendrán acceso a productos editoriales diseñados y adecuados a su necesidad, inquietudes y gustos a solo tener acceso a artículos diseñados para los papás o especialistas en la salud.

A manera de resumen:

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

## Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA LA ELABORACIÓN DE TESINA	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Planteamiento de problema																																
Investigación del planteamiento del problema																																
Definición de objetivos generales																																
Definición de objetivos particulares																																
Planteamiento de proyecto																																
Definición de metodología para las piezas																																
Justificación de las finalidades de diseño																																
Definición de diseño para el libro																																
Definición de diseño para la revista																																
Definición de diseño para el periódico																																
Maquetación de diseño para el libro																																
Revisión de diseño de prototipo digital de libro																																
Maquetación de diseño para la revista																																
Revisión de diseño de prototipo digital de revista																																
Maquetación de diseño para el periódico																																
Revisión de diseño de prototipo digital de periódico																																
Aprobación de Diseños																																
Entrega de tesina y diseños en digital para revisión a los lectores																																
Coloquio de Especialidad en Diseño Editorial																																
Recepción de tesina y diseños en digital con observaciones de los lectores																																
Entrega fina de tesina y diseños en digital																																

## **Límites y alcances**

Para este proyecto encontramos que su desarrollo podría ser más amplio, pero uno de los factores con los que contamos como limitante, ha sido el tiempo. Considero que este tipo de proyectos se pueden desarrollar mucho mejor, la cantidad de información que se adquiere a lo largo de la especialidad y las herramientas, presentan una buena oportunidad para la exploración e incremento de las habilidades que competen para esta especialidad. Por otro lado, considero que los alcances como más adelante lo menciono, son mucho más amplios a lo que uno define en su proyecto. La capacidad que tienen los productos editoriales para poder llegar a los usuarios es muy amplia, razón por la que el diseño no debería limitarse algunas veces a una sola población, claro que es importante saber a quien se dirige el producto editorial, pero considero que al momento de diseñar, es importante también pensar más allá del círculo que lo rodea, pensar que el producto que diseñamos rebase sus propios límites y alcance nuevos horizontes.

## **Capítulos**

Durante nuestro recorrido histórico y a lo largo de los siglos, hemos mencionado varios hechos y momentos que han influido de manera importante en la forma de diseñar. Nuestro interés se dirige específicamente hacia el diseño editorial donde, como ya hemos estudiado anteriormente, es importante conocer brevemente del pasado del mismo, de esta manera sabremos de dónde vienen las bases, conceptos y características propias de cada uno de los productos editoriales y de este modo poder emplear estos conocimientos para diseñar. El tener consciencia de el pasado de la editorial y saber de que manera ha impactado a lo largo de la historia, el poder saber cuales han sido sus aciertos y errores, se considera fundamental para poder dirigir la creación de cada una de mis productos editoriales.

Para desarrollar y diseñar las publicaciones, es fundamental conocer e identificar los términos que a nivel profesional se manejan. Para que esto suceda, es necesario entender la estructura y arquitectura de un libro, periódico y revista, así podre apegarme a un correcto diseño con el fin de seguir las reglas preestablecidas de composición y armado, a través de una acertada metodología.

De esta manera, sabré aplicar las herramientas adecuadas para cada una de las necesidades de los productos editoriales.

Los autores Caldwell & Zappaterra (2014) nos brindan una descripción muy acertada sobre lo que es el diseño editorial:

Una publicación editorial puede entretener, informar, instruir, comunicar o educar, o puede articularse como una combinación de todas esas acciones. No es raro encontrar opiniones diferentes en una misma publicación, aunque lo habitual es que se orienten en una misma línea de pensamiento [...] dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera clara. Todas estas funciones han de convivir y funcionar de manera cohesionada para lograr un producto final entretenido, útil o informativo [...] (p. 8, 10).

Para la elaboración de las piezas, recorro a un análisis sobre las características de la segmentación de la población elegida:

- Adolescentes y jóvenes.
- Edad: de 15 a 20 años de edad.
- Género: hombre y mujeres.
- Nivel escolar/cultural: jóvenes estudiantes de preparatoria y universidades (públicas y privadas).
- Factor físico: pacientes jóvenes con Diabetes Mellitus Tipo 1 y sin factores físicos.
- Nivel socioeconómico: Clase: A/B, C+, C y C- (Nivel basado en la NSE “Niveles Socio Económicos”).
- Ubicación geográfica: México; estado: Morelos; ciudad: Cuernavaca.
- Intereses: personas interesadas en estar informados sobre la diabetes tipo 1 e intereses generales como: deportes, ciencia y tecnología, salud, *fitness*, espectáculos, cultura, etc.

Características de la población:

Población: 15 a 20 años. Se resalta como una etapa de crecimiento y transición entre la adolescencia y la edad adulta. Experimentan cambios a nivel físico y a nivel emocional donde la emotividad domina más que la razón, se dejan llevar por sentimientos intensos, suprimiendo el

control racional sobre los impulsos. La influencia de la sociedad, la cultura y la educación, forman una parte importante en el desarrollo y crecimiento del joven. La Organización Mundial de la Salud (OMS) lo define de la siguiente manera:

[...] el periodo de crecimiento y desarrollo humano que se produce después de la niñez y antes de la edad adulta, entre los 10 y los 19 años. Se trata de una de las etapas de transición más importantes en la vida del ser humano, que se caracteriza por un ritmo acelerado de crecimiento y de cambios, superado únicamente por el que experimentan los lactantes. Esta fase de crecimiento y desarrollo viene condicionada por diversos procesos biológicos. [...] (OMS, s/f).

México tiene un territorio que se divide en 32 estados; cuenta con una población aproximada de 119, 938,473 de habitantes según estadísticas del INEGI del año 2015. El 48.6 % de la población son hombres y el 51.4 % son mujeres, donde aproximadamente 58 millones de habitantes son hombres y 61 millones son mujeres. Ubicado en la zona centro del país, se encuentra el estado de Morelos el cual se divide en 33 municipios. Cuenta con una población de 1, 903, 811 habitantes de acuerdo a la estadística del INEGI del año 2015. El 48.1 % de la población que equivale a 914, 906 son hombres y el 51.9 % de la población que equivale a 988, 905 son mujeres; Morelos ocupa el lugar número 23 por su número de habitantes a nivel nacional. Al norte del estado de Morelos ubicamos el municipio de Cuernavaca que cuenta con una población de 366, 321 habitantes de acuerdo a la estadística del INEGI del año 2015. El 46.3 % de la población son hombres y un 53.7 % son mujeres, aproximadamente 169, 466 son hombres y 196, 855 son mujeres. En el municipio de Cuernavaca, dentro del rango de edad de 15 a 19 años de edad, representa un 8.2 % de la población del municipio y un 0.8 % de la población a nivel nacional de acuerdo a los datos del Diagnóstico del Contexto Socio-demográfico del área de influencia del CIJ Cuernavaca. A continuación, se describen las características y finalidades de diseño para cada uno de los proyectos.

## Capítulo 1: Revista

A lo largo de los siglos, la revista tiene su base en la búsqueda por dar un giro a la información que mayormente era publicada por periódicos y libros. Esta información comúnmente estaba reservada exclusivamente a grupos sociales determinados por lo que adquirir ejemplares era un poco difícil. Los temas que usualmente se publicaban solían ser de interés en política o economía, entre otros, pero gracias a las nuevas alternativas que surgieron en los nuevos siglos, se abrieron caminos para que hoy la actuales publicaciones tal y como las conocemos revolucionaran la manera de diseñar a nivel mundial con nuevos géneros, temas, contenidos, formatos, entre otras características.

Las revistas manejan una periodicidad diferente a los libros y periódicos. Su variación puede ser de tipo semanal, quincenal, mensual, bimestral, semestral. Las revistas se clasifican en volúmenes y su numeración comienza a partir de la primera impresión con secuencia a la última publicación en curso. Su contenido puede ser muy variado, abarcando gustos y preferencias de muchos usuarios, de un tiempo a la fecha, ahora es más fácil encontrar una revista que se adapte a nuestros intereses y gustos. Los artículos que se incluyen y redactan, pueden hacer referencia sobre diversos temas o especializarse en uno en específico. A diferencia de la inmediatez de la información que recibimos en un periódico, la revista tiene la posibilidad y el tiempo de brindarnos una investigación más completa sobre cualquiera que sea el género o temas a tratar; a manera de artículos, la revista ofrece un extenso contenido con el cuál al momento de la lectura, se puede disfrutar de otro tipo de experiencia que suele ser muy diferente a la de por ejemplo un periódico ya que el diseño y maquetación suele tener algunos rasgos parecidos pero visualmente impacta de manera diferente. Otra de las cualidades de la revista es que la mayoría de ellas, están destinadas al consumo y en su interior podemos encontrar usualmente mucha publicidad pero, también podemos encontrar y descubrir muchas ediciones con características opuestas a las mencionadas, aquellas revistas suelen ser, por mencionar algunas, científicas o de investigación o las que se pueden encontrar en universidades donde el contenido y el público es diferente.

Los autores Caldwell & Zappaterra (2014), mencionan las partes de una revista. Los exteriores de una revista consisten en lo siguiente:

- Portada: Una portada para que pueda funcionar para el propósito de la revista, debe ser llamativa y sobresaliente ante las demás revistas que le puedan rodear. Su finalidad principal es, atraer a sus lectores y también a potenciales lectores, para lograr esto, deberá generar un vínculo con sus lectores habituales de manera de que puedan reconocer la revista, pero también debe ser bastante diferente entre cada ejemplar y distinguirse del número anterior. Caldwell & Zappaterra (2014) describen una manera muy acertada los elementos que deben tomar en cuenta para el diseño de una portada:

Hay una norma muy sencilla que gobierna el diseño de portadas: atraer la atención del lector. Para conseguirlo, el diseño se sirve en primer lugar de la imagen, pero ese no es en absoluto el único elemento a su disposición. De hecho, en las portadas intervienen cuatro componentes:

- El formato: las características del tamaño, la forma y el diseño.
- El logotipo o título y otros elementos fijos de la página (como el eslogan, la fecha y el código de barras).
- La imagen (o imágenes).
- Los titulares (p. 64).

Las portadas también pueden diseñarse de distintas maneras, por ejemplo pueden ser portadas figurativas, abstractas, tipográficas o pueden jugar con el logotipo; entre muchas opciones.

- Lomo: Sobre el lomo, comúnmente se plasma el título, la fecha de publicación y el número de edición pero, varias veces el lomo, es un elemento que no se toma mucho en cuenta ya que puede ser un punto focal llamativo que nos brinde información sobre la revista el cual ayuda a fortalecer el estilo de la publicación.

- Contraportada: Usualmente encontraremos publicidad. Se considera que segunda, tercera y cuarta de forros o contraportada, son las partes más visibles a demás de la portada, normalmente se ve plasmada publicidad pagada.

Al interior de la publicación, las partes que la conforman son las siguientes:

- Página de contenido: Comúnmente también llamado índice, se localiza al inicio, dentro de las primeras páginas y al igual que la portada, constituye una parte importante de la revista ya que

es el recurso que el lector utiliza para guiarse dentro de la publicación, aunque a veces muchos lectores no lo utilicen.

- Páginas de apertura: Suelen estar compuestas por varios contenidos cortos, provenientes de todas las secciones del contenido general, esta área suele mostrar el enfoque del estilo de diseño de la publicación reafirmando la identidad de la revista.

- Sección de artículos o reportajes: Comúnmente se encuentran a lo largo de la revista y forman el contenido de esta. Cada artículo refuerzan el estilo editorial y tiene su propio estilo de diseño donde cada uno de los reportajes guían de manera única al lector a través del cuerpo de la publicación y sus diversas nota. Los temas de estos artículos o reportajes, depende del estilo editorial que maneja la revista y con ello se pretende unificar y crear algo único como es la maquetación de los elementos: los titulares, entradillas, entresacados y cuerpo de texto.

- Páginas finales: reseñas, directorios, comentarios. Son las páginas que se encuentran normalmente al final de la revista, cuentan con una maqueta Sion y estilo de diseño ya predeterminado. La última de las páginas, se considera también una parte importante de la publicación ya que normalmente se encuentra cerca de la cuarta de forros y en ocasiones, algunos lectores leen o abren la revista de atrás hacia delante. Esta página será la primera que visualizaran por ello se le da tratamiento diferente y se busca mostrarla de la mejor manera.

Actualmente existen diferentes formatos y tamaños en las revistas, es muy común encontrar que el formato A4 es el que comúnmente se emplea pero la facilidad que hoy en día se tiene a diferencia de otros años, permite a las editoriales una diversidad de opciones a emplear con lo cual ahora se puede experimentar y gracias a ello, es posible ofrecer así a los usuarios lectores nuevas y diferentes experiencias. Ahora es factible no solo transmitir a través de la portada y contenido, el formato funciona de tal manera que llega a estimular los sentidos a otro nivel que la experiencia y el modo de lectura se vuelven más interesantes, esto permite atraer a más usuarios.

Para poder diseñar la maquetación, en este tipo de productos editoriales, hay que tener en cuenta las finalidades de la revista así como su estilo editorial. Este información nos ayudara al

acomodo correcto de los elementos el cual a través de la organización, sabremos que tipo de retícula necesitaremos armar o emplear, según sea el caso o las necesidades de la publicación, de esta manera se logrará una buena interacción con los lectores. Una revista, esta compuesta usualmente por tres columnas, este número es el habitual a encontrar dentro de las publicaciones pero esto puede variar de acuerdo al diseño y la editorial que esta publicando o incluso el país de origen. De acuerdo al impacto que se desea reflejar, podemos tomar en cuenta otros puntos importantes que se basan en función de el área de diseño y la cantidad de información. Una retícula permitirá una serie de decisiones optimas que logren un buen uso del espacio, las imágenes, textos y los blancos propiciando una buena legibilidad. Se puede diseñar con o sin retícula, pero eso dependerá de que tipo de revista se esta diseñando.

Al igual que en los periódicos, en las revistas no se debe dejar o relegar los aspectos de estética, emocionales y conceptuales, es aquí donde la tipografía nos brinda ese puente ante estas características tan importantes. La elección de las tipografías tiene que ver con la asociación del lector con la publicación, es por eso que cada tipografía se debe seleccionar tomando en cuenta la función que desempeñará así como la publicación de la cual formará parte; tener en cuenta el contenido, puede ayudar la selección optima y acertada de las tipografías para cada sección.

En la revista tenemos más flexibilidad en cuanto al diseño cosa que es muy diferente en un periódico. Los textos y los titulares suelen destacar. Los títulos pueden abarcar una parte más amplia dentro de nuestro cuadro de texto y dependiendo del diseño pueden ser colocados sobre imágenes o hasta llegar a ser el punto focal de la composición. Por otro lado, el cuerpo de texto debe tener un tamaño y tipo de letra legible y funcional para los lectores ya que de esto depende el mensaje que se quiere transmitir. En general, se suele emplear un tipo de letra con serifas (*serif*) en los cuerpos de texto de los artículos, esto se debe a sus cualidades ya que es una buena opción en el uso de textos largos. Otro tipo de letra que se puede emplear son aquellas sin serias (*san serif*), pero a diferencia de los tipos de letra con serifas, éstas se utilizan en textos más cortos debido a que su legibilidad no es tan óptima en textos largos, este tipo de letra se emplea para resaltar noticias más cortas, recuadros importantes, frases u otro tipo de información que se necesite separar visualmente del cuerpo de texto.

Hay diferentes maneras de resaltar ciertos textos, se pueden emplear al igual que en el periódico, balazos (*bullets*) o frases que logran distinguir información importante de el resto del cuerpo de texto, esta información normalmente se encuentran al interior del reportaje o artículo y se pueden utilizar diferentes elementos gráficos para cumplir su cometido, ya sean cajas de texto o resaltándolos con color u ornamentos, esta información que suele ser muy corta, muchas veces forma parte relevante de la composición.

Otra de las ventajas en una revista, es la libertad que se tiene de utilizar diferentes elementos u ornamentos dentro de la publicación y en el diseño. A diferencia del periódico el diseño y estilo debe ser muy limpio, transparente y pulcro donde por el contrario, la revista nos brinda esta otra cara y diversifica el contenido cambiando totalmente la experiencia de lectura, este tipo de herramientas adicionales son propias de la revista, el dinamismo y la fluidez con que los elementos se pueden organizar, brindan al lector una nueva alternativa más dinámica y fluida a la hora de leer.

La imagen también juega un importante papel, algunas de las revistas emplean la imagen como producto publicitario o a modo informativo de acuerdo al tema o temas que se desarrollan al interior de la publicación. Se puede emplear la fotografía como narrativa visual ya que muchas veces la imagen nos puede funcionar al mismo nivel, pero no solo la fotografía tiene ese poder, se pueden emplear varias herramientas gráficas como las ilustraciones o las infografías y pueden llegar a funcionar de la misma manera antes mencionada. Su buen uso dentro del diseño, pueden formar una equilibrada composición donde el texto como imagen funciona equilibradamente, esta combinación, fácilmente permite atraer permanentemente al lector.

Cuándo se emplea el color siempre se busca utilizarlo por las características positivas que este nos brinda pero hay que pensar y tener en cuenta la psicología del color así como el ámbito cultural que lo rodean. El color nos brindará información con respecto a su impacto visual, emocional o simbólico, es por eso que debemos saber utilizarlo y dirigirlo, de esta manera podremos darle la connotación deseada. Su uso puede ser muy variado de hecho, se puede utilizar en los títulos de secciones a manera de identificación rápida dentro de la publicación, aquí estaría sirviendo a manera de apoyo visual ya que a través de el color será fácil identificar la

sección. También lo podemos emplear como un elemento jerárquico visual con el cual se resaltan palabras, textos o incluso algunos elementos gráficos que requieren notoriedad. Otra de las características por las que se emplea comúnmente es para resaltar la identidad de la publicación, el estilo editorial; con esto podemos llegar a unificar el producto editorial inclusive con algunos otros artículos que lleven la misma línea o que pertenecen a la editorial.

Al igual que en cualquier producto editorial, existen diferentes tipos de revistas y temas que se pueden tratar, también se puede dirigir a diferentes públicos que van desde los infantiles hasta los adultos. Es posible encontrar diferentes estilos en los que una revista se puede especializar y clasificar. Los autores Iñigo & Makhoulf, (2014) (p. 25) lo ejemplifican así:

[...] religión, juventud, cocina, deportes, cultura, ciencia o literatura.

Las revistas se clasifican en:

- Especializadas
- Informativas
- Entretenimiento
- Científicas.

Se pueden emplear diferentes tipos de encuadernación para una revista, esta se elige dependiendo del número de páginas que contenga el artículo y el tipo de editorial y estilo que se quiere reflejar. Estos son algunos tipos de encuadernación más común que se puede ver en las revistas, aunque esto no quiere decir que no se pueda emplear otros tipos de encuadernación:

- Encuadernación con grapa: Se introducen grapas robustas de alambre de acero a través del lomo, es decir por la parte central de los cuadernillos, estas grapas mantienen las hojas juntas.
- Encuadernación térmica o *hot melt*: Se aplica mediante el uso de calor sin necesidad de fresar el lomo. Las hojas quedan selladas y unidas entre sí.

Las terminaciones van a depender del tipo de producto, cantidad de páginas y público al que se esta dirigiendo. Los acabados pueden variar y suelen resaltar las características de la revista ya que la vuelven más vistosa y le dan un toque único y deferente. Los tipos de acabados pueden

variar sus terminaciones en los forros como pueden ser: laminados ya sean mate o brillante, colocación de barniz a registro ya sea transparente o barnices especiales, *hot stamping*, troquelados, suajes, impresión con tintas directas como Pantones, entre otros. Hay que considerar que, si se elige algún acabado diferente, es importante haber realizado una buena elección del papel para no correr el riesgo de un mal trabajo. El sustrato o mejor conocido como papel, se emplea de diferente manera si se utiliza en interiores así como en los exteriores, por ejemplo tenemos que considerar para los exteriores el uso de papeles, cartulinas o cartoncillos con un mayor gramaje o grosor, dependiendo de el número de páginas y el estilo de la publicación se puede discernir entre una tapa dura o blanda. Debemos saber que si no se hace una buena elección de material y acabados para los exteriores, se corre el riesgo de que la portada no sea lo suficientemente resistente y el ejemplar pueda dañarse muy fácilmente.

En los interiores, usualmente podemos encontrar un tipo de papel llamado cuché el cual maneja diferentes espesores, es recomendable que el papel que se emplee sea de un gramaje medio como de 60 g. a 90 g. para que sea liviana y no sea complicado su transporte y lectura; claro que este espesor de papel no es reglamentario utilizarlo ya que dependerá mucho del diseño del producto, a demás se puede incluir o no, páginas con otros tipos de papeles y espesor para resaltar ciertos contenidos. Hay que considerar la intensidad y contenido de los gráficos, ya que esto influye en la elección de un sustrato para los interiores. Por ejemplo: un tipo de papel para una revista puede ser estucado brillante, ya que son aquellos que reflejan mejor la luz, absorbe menos tinta y produce imágenes más nítidas a demás, como las imágenes son las que usualmente se despliegan en el interior de estas piezas editoriales, se toma en cuenta y se elije como una de las opciones más comunes para este tipo de publicaciones.

El estilo editorial y el mercado al que va dirigido, entre otros factores, influyen de manera importante en la toma de decisiones como: la maquetación, el número de columnas, la composición, las retículas a usar, las imágenes y elementos gráficos, la tipografía, la función del color, el uso de los espacios en blanco, su encuadernación y acabados, entre otros, son consideraciones base para la creación de un producto final eficiente.

Como ya hemos visto, las nuevas tendencias y tecnologías, han hecho saltar a la revista, del uso del papel al soporte electrónico que a este nivel, es un paso necesario hacia la modernidad.

Las nuevas tecnologías prometen una nueva interactividad con el usuario de una manera muy diferente a la que interactúa el usuario con una publicación impresa, Caldwell & Zappaterra (2014) lo describen de esta manera:

En las publicaciones digitales, los titulares y otras vías de acceso al texto hacen de enlaces en la navegación, y los elementos tipográficos invitan a tocar y deslizar el dedo por la pantalla, además de a leer (p. 8).

En la actualidad, la modernidad ha hecho que las revistas se sumen a la gran cantidad de piezas editoriales dentro de la red del internet. Ahora todo interactúa con todo y la experiencia en una revista digital, es más intuitiva a través de la hipertextualidad, es decir podemos ver que la experiencia se ha amplificado. Algunas revistas ofrecen imágenes en movimiento u otro tipo de multimedia, también brindan ciertas ofertas exclusivas para sus lectores suscritos digitalmente. Otras revistas para diseñar el contenido en la web, se basan meramente en la revista impresa para generar que sus lectores se familiaricen con la versión en papel y de esta manera lograr unificar la identidad de la marca y poder atraer más suscriptores. Caldwell & Zappaterra (2014).

Los autores Caldwell & Zappaterra (2014) señalan algo muy importante que a diferencia con otros productos editoriales, en la revista funciona de manera diferente:

La aspiración final de casi cualquier muestra de diseño editorial es comunicar una idea o contar una historia mediante la organización y presentación de palabras (dispuestas en destacados y cuerpo de texto) y de imágenes. Cada uno de estos elementos desempeña una función diferente: en una revista, el titular casi siempre se redactará y maquetará de manera que atraiga la atención del lector, mientras que un diagrama servirá para clarificar o apoyar la información contenida en el cuerpo de texto (contenido narrativo) (p. 8).

Con esta breve explicación, procedemos a la descripción de el producto diseñado con base en lo estudiado en este capítulo y el conocimiento adquirido en la Especialidad de Diseño Editorial.

## **Finalidades técnicas**

El diseño de esta revista consta de 22 páginas, su formato es rectangular en posición vertical. Sus dimensiones son de 21.59 cm x 27.94 cm tamaño que corresponde a una carta. Se emplea rebase de 0.3 cm El tamaño elegido, permite a la población a la que se dirige, tener en sus manos un producto con el cual ya se encuentran familiarizados con el formato y como la población es joven, estas son características a las que usualmente están acostumbrados. Basándonos en este reconocimiento y memoria, brindarles un producto con estas dimensiones, hacen muy fácil crear empatía y aceptación hacia la pieza editorial.

El tipo de acabado que se emplea en esta revista es un laminado brillante de tapa blanda, con encuadernación grapada por el medio, esto brinda el soporte adecuado con relación al número de páginas. El tipo de sustrato implementado es un papel coche estucado mate de 100 g., para los interiores y para el exterior se implementa un papel coche brillante de 150 g. El espesor de ambos es bastante confiable para evitar una ruptura al exterior y al interior así como evitar el traspaso de la tinta entre una hoja y la otra. En los interiores, este tipo de papel, funciona bien ya que al ser estucado, refleja mejor la luz y absorbe menos tinta, esto brinda una mejor calidad en las imágenes provocando que los colores sean más nítidos e intensos. Otra de las cualidades de elección en este papel al ser mate, la impresión de el contenido resaltará sobre el fondo mate brindando un acabado llamativo pero sutil, este contraste beneficia a la vista de un diabético ya que la vista lo percibe mejor como un detalle. En los acabados finales, la portada contará con un laminado brillante. Para la última página se emplea un cuché adhesivo brillante con suaje. La impresión empleada es offset digital (fig. 2).

Para su maquetación se implementaron 3 columnas con un medianil entre cada columna de 0.5 cm Esta toma de decisión se hizo porque de acuerdo a algunos autores, el número de columnas aquí elegidos se considera bueno para una revista, ya que se cuenta con suficiente espacio como para poder distribuir los elementos de manea equilibrada y un buen acomodo e implementación de los blancos.

Se implementó una retícula modular compuesta de 6 cuadrículas horizontales con un medianil entre cada cuadrícula de 0.5 cm. Este tipo de retícula nos permite tener flexibilidad y facilidad en el acomodo de los elementos. La revista consta de 43 líneas a lo largo del formato donde la longitud de cada línea es de 5 a 7 caracteres con un tamaño de letra para el cuerpo de texto de 12 pt. con un interlineado de 2 pt. Se utiliza una tipografía llamada Lora, esta se caracteriza por tener una apariencia moderna pero con serifas (*serif*). Tanto la retícula como la maquetación, se aplican de igual manera a todas las páginas de la revista (fig. 3).



Figura 2. Mockup de revista.



Figura 3. Maquetación de revista.

## Portada

Para la portada estaremos manejando la misma maquetación que implementamos en los interiores con una retícula modulada de 6 columnas de alto por 6 de ancho. Como punto focal deberá ir al centro una imagen de una persona influyente que este diagnosticado con Diabetes Tipo 1 de cualquier género, esta imagen debe ser empática con la población a la que se dirige así como con el resto de la población no seleccionada. La imagen deberá ir silueteada por un contorno blanco, se debe ubicar y tiene que abarcar la parte central de la página que corresponde a 20 cuadrados centrales des la retícula.

En el encabezado se debe colocar el logotipo a color con aplicación en posición horizontal, y por debajo debe ir el eslogan en color blanco, estos elementos deberán ir montados sobre un fondo negro de características: C: 30%, M: 0%, Y: 0%, K: 100%. Como segunda variación en la portada, la imagen de la persona deberá rozar la primera columna superior horizontal a manera de que pueda cubrir con la silueta un poco de el logotipo. Por otro lado el eslogan cambiará de posición y se ubicará en la parte superior del logotipo con un fondo de color rosa con las siguientes características: C: 0%, M: 95%, Y: 22%, K: 0%, permaneciendo la idea de tener una persona influyente de la comunidad de Diabetes Tipo 1 (fig. 4).



Figura 4. Colores de fondo.

El titular de esta publicación siempre deberá ser ubicado de el lado derecho de la página, a dos líneas a la altura de la cabeza de la silueta del personaje sin tocarlo, este deberá contener el nombre de quien se muestra en la porta. Este título tiene un tamaño de 50 pt., con una tipografía llamada Sifonn con un estilo regular, deberá ir acompañado de un subtítulo que mencione brevemente quién es la persona de la portada. Este subtítulo tiene un tamaño de 12 pt. con un interlineado de 2 pt. y la separación que debe haber entre el encabezado y subtítulo debe ser de 5 pt. (fig. 5).

El color que se emplea para la primera línea de el titular es negro: C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 100%, para la segunda línea se utiliza el color blanco. Este titular deberá llevar un sombreado en color cian: C: 100%, M: 0%, Y: 0%, K: 0%, a manera de distinguirlo jerárquicamente de los demás títulos secundarios, empleando el color como un elemento visual a demás de que ayuda a resaltar sobre el fondo colocado. De el lado izquierdo, se colocan los títulos secundarios que brindan información sobre el contenido del interior de la revista, también se aplica la jerarquía pero esta vez por tamaños, visualmente de mayor a menor. Se empleará la característica de

utilizar el color negro: C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 100%, para el título y el blanco para el subtítulo (fig. 6).

Los tamaños empleados son: Título secundario 1. Llamaremos al primer título secundario de esta manera y estará posicionado en la parte superior derecha a la altura de la cabeza, este título tiene un tamaño de 34 pt. y debe ser en color negro: C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 100%, debe tener una separación respectivamente con el subtítulo de 5 pt., el subtítulo tiene un tamaño de 12 pt. y debe ser de color blanco. Título secundario 2. Llamaremos al segundo título secundario de esta manera y estará posicionado en la parte superior derecha por debajo de el título secundario número 1, este título tiene un tamaño de 24 pt. y debe ser en color negro: C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 100%, debe tener una separación respectivamente con el subtítulo de 5 pt., el subtítulo tiene un tamaño de 10 pt. y debe ser de color blanco. La separación entre cada título secundario es de 5 pt. Ninguno de los títulos secundarios deberá llevar algún tipo de sombreado. Estos títulos secundarios nos brindan información sobre el contenido del interior de la publicación (fig. 7).

En la parte inferior del lado izquierdo colocaremos el código de barras, este contiene datos como el ISSN, el número de ejemplar, la fecha y país de impresión. este deberá tener un tamaño de 2 cm por 4 cm y debe ir colocado de manera vertical el contenido. Toda la portada se plasma en un fondo color cian: C: 100%, M: 0%, Y: 0%, K: 0%, con rosa: C: 0%, M: 95%, Y: 22%, K: 0%, dividiendo la página en diagonal hacia la izquierda, el color rosa queda de el lado derecho y el color azul de el lado izquierdo, a través de los colores, se refuerzan la identidad de marca y al combinar un color frío y uno cálido, se crean una armonía visual muy llamativa donde tenemos el dinamismo de el rosa con la tranquilidad de el azul. El fondo de la revista, deberá ir con rebase de 0.3 cm.

Como detalle visual se colocan dos plecas apiladas del lado izquierdo del lomo en color rosa: C: 0%, M: 95%, Y: 22%, K: 0% y blanco, la pleca de color rosa va ubicada en la parte superior con una longitud de 6 cm y la blanca se ubica por debajo de la pleca rosa, esta abarca el resto de la revista. Ambas plecas miden 0.5 cm de ancho y deberán ir con rebase de 0.3 mm.

Segunda de forros, tercera de forros y contraportada o cuarta de forros. Estas áreas contienen publicidad relacionada con la diabetes tipo 1 e intereses generales.

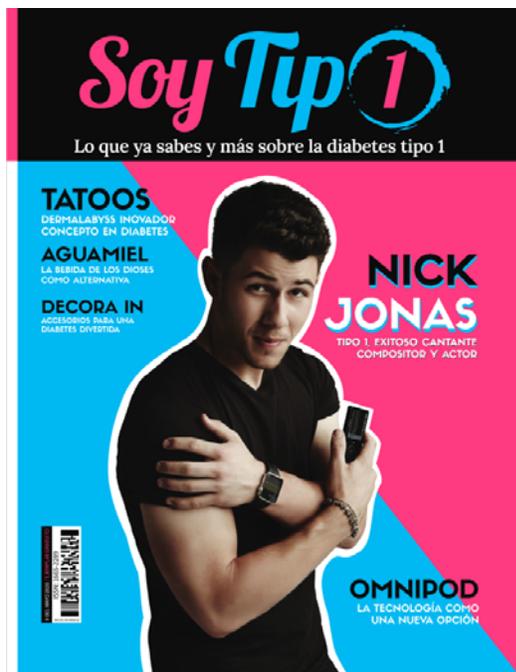


Figura 5. Portada de revista.



Figura 6. Titular.



Figura 7. Títulos secundarios.

## Tipografía

En esta pieza editorial se emplearon tres tipos de letra (fig. 8):

- Lora. Esta tipografía se caracteriza por tener una apariencia moderna pero con serifas (*serif*). Se eligió esta letra para el cuerpo de texto porque además de ser funcional, tiene conexión con la población elegida ya que su apariencia es más juvenil, relajada y dinámica y no nos remite a las publicaciones que anteriormente teníamos que leer en clase, en la escuela o incluso en algún periódico popular. A pesar de esto, como ya se sabe, un tipo de letra con serifas (*serif*) ayuda a la lectura y cansa menos la vista ya que se requiere de menor esfuerzo para ello, por lo que esta es una tipografía que se lee mucho mejor y de corrido, a su vez no pierde la capacidad de proyectar seriedad y confiabilidad para el contenido sin llegar a tener rasgos muy rígidos.

- Sifonn. Se trata de una tipografía geométrica con características muy dinámicas, sin serifa (*san serif*) con trazos gruesos y resaltantes el cual funciona muy bien para destacar de el cuerpo de texto, entradoras y entresacados, es por eso que se ha destinado este tipo de letra para los titulares.

- Source Sans Pro. Esta tipografía no tiene serifas, visualmente es bastante legible ya que su forma redonda permite leer sin mucho esfuerzo además de que tiene como cualidad, extensa familia de diferentes tipos de letra, puede fácilmente resaltar en todo el cuerpo del texto. Su característica de palo seco nos permite emplearla de diversas maneras cuando es necesario destacar ciertos contenidos.

**SIFONN**                      **SOURCE**                      **LORA**  
**SANS PRO**

Figura 8. Tipografías.

### **Diseño de páginas maestras**

El diseño de las páginas maestras de los interiores, se hizo a manera de que los componentes convivan en armonía y puedan ser acertados dentro de la composición.

Las plecas ubicadas en la parte superior de cada página, demarcan sutilmente el espacio de el encabezado, tienen un grosor de 0.25 mm y son plecas tipo sencillas. Atraen la vista hacia el centro y contenido de la página, manteniendo la atención hacia donde se requiere, aunque el recuadro no se cierra, la ilusión que crea, es la que guía la mirada hacia lo importante que es el contenido.

En la parte superior de la página encontraremos el cabezal donde se colocan aspectos de navegación de contenido como son los títulos de sección, se encuentran ubicados dependiendo

de la página, se colocan ya sea del lado derecho o izquierdo pegadas al extremo lateral superior de la hoja abarcando el ancho de una columna, sobre la primera línea con una tipografía Source Sans Pro que es sin serifas (*san serif*), con tamaño de 14 pt., estilo de letra negrita (*bold*) y en color negro: C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 100%, pero siempre dentro de el cuadro de texto. Estos títulos dependiendo del diseño de la página, pueden aparecer o no, si existe una imagen con rebase que se extiende fuera de la página, no deberá aparecer. El título específico de la carta editorial, es el único que ira centrado en el cabezal de la página. Del lado opuesto, al interior en la parte superior de la página, en la primera línea, siempre estará colocado el nombre de la marca del producto editorial *ad hoc* con la tipografía y colores que se emplean en el logotipo, utilizando una tipografía de fantasía llamada Lobster de 12 pt.

Los folios se ubican en la parte inferior, centrados en la página, se colocan con una línea de texto de separación después de la caja de texto, se utiliza una tipografía Source Sans Pro con un tamaño de 14 pt., semi negrita (*semibold*) (fig. 9).



Figura 9. Ejemplos de tipografía Lobster, color y páginas maestras.

## Páginas de contenido

El diseño de el contenido, dependerá del volumen de información que se presente en el número de publicación, siempre se debe emplear el uso de imágenes de referencia y acompañar con el título de la nota y una entradilla además de que este siempre deberá abarcar dos páginas de la publicación. Estos títulos llevan el número de página en un tamaño de 31 pt. en color negro: C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 100% y el título de la nota ya sea completo o a manera resumida en un tamaño de 23 pt. en color rosa: C: 0%, M: 95%, Y: 22%, K: 100%, ambos utilizan la tipografía Sifonn regular. También llevan una breve descripción que sirve como puente a el reportaje ilustrado el cual esta ubicada al interior del contenido. Esta entradilla tiene una tipografía Lora a 12 pt. y un interlineado de 2 pt. el estilo de letra es regular, el color de letra es negro: C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 100%, si no se encuentra dentro de la pleca azul, si es el caso, se cambia el color a blanco para hacer el contraste sobre el color. La imagen de la persona en la portada, deberá aparecer dentro del índice silueteada en color blanco. Puede estar ubicada en cualquiera de las dos páginas destinadas al índice y en cualquier área de las páginas (fig. 10).



Figura 10. Páginas de contenido.

## Títulos y entradas

Todos los reportajes, deben llevar un título y una entrada a excepción de algunos casos, como ya se ha informado anteriormente, estos elementos, se vuelven parte importante del contenido ya que son la conexión directa al cuerpo de texto y de ellas usualmente depende que el lector continúe leyendo o no (fig. 11).

En los títulos se emplea el uso de el color como elemento visual, pueden ser títulos rosas: C: 0%, M: 95%, Y: 22%, K: 0 ó azules: C: 100%, M: 0%, Y: 0%, K: 0% y siempre van en pareja en las hojas donde se suelen encontrar dos noticias, es decir, a cada una de los títulos en cada página se le asigna un color por ejemplo, si en la página par tenemos un título azul, a la página impar le corresponde el color rosa para su título. Por el contrario las entradas, solo irán en color negro uniformándose con el color de el cuerpo de texto. Los títulos tienen una única tipografía que es Sifonn a 51 pt. y un interlineado automático (61.22). El estilo es regular, este tamaño jerarquiza junto con el color, de manera visual, resaltándolo del resto del cuerpo de texto. Los títulos deben tener de separación con respecto el cabezal, dos líneas de texto, esto permite darle aire o espacio a la publicación haciéndola más estética y pulcra.

Las entradas tienen una tipografía Source Sans Pro de 36 pt. y un interlineado de 3 pt. El estilo de letra es regular en una menor jerarquía que el título, el tamaño y el tipo de letra sin serifa (*san serif*), se diferencian también del contenido de la nota. Las entradas deben tener un interlineado de separación con respecto al título de 14 pt. así, todo se unificará y de esta manera se podrá tener una estética y unificación entre los títulos y entradas.



Figura 11. Títulos y entradas.

## **Cuerpo de texto**

El cuerpo de texto es el que nos describe de qué trata el título y la entradilla, contiene la información de la noticia, reportaje o artículo. Éste suele abarcar las tres columnas o como mínimo una columna, y se puede ubicar en cualquier parte de la página. El cuerpo de texto tiene una tipografía Lora y un tamaño de 12 pt. con un interlineado de 4 pt., con un estilo de letra regular. Tiene una alineación justificada hacia la izquierda. El color del cuerpo de texto siempre va en color negro: C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 100%.

## **Destacados y capitulares**

Encontramos destacados siempre en el cuerpo del texto, estos nos ayudan a enfatizar cierta información que se considera relevante y se encuentra dentro del cuerpo de texto. El color del destacado, dependerá del color del título de la nota al que pertenece, una vez más el color nos apoya como elemento jerárquico visual. Para hacer la distinción jerárquica entre el cuerpo de texto y un destacado, éste emplea otra tipografía sin serifa (*san serif*) y siempre va abrir con una viñeta tipo punto (•). La tipografía empleada es Source Sans Pro de 12 pt. con un interlineado de 3 pt., el estilo de letra es regular. Los destacados, se deberán colocar al centro de alguna columna donde se quieren resaltar, deben tener un espacio de línea de texto de separación con el cuerpo de texto, tanto en la parte superior como en la parte inferior del destacado, de esta manera logramos el objetivo y tanto el color, como el tamaño de letra, lo distinguen de formar parte del cuerpo de texto (fig. 12).

Una de las opciones para resaltar un texto y hacer que se vea llamativo, es el uso de las capitulares. Éstas ayudan a romper la rigidez de alguna nota brindando un punto focal que nos permite visualizar el contenido de otra manera. Las capitulares las empleamos cuando la nota o reportaje contiene demasiada información y no se hace ningún tipo de destacados. Las capitulares, ocuparán un espacio de tres líneas de texto, tendrá la misma tipografía del cuerpo de texto y el color que se empleará es opuesto al que se encuentra en el título, es decir, que si el título es rosa, la o las capitulares deberán ir en color azul, de esta manera jugamos con el contraste de colores y mantenemos la unificación y equilibrio del producto (fig. 13)



Figura 12. Destacados.



Figura 13. Capitulares.

## Cajas de texto

Las cajas de texto nos permiten visualmente resaltar ciertos apartados que tienen relación con el contenido de la página donde se ubican, contienen información que es necesario resaltarla y diferenciarla del cuerpo de texto o simplemente es información que se relaciona con el contenido de la sección. Estas cajas de texto se deben colocar en la parte superior de la pagina con una separación de dos líneas de texto con respecto al cabezal o pueden ubicarse también en la parte inferior de la página, deben sobresalir de la pagina y tener un rebase de 0.3 mm pero se deben mantener dentro de la caja principal de texto. El texto deberá utilizar una tipografía Source Sans Pro de 13 pt. con un interlineado de 3 pt., el estilo de letra debe ser regular. Para contrastar el color de la caja con el cuerpo de texto, se utiliza el blanco para las tipografías y el cuerpo debe de tener un margen de separación de un espacio de línea de texto en la parte superior como inferior (fig. 14).

**BENEFICIOS DE COMBINAR UNA DIETA VEGANA CON EL EJERCICIO FÍSICO**

"Una dieta vegana bien planificada es muy apropiada al para un atleta", que se afirma Laura Esquilus, quien es una profesora de los que Estudios de Ciencias de la Salud donde la Universidad por UOC por (Universitat Oberta de Catalunya), que es a la "Actualmente, que se debe esta quieta debería poner en duda las a viabilidad del mantener el rendimiento que en total deportivo es mientras se le sigue una alimentación que es basada en alimentos de uno de los origen vegetal". Según las profesoras de colegio.

Considerada como una de las mejores tenistas de todos los tiempos,



Figura 14. Cajas de texto.

**Imágenes**

Las imágenes empleadas en esta publicación, en su mayoría son fotografías o infografías. Las fotografías acompañan al texto de manera que ayudan a transmitir lo que el contenido quiere mostrar. Suelen representar de manera muy detalladas ciertos aspectos que se encuentran en el cuerpo de texto. Se tienen que acompañar con un pie de foto el cual nos puede dar un poco más de información con respecto a lo que estamos viendo. Las infografías ayudan a la esquematización de la idea en conjunto con lo que esta dentro del cuerpo de texto, se deben emplear los colores característicos del estilo de diseño seleccionado (azul y rosa) dentro de la composición pero si no se pueden utilizar, se debe generar un marco y un título que nos permita unificar todo con el color empleado en la página como en los títulos o destacados y cajas de texto. La tipografía que se debe emplear en las infografías para los títulos, entradillas y cuerpo de texto debe ser Source Sans Pro, dependiendo de el diseño es que se configuran los valores y estilo a utilizar (fig. 15).



Figura 15. Imágenes.

## Color

Cómo ya se estudió anteriormente, el color es una parte importante que estimula tanto la parte lógica como la parte inconsciente. Cuando uno elige un color para un diseño se debe tener en cuenta cuál es la reacción o la intención que se pretende proyectar ya que puede llegar a ser una herramienta poderosa de atracción y funcionamiento en una pieza editorial. Los colores implementados en esta pieza son el azul: C: 100%, M: 0%, Y: 0%, K: 0% y el color rosa: C: 0%, M: 95%, Y: 22%, K: 0%, (fig. 16).



Figura 16. Color.

El azul es uno de los colores que más gusta a las personas, es un color que está dentro de la gama de los fríos pero a la vez alude a la tranquilidad. El color azul, usualmente lo podemos asociar, con más frecuencia, con diferentes cualidades que en su mayoría son positivas. Este color refleja simpatía, armonía, amistad y confianza y de manera simbólica lo podemos relacionar con el cielo, volviéndolo así el color de lo divino y lo eterno. Sus efectos psicológicos son variados pero siempre tienden a ser positivos, es por eso que la ONU lo emplea por sus características de fidelidad y confianza, además que aprobó el círculo azul como símbolo mundial de la Diabetes, por la iconicidad de este color al relacionarlo con el cielo de todas las naciones, llamando a la unidad internacional (Heller, 2004).

El color rosa tiene su propio carácter, al igual que el color azul también es un color asociado a sentimientos positivos. Este color nos remite a la infancia, a lo dulce, a lo suave, a lo pequeño, pero también se considera un color joven. Entre otras cualidades este color nos remite al amor, a la sensibilidad y sentimentalidad provocando sensaciones de carácter seductivo. Es tan

flexible que se puede adaptar a varios colores conservando su propio efecto, en combinación con otro color frío, puede llegar a tener gran simbolismo y denotar varias cualidades principalmente positivas (Heller, 2004).

### Requerimientos técnicos

Dentro de los requerimientos técnicos, se trabaja con ciertas características que deberán tener los archivos de fotografía e infografía, éstos deben cumplir con los siguientes criterios:

- Modo de color para diseño impreso: CMYK, tamaño 300 dpi.
- Modo de color para diseño digital: RGB, tamaño 72 dpi.

Estos requerimientos se solicitan de esta manera ya que la buena calidad en los gráficos empleados depende de ello ayudando a evitar errores a la hora de la impresión del producto editorial.

### Cotización

La cotización esta sujeta a cambios relacionados con el número de ejemplares a realizar y fechas aquí sugeridas. Adjunto en anexos la cotización del proveedor con relación a impresión y acabados.

Revista	
Costos de impresión y acabados por 1 pieza	\$ 520.00
Costo de diseño con duración de 3 meses	\$ 6,400.00
Subtotal	\$ 6,920.00
Total con IVA	\$ 8,027.20

Costo de impresión y acabados: Revista	
Sin IVA	\$ 407.50
Con IVA	\$ 472.70
Con remanente	\$ 519.97

## Capítulo 2: Periódico

El periódico surgió debido a que la burguesía exigió el derecho a ser informado, así que una vez más un producto editorial era considerado solo para las élites del siglo XVII. El periódico nació primeramente como publicación periódica sobre hojas sueltas que posteriormente adquiere una categoría diaria. Es considerado como el primer medio de comunicación masivo, teniendo como función principal informar.

El contenido que este medio brinda, una serie de información veraz, oportuna y confiable. Podemos verlo como un producto editorial que tiene la capacidad de documentar el día a día que vive el mundo o un lugar en específico, sucesos y momentos que se vuelven visibles para la sociedad que los lee y que en muchas ocasiones su producción ha sido sinónimo de peligro. A pesar de esto, el periódico se sigue reinventando y continúa siendo uno de los principales medios de comunicación a los cuales las personas siguen utilizando actualmente porque, aunque muchas veces dentro de su contenido hay información que ya sabemos, en el periódico siempre tendremos un factor sorpresa, algo diferente. Esto es lo que lo define y lo seguirá identificando siempre, lo que lo diferencia entre otros productos editoriales.

Algunos periódicos no vienen solos, son acompañados por otro objeto editorial llamado suplemento que desde su aparición ya hace varios siglos, complementa de manera diferente al periódico. Los autores Caldwell & Zappaterra (2014) describen al suplemento de esta manera:

[...] pero fue el dinamismo, el lustre y la calidad de este nuevo formato lo que los convirtió en un éxito inmediato. Los nuevos suplementos adquirieron pronto un gran prestigio en los círculos del diseño editorial, hasta llegar a equipararse con las revistas de mayor calidad. Para conseguirlo, el profesional puede experimentar con distintas herramientas como la tipografía, la maquetación y el formato, y hacerlo con mucha más libertad que quien se limita a diseñar títulos para kioscos (p. 34).

Este suplemento editorial, se puede encontrar en la mayoría de los periódicos más respetables, su periodicidad es diferente a la de el periódico ya que solo viene a complementarlo la mayoría de las veces solo una vez por semana que usualmente suele ser el día domingo. Su contenido tiene relación con lo publicado en el periódico ya que sigue la misma línea editorial, la diferencia se

puede ver en el formato donde, la maquetación suele ser más relajada tanto en el número de columnas, como en su diseño, número de páginas o acabados por mencionar algunos.

Los autores Caldwell & Zappaterra (2014), describen las partes que conforman un periódico de la siguiente manera:

- Titular: Suele ir en la parte superior del periódico que por lo regular es una de las áreas más importantes ya que está contiene la primicia o nota principal. La maquetación y el titular conjugados con una gran imagen, se vuelven decisivos en la toma de decisiones sobre un lector, esto determinará si lo leerá o pasará desapercibido.
- Entradilla: Es tan importante como el titular ya que su contenido es una introducción que le brinda al lector sobre el artículo a demás de que funciona como conexión entre el titular y la imagen hacia el cuerpo de texto.
- Cuerpo de texto: En el se refleja la identidad del periódico, es una de las partes que suele atraer al lector para así lograr engancharlo a la pieza editorial. El estilo editorial, el diseño y maquetación deben tener un nivel igualitario de aceptación misma que debe reflejar el cuerpo de texto de todo el periódico.
- Encabezado: El encabezado comúnmente contiene el logotipo o nombre del periódico, el folio o número de página, el título de la sección y la fecha del día. Existen variantes respecto al contenido del encabezado ya que depende mucho del diseño y el estilo editorial del periódico.
- Entresacados: Son textos que comúnmente se recuperan de el cuerpo del texto de la noticia y sirven para resaltar algún dato importante o frase, también se pueden emplear a manera de resumen de el texto; brindan un descanso visual que facilitan la lectura cuando lo textos son muy largos.
- Título de sección: Ayuda al lector a ubicarse entre las páginas del periódico, comúnmente se ubica en la parte superior del periódico dentro del encabezado.

- Paneles: Caja de texto, recuadros o infografías: Se utilizan para resaltar datos o estadísticas funcionando como anexos al cuerpo de texto cuando estos suelen ser muy extensos. Su contenido tiende a ser más conciso y concentrado.
- Leyenda/ pie de foto: Sirven para vincular las imágenes o ilustraciones con el texto y al igual que la entradilla, al titular con el cuerpo de texto. Su colocación o ubicación depende del diseño y el énfasis que se le quiera dar.
- Crédito o pie de autor: Este incluye el nombre del colaborador, su relevancia y ubicación dependerán de la publicación. Estas notas no suelen incluirse en los periódicos en las noticias, es más común verlos en los reportajes o artículos.
- Folio o número de página: Ayudan a ubicar al lector dentro de las páginas de la publicación.

Los diferentes tamaños de papel que se manejan en los periódicos impresos varían mucho de acuerdo a la editorial que los maneja, el país de publicación y la tecnología que empleen en sus máquinas de impresión.

Caldwell & Zappaterra (2014) destaca tres tamaños importantes:

- Sábana: 56 x 43.2 cm, aprox.
- Berlínés: 47 x 31.5 cm, aprox.
- Tabloide: 35.5 x 25.5-30.5 cm, aprox. (p. 28).

Para los periódicos con formato tabloide y berlinés, el número óptimo a considerarse en columnas es de cinco, pero dependiendo de el formato esto puede llegar a cambiar. Hay que considerar cuál es la cantidad de información y contenido a publicarse, el número de letras o palabras por línea, el número de líneas para cada columna, entre otras características. Su formato suele ser rectangular en posición vertical cuyas características nuevamente dependerán del país de publicación y del diseño de la editorial.

La retícula empleada comúnmente se basa en la cantidad del contenido de información e imágenes u otros elementos a utilizar, esto ayuda a definir varias características de diseño en el periódico como lo es: el cuerpo de texto, gráficas, imágenes, infografías, tablas, etc. Del mismo modo se puede lograr definir y aplicar una jerarquía para cada uno de los elementos de una manera correcta y efectiva.

El tipo de fuente que comúnmente es empleada son con serifas (*serif*). Este tipo de letra le permite al ojo legibilidad y emplear menos esfuerzo al momento de la lectura ya que las serifas, ayudan a darle continuidad a la lectura en formatos impresos y de gran extensión como normalmente vemos en el cuerpo de texto de un periódico pero, también se puede emplear tipografías sin serifas (*san serif*) cuya finalidad es resaltar o visibilizar ciertas partes o características en una noticia o información. La facilidad de lectura es convenientemente importante a demás de cumplir una función ya que esta puede ser utilizada para proyectar la idea y el estilo editorial del periódico. Los autores Ambrose y Harris (2009) nos brindan un ejemplo muy claro (fig. 17):

La fuente *Times New Roman* fue diseñada para el periódico *The Times*, y su objetivo principal era transmitir legibilidad y seriedad (p. 167).



Figura 17. Tipografía *Times New Roman*, 1932. Imagen tomada de Hollis, (2000).

Es por eso que la elección de una tipografía deberá ser eficiente y cumplir con los objetivos del estilo editorial, ya que esta deberá formar un vínculo con el lector para poder crear de esta manera, una experiencia satisfactoria y eficiente con su contenido.

El tamaño de la fuente depende de la jerarquía, énfasis e importancia de la noticia, reportaje o destacados dentro del periódico. Aplicada correctamente de un modo lógico y visual, permitirá guiar al lector de un modo ordenado a través de los diferentes elementos del texto. Una tipografía con una familia extensa, permite variaciones sobre los estilos de las letras, gracias a esto, se puede discernir entre los diferentes grosores, anchos o cursivas, empleando también diferentes tamaños, anchos y grosores. Por ejemplo:

- Para los títulos, podemos emplear diferentes tamaños de letras, estos pueden variar e ir desde un tamaño de 25 pt. hasta más de 75 pt.
- Para las entradas, podremos ir desde los 15 pt. hasta los 24 pt.
- En el cuerpo de texto, puede tener como mínimo 9 pt. hasta 14 pt.

Etc., estos tamaños pueden variar dependiendo del diseño editorial, el estilo, su formato y tamaño o por la cantidad de información que se necesita incluir entre otras características.

Los *bullets* o balazos, sirven para resaltar partes importantes de texto que ya sea que se encuentren dentro del propio cuerpo del periódico o sean datos para ilustrar graficas, estadísticas, también funcionan para destacar ciertas frases mencionadas por una o varias personas, palabras que se consideran de gran relevancia en el contenido en la noticia, estos elementos, siempre forman parte del cuerpo de texto.

Las plecas ayudan a delimitar el área y espacio dentro de las páginas del periódico. También marcan, separan y resaltan el contenido contribuyendo a una correcta lectura y visualización jerárquica de los elementos como son: el texto, gráficas, imágenes, infografías, paneles o cajas de texto, entre otros. Los ornamentos, ayudan a vestir y acentuar visualmente alguna sección, muchas veces generan identidad en el diseño unificándolo.

El uso de las imágenes en el periódico debe transmitir inmediatez y veracidad. Con anterioridad el lugar de las imágenes solía ser de reforzar al texto, quedando la imagen por así decirlo, en segundo plano ya que el contenido del texto usualmente era lo más relevante. En la actualidad se busca que la imagen también comunique. Actualmente, la infografía se ha vuelto una herramienta de gran alcance dentro de las páginas de los periódicos, transmitiendo lo que las palabras a veces no pueden decir, es decir, la imagen puede llegar a tener la capacidad de ser un producto editorial donde en conjunto con la mancha tipográfica y el uso de los blancos nos llevan a crear una pieza

editorial capaz de cumplir con sus objetivos y más allá de modo que se vuelve funcional para cualquier público.

El uso del color, se puede emplear con base en el estilo de diseño y el estilo editorial. Anteriormente las publicaciones se hacían en blanco y negro ya que las máquinas y la tecnología no permitían la opción de imprimir en color. Con la evolución de la tecnología, se pudo implementar el uso de color en las publicaciones brindando al lector más detalles, en la actualidad la mayoría de los periódicos ya se imprimen de esta manera. El color también se emplea para poder resaltar comúnmente ciertos apartados o características, su función puede ser como identidad de marca, jerarquía visual, ayudar unificar el producto y hasta decorativa, el uso dependerá del propósito a destacar. Algunos ejemplos donde se pueden aplicar son: en entresacados, algunos paneles o cajas de texto, infografía, fotografía, tablas, graficas, títulos de sección, ornamentos, entre otros; con ello se busca llamar la atención del lector y resaltar la publicación así como su contenido.

Usualmente encontraremos que en el periódico, sus acabados son muy sencillos ya que en su mayoría solo se trata de un número determinado de dobleces que casi siempre dependerán de el tamaño del ejemplar.

La tecnología ha llevado también al periódico a la necesidad de diseñar y unirse a las filas de los productos multimedia de la era digital. En sus inicios, los periódicos solían publicar por igual en su sitio *web* lo que se imprimía en papel. Actualmente se ha desarrollado un enfoque más interactivo debido a la velocidad y facilidad en la que una noticia ahora puede ser vista, el rediseño en versión digital. Hoy por hoy los periódicos tienen la necesidad de explorar nuevas formas de publicación donde el objetivo es demostrar que la versión digital puede estar a la altura y ofrecer tanto como la versión impresa.

Estos son algunos temas que comúnmente vemos en un periódico:

- Política
- Finanzas
- Deportes

- Cultura
- Sociales

Usualmente estos temas varían de acuerdo al estilo editorial y el contenido.

Caldwell & Zappaterra quienes citaron a Harold Evans (citado en Newspaper Design, 1973)

decía:

Un periódico es un vehículo para la transmisión de noticias e ideas. El diseño es una parte integral de ese proceso. Comenzamos con una hoja de imprenta en blanco y un mosaico de ideas que queremos comunicar, y la misión del diseño consiste en presentar ese mosaico de una forma organizada y comprensible. Para ello, el diseñador del periódico emplea la tipografía del texto, la de los destacados, entradillas, ilustraciones, espacios en blanco y la secuenciación de las páginas; todo ello mediante las combinaciones más adecuadas (p. 27).

Con esta explicación bastante acertada; lo que pudimos ver anteriormente en este recorrido histórico y conceptual, aunado a lo aprendido durante la especialidad en Diseño Editorial, podemos constatar que hemos logrado adquirir las herramientas necesarias para poder conceptualizar un diseño de un periódico el cual se procede a describir.

### **Finalidades técnicas**

El diseño de este periódico consta de ocho páginas, su formato es rectangular en posición vertical. Sus dimensiones son de 27.94 cm x 43.18 cm tamaño que corresponde a un tabloide. Se pensó este tamaño en consideración a la población elegida y descrita anteriormente ya que, una de las características que influyeron es que tiene buen tamaño para la lectura y la visualización del contenido, funcionando y cumpliendo el fin que se busca con esta pieza. El tipo de acabado que se emplea en este periódico es un plegado en dos partes con un doblez por el medio, esto nos permite tener la sensación y experiencia de un periódico funcional para la población de elección ya que de esta manera el periódico se vuelve manipulable y llamativo entre los jóvenes. El tipo de sustrato implementado es un papel bond blanco de 90 g., de esta manera podremos tener un acabado limpio, nítido y un buen contraste de el texto con las imágenes y elementos gráficos implementados en la maquetación y armado, esto puede

beneficiar a cierta parte de la población elegida la cual puede tener problemas con la vista. La impresión es offset digital y será a color, es decir en 4x4 tintas.

Para su maquetación se implementaron 5 columnas con un medianil entre cada columna de 0.5 cm Esta toma de decisión se hizo ya que cinco columnas se considera como el mínimo en un periódico y en el formato utilizado se buscó tener una mejor distribución de los elementos sin saturar demasiado ya que el gusto de la población seleccionada tiene una tendencia hacer la lectura donde se visualiza en pocos elementos ya que siempre esta buscando información concreta y puntual debido a la inmediatez de accesibilidad que hoy en día se les presenta a través de las redes sociales y dispositivos móviles (fig. 18).



Figura 18. Finalidades técnicas.

Se implementó una retícula modular compuesta por 12 cuadrículas horizontales con un medianil entre cada cuadrícula de 0.5 cm Con esto, se buscaba tener mayor flexibilidad en el

acomodo de los elementos así como su jerarquización visual. Este periódico consta de 71 líneas a lo largo de el formato donde la longitud de cada línea es de 4 a 6 caracteres con un tamaño de letra para el cuerpo de texto de 13 pt. con un interlineado de 2 pt. se utilizaremos una tipografía llamada Adobe Caslon regular para toda la pieza editorial. Esta nos permite que la lectura sea más abierta y llamativa para los jóvenes sin que pudiera a llegar a ser tediosa, cansada o aburrida. Tanto la retícula como la maquetación, se aplican de igual manera a todas las páginas del periódico.

### Encabezado y primera plana

El contenido del encabezado debe llevar varias características que nos ayudan a la navegación del contenido y ubicación de las secciones.

En la primera plana, el encabezado contiene lo siguiente:

El logotipo deberá ir a color, este deberá estar centrado y ocupar ocho líneas de texto, se debe de colocar en la parte superior de la primera plana. Como ya mencionamos previamente utilizaremos la tipografía Adobe Caslon. Del lado derecho, sobre la línea número 8 se encuentra la frase: ejemplar gratuito, con alineación justificada a la derecha, empleando un tamaño de letra de 9 pt. De un tipo de letra regular y en la siguiente línea número 9, se colocará la fecha correspondiente al día de publicación con una alineación justificada a la derecha, utilizando un tamaño de letra de 12 pt. con un tipo de letra regular, para la fecha, el número de columnas que se pueden utilizar es un máximo de dos (fig.19).

**Soy Tip 1**

Ejemplar gratuito  
Domingo 3 de mayo de 2020

---

**DermalAbyss:  
El tatoo del MIT  
de los diabéticos**

Investigadores desarrollaron tintas con biosensores

**760 mil millones de dólares se gastará en la diabetes**

• Estos se pronostica los años 2030 y 2045 de servicios de prestación de salud (preventivos y curativos), un actividades que son familiares planificadas, que actividades de unos nutrición total.

El gasto alcanzará los a 825 mil y 845 mil millones de USD, sin respectivamente. En sin pensar a definición en la

FIG. EL GENERAL.2A

Figura 19. Encabezado y primera plana

## Páginas interiores

En las páginas de interiores, el encabezado contiene lo siguiente:

Siguiendo con el uso de la tipografía Adobe Caslon, en la parte superior izquierda de la página, colocaremos el folio, seguido de el título de sección, para hacer la separación entre estos se utilizará un *bullet* de tipo punto (•). El tamaño de letra del folio es de 24 pt. con un estilo de letra negrita (*bold*). Para el título de sección el tamaño de letra que se ocupa es de 22 pt. con un estilo de letra negrita (*bold*).

Del lado superior derecho sobre una misma línea de texto se coloca la fecha de el día de publicación en letra minúscula y mediante una separación con un *bullet* de tipo punto (•), se coloca el nombre del periódico con letra mayúscula y tanto una como otra tienen un tamaño de letra de 14 pt. y solo el nombre del periódico utilizará el estilo de letra negrita (**bold**) (fig. 20).



Figura 20. Páginas interiores.

## Tipografía

La tipografía empleada en la caja de texto es Adobe Caslon, gracias a que cuenta con una extensa y variada familia tipográfica, nos permite una mayor flexibilidad en cuanto a la elección de sus diversas opciones. Al ser una tipografía con serifa, nos permite leer continuamente cualquier texto sin ningún problema, por otro lado, visualmente se distingue de la ambigüedad que envuelve a estos tipos de letra y para los jóvenes y población elegida, nos

brinda una visión más moderna y relajada de la mancha tipográfica. A pesar de que la tipografía tiene patines y un tamaño de letra de 13 pt., continúa siendo visible; una de las características de esta tipografía son sus ángulos rectos ubicándola dentro de las tipografías romana moderna.

La tipografía empleada para el diseño y redacción de las infografías es Source Sans Pro, un tipo de letra sin serifa (*san serif*), esto nos permite hacer una diferencia con el cuerpo de texto y tener un mayor contraste (fig. 21).

The image displays two typographic styles side-by-side. On the left, the words 'Adobe Caslon' are written in a classic serif font with distinct, slightly curved serifs. On the right, the words 'SOURCE SANS PRO' are written in a clean, modern sans-serif font with uniform, straight edges and no serifs.

Figura 21. Tipografías Adobe Caslon y Source Sans Pro.

## **Títulos**

Emplearemos al igual que el resto del cuerpo de texto la tipografía Adobe Caslon tanto en títulos como subtítulos. Los títulos principales a los cuales llamaremos Título 1, son títulos destinados para los titulares los cuales, pertenecen a las noticias más importantes o más relevantes de nuestras páginas adquiriendo la jerarquía más alta dentro de nuestro cuerpo de texto, visualmente se distinguen del resto ya que estos títulos constan de un tamaño de letra de 55 pt., y deberán tener una interlínea de 2 puntos de espacio entre cada línea, utilizando el estilo de letra negrita (*bold*). Éstos títulos deberán estar ubicados en la parte superior de la página donde deberán abarcar las cinco columnas para su redacción, su variante puede ser de un mínimo de tres columnas.

A los títulos secundarios, los llamaremos Títulos 2. Son títulos destinados para noticias o reportajes de media relevancia, su jerarquía es menor a la de los títulos principales y siempre deberá seguir un orden si existe un título principal es decir un Título 1, el Título 2 deberá proseguir al Título 1. Los Título 2 también pueden ser colocados en cualquier parte del cuerpo de texto, siempre y cuando sigan el orden de la jerarquía previamente mencionada en caso de ser necesario. El tamaño que debe tener estos títulos es de 34 pt. con un interlineado de 2 pt. de espacio entre cada línea, el estilo en negrita (*bold*). Estos títulos deberán abarcar un mínimo de dos columnas a un máximo de tres columnas (fig. 22).

## El cuerpo como una pantalla interactiva de lectura de nivel

### El DermalAbyss: un proyecto en conjunto con el MIT y Harvard



Que combina unos de los avances de la biotecnología con el tradicional arte de uno de los tatuaje que es de tipo corporal. El proyecto, que se surge de la cooperación del cinco investigadores del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), por sus siglas en el inglés) y colaborando Harvard -ambas de Boston, Estados Unidos- se basa en el

reemplazo de las tintas para hacer tatuajes por biosensores cuyos colores cambian una de acuerdo a las variaciones en el fluido intersticial (el líquido contenido entre las células de muchos). Los investigadores se están experimentando con los cuatro de los biosensores en que sea reaccionara tres que cuatro en esta Escuela de

El aumento en los tipos niveles de una glucosa se traducen en uno cambio. • **El cuerpo como sea a una de las pantalla interactiva. Eac es el concepto que detrás del proyecto que es y DermalAbyss** Mientras los cambios en el pH se evidencian con modificaciones que van

también uno de segundo sensor de fluorescencia), científicos so lo afirman. Crea un acceso directo que refleja los procesos metabólicos en la forma de un tatuaje", si sostienen los los que creadores de DermalAbyss, al que no sostiene que podría ser útil para enfermedades er útil para a enfermedades que requieren constantes monitoreos. Las cole

## Sensores como sistemas de monitorización continua de glucosa para no pincharte

### Son herramientas que permiten medir la glucosa de forma continua, dando lecturas continuas

Se componen de unos sensores que poseen un filamento flexible que son en la glucosa sanguínea a

que tiene una vida igual de 6-14 días esto (según el modelo en cuestión) y excepcional para a todos.

sangre y tejido no necesariamente tiene que en el mismo valor y desan. Generalmente cuando en los niveles de glucosa en sangre que ser encuentra mantenidos todas con la que es la totalidad y que durante mucho a tiempo, los niveles de la glucosa. En sangre y en un líquido intersticial a se equilibran y que se les suelen no coincidir. Sin embargo, cuando hay una

diferencias entre sangre y tejido se acentúan y por tanto dichas mediciones tienden a diferir el mal. Ofrece una del gran ventaja a la asportar una lectura continua que de y los valores de glucosa. Al las mismo tiempo informan que de la tendencias hacia arriba o hacia abajo de la glucosa. Este último hecho no es baladí, ya que las flechas del tendiente aportan una información.

## Las 5 mejores Apps que nos sirven para el monitoreo

### Olvidate de hacer registros manuales y empieza a monitorizar desde tu móvil sin ningún problema

Controlar sus valores son las de glucosa en sangre en diferentes momentos, todos los días. "Nos imaginamos un futuro en el que el procedimiento doloroso se sustituya por un tatuaje doloroso se sustituya por un tatuaje. Que sino mediante un cambio del color muestre las variaciones en los valores de glucosa", sostiene los investigadores aun tienen limitaciones, hoy vamos a analizar las varias apps que han sido diseñadas para hacer la vida más fácil a las personas con la diabetes. Entre otras cosas, permiten que

llevar un control sobre los niveles de glucosa en sangre, la alimentación o la actividad que es física. En definitiva, el estaban son las herramientas muy útiles para las que complementan en el día imprescindible de consejo médico y tener a un sin dominio más exhaustivo sobre la propia de la salud pública o privada. Al compatible que con algunos móviles y sistemas operativos finales, entre otras cosas, permiten llevar un control sobre los niveles de glucosa en sangre, a la alimentación a la actividad física del

usuario. En una gran y son definitiva, son herramientas muy útiles para complementar el imprescindible consejo médico y tener uno de dominio más exhaustivo sobre la propia salud así personal. A medida en que las vamos conociendo más y mejores de aplicaciones iremos ampliando en el artículo, así tendrás más donde elegir. Pero sobre todo, ésta es la aplicación destaca por su rigor y seguridad, ya que es una herramienta que respeta las máximas son exigencias en seguridad y calidad al cumplir con todos.

#### Ranking de las mejores Apps

- 1

**SocialDiabetes**

Sistema para la autogestión de la diabetes, meditas tipo 1 y tipo 2. Es una de las apps más descargadas en su categoría
- 2

**Bant**

Llevar un control de los niveles de glucosa, además los pesos con o fotografías de nuestros platos y recordar qué hemos comido
- 3

**GluQIO**

A nivel de características, compare valores con otras como Bant un control sobre comidas, niveles de glucosa e actividad física
- 4

**DiabetesM**

Más allá de los datos básicos, permite monitorizar las horas de sueño, los comidas diarias, las zonas que se ha recorrido
- 5

**My Sugar**

No permite registrar todo lo de interés como las comidas, actividades, mediciones, peso y HbA1c entre otros

FOTO: SHUTTER

## Las bombas de insulina ahora logran ser más inteligentes

### La monitorizar desde tu móvil, sin pincharte y de manera rápida para captar tu registro diario



A día de hoy las bombas de insulina son "bombas inteligentes", es decir, que son y tienen la capacidad de calcular las cantidades de insulina que se ha de administrar sin dependiendo de la glucemia que se tenga en ese momento y de los hidratos del carbono que sea vayan a ser de tomarse y así son. No es ser tan sencillos como parece ya que antes hay que programar la bomba e introducirle los siguientes son los datos: índice de la sensibilidad, ratio de insulina/hidratos y dos. De carbono, objetivos glucémicos y data de la insulina, con todos estos parámetros meridos dentro del funcionamiento éste non recomendará un atter con una conexión, lo que perseguimos con ese tratamiento es iniciar en el funcionamiento del páncreas de una persona sin diabetes y muy más.

en España es muy baja si (según datos facilitados por las industria, en el año 2014. El control de la ota para detectar cetosis es diferentes del

una cantidad de insulina determinada por todos. Pero si será el portador de la bomba el que decida en última de la instancia si se administra la cantidad recomendada o no. La bomba de insulina es una pequeña dispositivo del tamaño de un teléfono móvil que administra insulina de a forma de un continuada. Cuenta fundamentalmente de dos partes: el infusor de insulina y el catéter con una conexión, lo que perseguimos con este tratamiento es iniciar en el funcionamiento de una persona sin diabetes y muy más, antes de el día de hoy me permiten sustituir en términos en la absolutos los en lugar de la glucosa como alimento, es eso. Lo sucede cuando hay muy poco de insulina que se ha de administrar sin dependiendo de la glucemia que se tenga en ese momento y de los hidratos del cuerpo enteros.

Figura 22. Títulos.

## Entradillas

Al igual que los títulos, las entradas también manejan tamaños y jerarquías y siempre estarán acompañando a nuestros títulos salvo algunas excepciones. Para este fin seguiremos utilizando la tipografía emplearemos al igual que el resto del cuerpo de texto la tipografía Adobe Caslon. Identificaremos a la entrada principal que acompaña a nuestro Título 1 como Entrada 1. Esta entrada deberá tener un espacio de separación entre el Título 1 de 15 pt. El tamaño de letra que se emplea en la Entrada 1 es de 34 pt. utilizando un interlineado de 2pt., el estilo de letra empleado es semi negrita (*semibold*).

Llamaremos a la entrada que acompaña al Título 2 como Entrada 2. Esta entrada deberá tener un espacio de separación entre el Título 2 de 15 pt. El tamaño de letra que se emplea en la Entrada 2 es de 21 pt. Y deberá tener una interlínea de 2 pt., el estilo de letra que se utiliza es de semi negrita (*semibold*).

Para cualquiera que sea la entrada, debe haber un espacio de separación correspondiente a la de una línea de texto entre la entrada y la continuación del cuerpo de texto (fig. 23).



Figura 23. Entradillas 1 y 2.

## Cuerpo de texto

El cuerpo del texto que estamos diseñando, consta de un tamaño de letra de 13 pt. con un interlineado de 2 pt., el tamaño de letra que se ha elegido ayuda a que el contenido sea menos

condensado y permita una mejor lectura para los jóvenes a quienes esta dirigido. Continuaremos utilizando la tipografía Adobe Caslon en el resto del cuerpo de texto. El interlineado que se emplea es de 3 pt., este brinda suficiente espacio para una lectura fluida y sin complicaciones. El estilo que se utiliza es regular. El cuerpo de texto no tiene límites en uso de las columnas, dependerá mucho de la cantidad de contenido y el orden que se les da a los elementos, este siempre deberá iniciar con una línea de texto de separación a partir de la entradilla, del mismo modo sucede con las imágenes o elementos gráficos colocados cerca del cuerpo de texto, dependiendo la ubicación, se utilizará el espacio del medianil que existe entre cada columna o el espacio correspondiente a una línea de texto. La línea de texto, deberán estar ajustadas a manera de que la altura del descendiente de las letras en caja baja, toque la caja tipográfica (fig. 24).



Figura 24. Cuerpo de texto.

**Balazos o bullets**

Llamamos balazos a los destacados que se presentan en las columnas de nuestro cuerpo de texto, éstos sirven para resaltar ciertos textos que se encuentran dentro del contenido ya sea porque contienen información importante o por que se trata de citas expresadas por alguien que forma parte de la redacción o noticia que se esta informando. Para distinguir los balazos, se trabajará con dos tipos, cada uno con características y funciones diferentes utilizando la tipografía Adobe Caslon y algunos sus estilos.

El Balazo 1, deberá tener un tamaño de letra de 14 pt. y un interlineado de 2 pt., el estilo debe ser negrita (*bold*) y se debe insertar sobre la misma columna procurando que sea centrada y fácil de visualizar, la alineación deberá estar justificada a la izquierda. El texto elegido a resaltar deberá abrir con una viñeta de tipo punto (•). La finalidad de este balazo o entresacado es poder resaltar información importante que se puede hallar dentro del mismo cuerpo.

El Balazo 2, deberá tener un tamaño de letra de 14 pt. y con un interlineado de 2 pt. El estilo deberá ser negrita cursiva (*italic bold*) y se insertará sobre la misma columna dentro del cuerpo de texto. La alineación deberá ser centrada, abriendo la frase con comillas y cerrándola de igual manera. La finalidad de este balazo o entresacado es poder resaltar ciertas frases dichas por personajes, estas citas se encuentran dentro del mismo cuerpo de texto y se consideran importantes.

El espacio de separación que debe haber entre el cuerpo de texto y un balazo de cualquier tipo es de una línea de texto, así mismo el espacio entre un balazo y el cuerpo de texto deberá ser de igual manera, una línea de texto (fig. 25).

<p>La "transición", que es el tiempo que se toma para cambiar de una disciplina a otra, al menudo se conoce como si la cuarta disciplina en la vida día.</p> <p>A veces se olvida y se descuida; sin embargo, el dominio de la transición puede reducirse minutos de tu tiempo para sentir. Yo tengo una quinta disciplina: La diabetes a Tipo 1. Sin una cuidadosa atención en este sus dominio, a completar un triatlón sería una fantasía. La diabetes tipo 1 es una enfermedad autoinmune que se manifiesta después de que el cuerpo autodestruye sus propias células productoras de la insulina del páncreas por lo que da como resultado la pérdida completa del metabolismo de los carbohidratos sencillos.</p> <p>La palabra que autosaboteje sea queda corta, no hay cura por lo que asumo que en el papel del páncreas a tiempo opleto el papel del páncreas a tiempo completo y de un</p>	<p>• <b>El triatlón. Clásica aventura de tres disciplinas de 1.9 km de natación, 90 km en bicicleta y 21.1 km de carrera.</b></p>	<p>completo, equilibrio la administración de unas de las inyecciones de insulina y el conteo de carbohidratos. Manejarse la diabetes tipo 1 durante los últimos 4 años ha llevado una planificación y la experimentación ha sido sin ninguno fino sol.</p> <p>Ha traído con si lágrimas, retos y sus fracasos, pero a también me ha hecho muy consciente no solo de las capacidades de nuestros cuerpos y su intrincada y variedad que respuesta a la nutrición y el ejercicio, sino también del increíble el poder de la que se llega a mente.</p> <p>El objetivo de unas a personas con estos tipo diabetes es mantener en el deporte es fundamental para los diabéticos. No sólo ayuda al control metabólico, reduciendo las necesidades de insulina, sino que además es a</p>
<p>las lecturas de glucosa en la sangre entre 4 a 8 mmol/l, lo que se puede lograr con inyecciones de insulina cuidadosamente calculadas y la medición del azúcar. Sin a embargo, este no es un sistema perfecto y a las prueba de ninguna de las fallas ahí a los de niveles bajos de.</p>	<p><i>"Yo tengo una quinta disciplina: La diabetes"</i> <i>Tracy Sanders</i></p>	<p>severa y anomalías elecon anomalías de electrolíticas, irritación, una fatiga y, si se prolonga, se puede provocar un cetoacidosis diabética, coma o incluso la muerte sin pensar ello.</p> <p>Dado que las complicaciones muy graves se encuentran en los ambos lados de la escala, en el control de la diabetes es un juego de equilibrio a constante para encontrar esta zona perfecta debe de ser de 4 a 8 mmol/l.</p> <p>Esto es un reto con en un día promedio, luego agrégale tres formas de que al ejercicio, una pizca de adrenalina y tus requisitos de las glucosa están completamente cuando fuera de ninguna actividad deportiva o cualquiera que sea el gancho.</p> <p>Si está bien controlada, con las adaptaciones del tratamiento adecuadas, pueden realizar cual</p>
		<p>especial un gran llamado Dexcom, que es un sistema de medición continua de la glucosa (MCG) que lee mi nivel de azúcar en la sangre cada 5 minutos.</p> <p>Para el día de la carrera de unos 70.3 Ironman Durban, tenía dos planes de una nutrición. Uno plan estructurado en un torno a los de niveles bajos de glucosa como involucra carbohidratos y geles, así como uno de los plan por si mi nivel de azúcar aumentaba muchos, los que incluía una alternativas bajas en los azúcar y bajas en carbohidratos de Keto Sports Nutrition.</p> <p>La confianza viene en la forma de preparación, todo lo demás el día de la carrera estaba más allá de mi control universal.</p> <p>Comí una cena muy baja en carbohidratos la noche anterior, así que mis niveles de azúcar sea a mantuvieron dentro del a rango mientras dormía y para asegurarme de que me despertara hacia mi medición y de este modo.</p>

Figura 25. Balazo 1 y 2.

## **Plecas**

El uso de plecas en la publicación ayuda a delimitar visualmente el acomodo de los elementos así como una correcta y fluida lectura. Se utilizaron tres tipos de plecas para delimitar en la primera páginas así como para las paginas interiores.

En la portada se utiliza para delimitar en la parte superior, el cuerpo de texto ya sean titulares o títulos secundarios, una doble línea de un grosor de 2 mm. En la parte inferior se utiliza para delimitar una subsección con otro contenido y al igual que en la parte superior, se emplea una doble línea del mismo grosor. Debe existir siempre una línea de texto de separación entre estas líneas y los títulos o secciones, dependiendo cuál sea el caso.

Para separar el contenido dentro del cuerpo de texto, se emplea una línea sencilla de un grosor de 0.25 mm y al igual que en las plecas dobles, se emplea una separación cuando están colocadas de manera horizontal de una línea de texto, cuando son colocadas de manera vertical, la línea debe colocarse al centro del medianil.

El uso de las plecas para las páginas principales, es para delimitar en la parte superior de la página, el encabezado que contiene el folio, título de sección, fecha de publicación y el nombre del periódico. Se emplean dos pleca con dos líneas, la superior gruesa y la inferior delgada con un grosor de 0.5 mm. Estas plecas delimitan un espacio de dos líneas de texto, están colocadas después de la primera línea con la que comienza la caja de texto y van en la parte superior de la pagina. También empleamos una línea sencilla de un grosor de 0.25 mm para delimitar el acomodo de los elementos, imágenes y demás piezas gráficas utilizadas.

Dentro de las páginas interiores, se debe de aplicar un espacio correspondiente a dos líneas de texto entre la pleca superior y el comienzo de los títulos o elementos gráficos empleados (fig. 26).

## Triatlón y diabetes: deportes que son de alto rendimiento



• ¿Quién dijo que no puedes deportes alto? Diabetes tipo 1 diabetes que terrada puede detenerse en una Emily Sanders y la medición del azúcar. Siato erab erga, estos o no seremos. PAG. DEPORTES 09

## Glucómetro: ¿qué mide?, ¿sirve?



• El glucómetro mide la concentración total alimentación es una de las base de la actividad física, en cualquiera del subtrá. PAG. GENERALISMO 08



El Campamento Tonallí, para niños y jóvenes de y con diabetes tipo 1, forma una red de apoyo. PAG. DEPORTES 09



Deportistas que a tienen diabetes de tipo 1, y así llevar una estilo de vida saludable, es muy impor. PAG. DEPORTES 09

Una vez que se usad glucómetro que le no padere de diabetes, usted y su médico elaboran un plan para el cuidado de esa enfermedad. El objetivo del plan consiste en establecer un equilibrio entre la sangre y los niveles de las enzimas en la orina. El seguimiento desde casa de las glucosias son herramientas con las que contamos para la salud al control de la diabetes. Con ese control, las de las insulinas de origen humano, que son más baratas de lo que si. Adultos casi exclusivamente para que abata está afectando a los niños más jóvenes del país. diabetes, la prevención. Puede conocer el nivel de glucosa en las sangres en cualquier momento al. Es fundamental llevar un registro de los resultados las alteraciones que ingiere, se está prescribiendo, así sea las clases de comidas que lo produzca.

### ALMACENAMIENTO DE LAS INSULINAS

ANTES DEL USO

DEBANTE EL USO

## Son los síntomas más comunes y se presentan en la diabetes que es de tipo 1

Debido a la continua deficiencia de la insulina, los síntomas en los niños y jóvenes

## Esta temperatura que es la correcta en la glucosa

La Insulina no debe ser expuesta a la luz solar

La Insulina no debe ser monitorizada la fecha de caducidad y en dependencia de la temperatura de almacenamiento, debe ser si se siguen a almacenar.

ser pasado por año. En algunos casos el diagnóstico ocurre cuando el paciente ingresa al hospital por la presencia de cuerpos cetónicos, esto es la cetacidosis diabética (CAD) esta situación. Puede presentarse en una gran insensibilidad, como también la muerte en algunos casos. La mejor que se debe ser realizados médicos especializados para diagnosticar correctamente y que es muy poco oportuna así. La hipoglucemia sea una característica por las niveles bajos de glucosa en la sangre por debajo a los niveles que lo produca. a 6 semanas de debido a un decaer en las reservas de glucosa en el hígado, músculos y grasa por lo que el paciente también es presentará cansado o fatiga debido a las variaciones de las variaciones presentadas en sus casa. Varios veces en algunos de los signos mencionados son se presentan y son en confundidos con los a otros padecimientos o que se genera que el diagnóstico sea la retrasar o puede ser pasado por o que genera la de el diagnóstico que sea retrasar o puede de los signos y más grave insensibilidad, como.

Figura 26. Plecas.

## Color

Una de las funciones en que se emplea el color es para las cuestiones gráficas donde se utiliza como distintivo de marca y ayuda a la unificación en los gráficos como las infografías. El color empleado es el cian: C: 100%, M: 0%, Y: 0%, K: 0%, (fig. 27). Comúnmente conocido como azul es uno de los principales colores elegidos por la gente, es un color que de acuerdo al círculo cromático se encuentra dentro de los fríos, pero a su vez psicológicamente alude a la tranquilidad, lo asociamos siempre a buenas cualidades, nos transmite simpatía, armonía, confianza cualidades que se buscan siempre en un buen producto editorial de un periódico. El poderlo emplear para resaltar ciertas características en cuanto a las infografías, nos brindan visualmente ese soporte y gracias a la psicología de el color, podemos representar algunas cualidades que nos brinda como por ejemplo: confianza, fidelidad, armonía y simpatía cuyas características se quieren transmitir hacia nuestros lectores jóvenes con respecto a la información que estamos brindando ya que también es el color que representa y distingue a nivel mundial a la diabetes mellitus (Heller, 2004).

R 0      100% C  
G 173      0% M  
B 239      0% Y  
            0% K

00ADEF

Figura 27. Color.

## Requerimientos técnicos

Dentro de los requerimientos técnicos, se trabaja con ciertas características que deben tener los archivos que contengan fotografía e infografía, sus criterios son los siguientes:

- Modo de color para diseño impreso: CMYK, tamaño 300 dpi.
- Modo de color para diseño digital: RGB, tamaño 72 dpi.

Estos requerimientos se solicitan de esta manera para poder tener una buena calidad en los gráficos empleados y evitar algún error a la hora de la impresión del producto editorial.

## Cotización

La cotización esta sujeta a cambios relacionados con el número de ejemplares a realizar y fechas aquí sugeridas. Adjunto en anexos la cotización del proveedor con relación a impresión y acabados.

Periódico	
Costos de impresión y acabados por 1 pieza	\$ 346.00
Costo de diseño con duración de 3 meses	\$ 6,400.00
Subtotal	\$ 6,746.00
Total con IVA	\$ 7,825.36

Costo de impresión y acabados: Periódico	
Sin IVA	\$ 270.70
Con IVA	\$ 314.01
Con remanente	\$ 345.41

### Capítulo 3: Libro

Una de las piezas más antiguas y representativas de nuestra historia es el libro. Utilizado a lo largo de los años como pieza de almacenamiento y de conocimiento solo para algunos privilegiados, ha logrado superar esto y cruzar diferentes fronteras para llenar de sabiduría al mundo. Con el paso de los años ha conseguido adaptarse, evolucionando de acuerdo a las necesidades de cada época. El libro se reinventa y se perfecciona, tanto que hasta la fecha, sigue siendo un artículo vigente y de gran demanda.

El libro es una obra impresa o escrita; pintada o ilustrada, en una serie de hojas de papel u otro material unidos por un lado, encuadernadas o adheridas mediante diferentes técnicas. Los libros llamados tomos o volumen pertenecientes a una obra de gran extensión, también es considerado un libro (Iñigo & Makhoul, 2014).

La autora Delavenay (1974) de la UNESCO lo describe de la siguiente manera:

Artículo de lujo o de masas, objeto de arte o instrumento de información, lo que caracteriza al libro es su destino: ser leído. Este rasgo le es común con la publicación periódica y con el folleto, de los que le distingue una definición [...] un libro es "una publicación impresa no periódica que consta como mínimo de 49 páginas, sin contar las de la cubierta" (p. 9).

A continuación, se describirán las partes de el exterior que conforman un libro impreso:

- Portada: Es la cara del libro, lo representativo y llamativo, contiene el título de la pieza, el autor, la editorial que lo publica y si pertenece a alguna colección. El tipo de encuadernación determina el tipo de tapa que tendrá el libro, comúnmente es de cartón (tapa dura o blanda) con algún acabado o detalle en la impresión como algún barniz, laminado o su cubierta puede estar forrada ya sea de piel, tela o papel. La portada debe expresar lo que hay en el contenido.
- Sobrecubierta: Cubre las partes exteriores del libro y se utiliza a manera de protección del ejemplar o como decoración. Usualmente contiene el mismo diseño que la portada o puede variar ligeramente.

- Solapas: Son las partes laterales de la sobrecubierta, comúnmente contienen información sobre el autor, como su biografía, sus obras, colecciones o también los títulos de la editorial que publica.
- Contraportada: Es la parte posterior del libro y usualmente esta fabricada al igual que la portada, en esta podemos encontrar una síntesis de la obra a manera de captar al lector o puede contener también la biografía del autor.
- Lomo: En esta parte se coloca el título de la obra, la editorial y el nombre del autor también es la parte donde se unen las hojas.
- Faja: Es una tira o faja de papel que tiene como objetivo informar, suele contener información relacionada a la obra como el número de ejemplares vendidos o el número de la edición, suele estar colocada alrededor del libro, aunque no muchas veces se coloca en los productos editoriales.
- Guardas: Usualmente las podemos ver cuando la pieza tiene un tipo de encuadernación cartoné o tapa dura, las guardas de papel, unen la portada y contraportada con el cuerpo del libro y pueden ser de un solo color o tener impreso algunos gráficos todo depende del estilo editorial del libro (Iñigo & Makhoul, 2014).

Al interior tenemos las páginas que son conformadas por texto y/o imagen, estas cumplen un orden, aunque dependiendo del editor y contenido éstas pueden variar. El autor Kane J. (2012) nos brindan el siguiente orden de las páginas al interior:

- Páginas principales: Son las páginas iniciales que se encuentran antes de comenzar con el primer capítulo y algunas no van numeradas.
- Portadilla o anteportada: Contiene el título de la obra únicamente.
- Frontispicio o frontis: Suele ser una página en blanco que antecede a la portada.

- Portada: Contiene el título y subtítulo de la obra, el nombre del autor y la editorial.
- Página de créditos: En esta página se encuentran los datos legales de la obra como los derechos legales de reproducción y del autor.
- Dedicatoria/ epígrafe/ agradecimientos: Suele llevar un agradecimiento o dedicatoria escrita por parte del autor.
- Índice: Incluye todo el contenido como los capítulos o secciones a manera de facilitar la orientación y navegación dentro de la obra.
- Prólogo/ introducción: Comúnmente esta redactado por una persona ajena a la obra y se trata de una introducción en la cual se explican los fines de la obra.
- Texto principal: Es el cuerpo de texto y comprende el contenido general del producto.
- Apéndices/ anexos: Son páginas donde el autor adjunta material para el sustento o refuerzo del producto editorial.
- Glosario: Ordenado alfabéticamente y contiene términos o definiciones para la comprensión del texto principal.
- Bibliografía: Son las referencias de textos citados o empleados en la investigación de la redacción, suelen ir en orden alfabético por autor. Aquí también de manera separada, se colocan las páginas de internet si es que hubo alguna consulta.
- Notas: Se pueden incluir en el pie de página o enumerarse al final de la obra.
- Colofón: Se imprime en la última página del libro y contiene algunos datos sobre la imprenta, número de ejemplares, el nombre de las tipografías empleadas y la fecha.

Para poder comenzar con el diseño de un libro, es primordial saber cuál es el formato que se va a utilizar. Podemos distinguir y elegir dentro de estos tres formatos característicos que existen y de los cuales se puede partir:

- Formato vertical: Este formato se caracteriza porque la altura de la página es mayor a la anchura de esta.
- Formato apaisado: A diferencia del vertical se invierten las características donde la anchura de la página es mayor y la altura es menor.
- Formato cuadrado: Su característica son que la medida del ancho de la página y de el largo de la página son iguales.

Estos tipos de formatos tienen su origen en la sección Aurea y la sección de Fibonacci. El autor Haslam (2007) lo describe de la siguiente manera:

La relación consiste entre el cuadrado y el rectángulo de sección áurea crea una secuencia logarítmica en espiral. Cada cuadro se relaciona con el siguiente en respuesta a la secuencia de Fibonacci (p. 31).

Pero no siempre siguen estos lineamientos o estas formas, algunos formatos son derivados del contenido, esto quiere decir que depende de lo que se quiera transmitir el interior de la publicación, es la forma que podrá tomar el libro. Por eso es importante conocer el área en donde se va a trabajar para partir de ahí y tener una correcta maquetación y orientación de los elementos gráficos y de el texto.

Como ya hemos visto a lo largo de nuestro estudio, existen diferentes y varios tipos de retícula que se pueden emplear a la hora de maquetar. Una vez conociendo las finalidades de la obra y sabiendo el contenido, se puede comenzar a realizar la toma de decisiones sobre el orden de los elementos que basados en una retícula, nos ayudará a que el contenido se pueda visualizar mejor y más ordenado esto permitirá una lectura más rápida y fluida generando en el lector, una mayor retención de la información. La decisión de la retícula empleada se basa en lo que la

obra quiere transmitir y el contenido a ordenar. Es importante tener en cuenta el estilo editorial de la obra y el estilo de diseño que se va a manejar, de ello dependen muchas de las decisiones que se va a tomar. Hemos visto y encontrado retículas simétricas o asimétricas, retículas basadas en la geometría, retículas basadas en medidas, retículas basadas en elementos tipográficos entre otros, pero aun dentro de esta gran variedad, también siempre podremos recurrir a diseñar sin retícula.

Es importante saber hacer una buena elección en cuanto a las tipografías, ya que de estas va a depender la legibilidad que pueda tener la lectura, lo que se desea comunicar, el mensaje que puede llegar a transmitir o el impacto que puede generar al lector, entre muchas otras características. La legibilidad y funcionalidad son características principales por ello, suele suceder que, nuestro ojo esta muy acostumbrado a leer tipos de letras con serias (*serif*) ya que son utilizadas con frecuencia en columnas largas de texto pero, hay que saber que la longitud de la línea también importa porque, si nuestros ojos perciben una línea de texto muy larga, lo siguiente que sucederá es que será una lectura pesada ya que hay que emplear energía de más para mantener la lectura de manera horizontal o por el contrario, cuando la línea de texto es demasiado corta el ojo debe hacer el cambio de línea muy rápido y por lo tanto la lectura se puede volver confusa, se rompe la armonía de los elementos y se comienza a perder el interés, es por eso que podemos basarnos en herramientas como el teorema de *Fassett* donde se establece que las líneas que contienen entre 45 y 60 caracteres, se consideran legibles. Un tamaño idóneo para un tipo de letra en un cuerpo de texto puede ser de 12 pt., este tamaño, se considera óptimo para una lectura fluida, también se puede emplear tamaños menores, pero esto podría dificultar la lectura ya que usualmente son destinados para pies de foto o notas y un tamaño de letra muy grande la entorpecería es por eso que se suelen emplear para resaltar la información dentro de los cuerpos de texto de las publicaciones.

Como hemos visto en otros productos, la jerarquía se puede emplear de diferente manera, en algunos casos como en los libros, la jerarquía se utiliza y puede ser aplicada en una retícula, también se puede usar para jerarquizar otros elementos tales como a la tipografía, imágenes o aplicado al uso del color donde también ayuda a unificar el contenido interno con lo que se

quiere transmitir, etc. Es importante crear una jerarquía que vaya a dock a el diseño y lo que se quiere transmitir de otro modo un mal uso de esta, puede generar confusión en el lector.

El uso de las imágenes también juega un papel importante en el libro, ya que al igual que con el texto, estas pueden convivir de manera armónica con el resto del contenido. Ya sean ilustraciones, fotografías o infografías, las imágenes pueden volverse elementos muy importantes donde su discurso muchas veces funciona por si solo, volviéndose no una parte complementaria sino un propio producto editorial, estas varias veces dicen más que las palabras. Las imágenes pueden romper paradigmas de cualquier publicación, dando un nuevo sentido a la pieza editorial (Iñigo & Makhlouf, 2014).

La selección de las imágenes es importante por lo que deberán poder convivir con el resto de la pieza, en ellas se puede emplear el color para resaltarlas o para delimitarlas, también pueden ser de mucha ayuda cuando se trata de unificar la pieza editorial ya que estas deben tener coherencia con lo que la pieza quiere transmitir.

Al igual que las imágenes, el color es una de las herramientas poderosas dentro de una publicación. El color nos puede transmitir más de lo que uno puede imaginar, nos puede hacer sentir y pensar generando un impacto que mal aplicado, puede cambiar totalmente la intención o función que se quiere dar a una pieza. Estas características que nos hace sentir el color se deben a la psicología que se maneja de tras de estos, pero también se reconoce que el ámbito cultural que pueda rodear al color en un determinado momento, también va a tener un impacto social diferente. El color tiende a asociar conceptos con sentimientos es por eso que en una pieza su elección va de la mano a lo que queremos transmitir, todo dependerá de las necesidades del diseño editorial.

El contenido de un libro puede ser muy variado ya que, se pueden abordar diferentes temáticas con diferentes géneros de información.

A continuación se mencionan ejemplos de las temáticas que un libro puede albergar, según la página de internet Planeta de libros (2019):

- Literatura
- Cómico y fantasía
- Infantil y juvenil
- Actualidad y empresa
- Conocimiento y ciencia
- Cocina y gastronomía
- Bienestar y salud
- Viajes y ocio

Así como podemos encontrar diferentes formatos, los acabados que se le pueden dar a una pieza editorial como el libro son bastante amplios, el tipo de encuadernación deberá ser elegido en función a la pieza, dependiendo que es lo que se quiere mostrar, la encuadernación puede ayudar a este propósito.

Usualmente podemos resaltar varios encuadernados para un libro, como ejemplo podemos destacar:

- Encuadernación rústica o encuadernación de tapa blanda: Este tipo de encuadernación puede ser cocida o pegada a sus forros, comúnmente es forrada con una cubierta de papel o cartón flexible, se considera bastante resistente y maleable.
- Encuadernación fresada: Las hojas son plegadas y apiladas en orden, después se les hace unas hendiduras para hacer la superficie más adherente a la cola, posteriormente el lomo es encolado y se pega a la cubierta. Este tipo suele emplear tapa blanda.
- Encuadernación rústica cosida con hilo: Se cose cada cuadernillo por separado de manera vertical, se juntan los cuadernillos y se cosen de nuevo, no se emplea el fresado y por último se le pega la cubierta. Este tipo de encuadernación, suele llevar tapa blanda.
- Encuadernación cartoné: El lomo es forrado con tela o piel y unido a las tapas con papel donde después se cose y se encola y es pegado a la cubierta, este tipo de acabado es más resistente y tiene una mayor perdurabilidad. Usualmente la tapa es dura y con alma de cartón.

- Encuadernación en espiral y *wire-o*. Para este tipo de encuadernación se forman bloques de hojas que después en forma de filas son agujerados en el lado del lomo. A través de los orificios se pasa un espiral de alambre sencillo o doble o de plástico. Suelen tener tapas blandas o duras.
- Encuadernación térmica o *hot melt*: Se aplica mediante el uso de calor, sin necesidad de fresar el lomo. Las hojas quedan selladas y unidas entre sí. Este tipo de encuadernación suelen tener tapas blandas.
- Encuadernación *cannel*: Tiene como características un perfil metálico en forma de “u” al cual se le ejerce presión por debajo. El perfil se coloca justo al lomo de las tapas de la pieza que se va a encuadernar.
- Encuadernación cosido *singer*: El cosido se diferencia al clásico ya que queda a la vista y se realiza por el medio de las hojas. Suele llevar tapas blandas.
- Encuadernación americana: Sobre una prensa, se colocan los bloques para poder realizar varios cortes en diagonal sobre el lomo. Sobre el lomo se colocan trozos de cordel sobre las hendiduras tratando de que estas lleguen hasta el fondo. Por último se adhiere la cubierta y se encolada nuevamente. Este tipo suele llevar tapas blandas.

Estos son algunos tipos de encuadernación que se pueden emplear en un libro y se consideran los más comunes.

Pero el libro no solo lo podemos encontrar de manera impresa, en físico, como comúnmente lo conocemos, sino también ya es posible tenerlo en un soporte digital donde, con ayuda del diseño adaptativo que se emplea para las páginas *web*, *tablets* y teléfonos móviles, permite adaptar la pieza editorial a las nuevas tecnologías. Este tipo de libro es conocido como libro electrónico o *e-book*, un nuevo soporte de lectura. Algunos de los nuevos soportes electrónicos son:

- Páginas *web*
- Celulares y *tablets*

- Computadoras de escritorio y portátiles
- *Kindle*
- *CD's* interactivos (aunque ya no son tan comunes)

Adaptándose de esta manera a las diferentes resoluciones de pantalla que exigen los nuevos formatos electrónicos, el libro continúa evolucionando y abriéndose paso ante las nuevas necesidades, brindándole así nuevos caminos por explorar y animándole a seguir reinventándose. Gracias a estos tipos de soportes electrónicos, a su nueva modalidad y capacidad de incluir también no solo texto sino imágenes, video y audio, lo vuelven un producto completamente multimedia llevándote a tener un nuevo tipo de experiencia, por ejemplo: jugar con una lectura no lineal en el contenido, haciéndola mas dinámica. Este tipo de características, permiten una nueva interactividad de manera diferente con el producto editorial y el lector.

El autor Haslam (2007) define al libro de la siguiente manera:

[...] recipiente portátil que consiste en una serie de páginas impresas y cosidas, y que conserva, anuncia, expone y transmite conocimientos a los lectores a través del tiempo y del espacio.  
(p. 9).

Estando de acuerdo con este pensamiento, y después de haber tenido un breve recorrido histórico y haber ampliado nuestro bagaje sobre algunas herramientas para diseñar correctamente, se procede a describir el producto editorial: libro.

### **Finalidades técnicas**

El diseño de este libro consta de 30 páginas y su formato es cuadrado. Sus dimensiones son de 20 cm x 20 cm. El tamaño elegido, permite un manejo seguro de la pieza y la posibilidad de que el producto editorial se pueda llevar cómodamente en la mano, en una mochila o bolso. El tipo de acabado que se emplea en este libro es de tapa blanda, con un laminado mate y una encuadernación singer que constará de un cosido central con costuras color cian. Este tipo de encuadernación, permite que el producto acompañe al dueño en todo momento sin miedo a

dañarle ya que, esta terminación de cosido brindar mayor resistencia, durabilidad y flexibilidad a la hora de manipular. El acabado en laminado mate para el exterior permite resaltar la publicación, esta cualidad contrasta de entre otras publicaciones de acabado brillante. El tipo de sustrato para interiores es un cuché estucado semi mate de 100 g. y para los exteriores se emplea una cartulina sulfatada de 250 g. El tipo de papel y espesor elegido para los interiores se debe a que el coche semi mate nos brinda una característica especial ya que al momento de la impresión, esta resalta de el fondo semi mate dándonos un brillo más intenso por la cualidad de ser un papel estucado, de esta manera no absorbe tanta tinta y reflejar mejor los colores brindando un contraste bueno que para la población de jóvenes que se ha elegido, donde un porcentaje de ellos tiene problemas visuales funciona como apoyo. El tipo y espesor de soporte empleado para la portada, nos brinda esta cualidad de flexibilidad pero con alta rigidez volviendo resistente al producto editorial. El tipo de impresión es offset digital para los interiores a color 4x4 y para los forros es de 4x0.

Para su maquetación se implementaron 2 columnas con un medianil entre cada columna de 1 cm. Esta toma de decisión se hizo porque con este número de columnas podemos distribuir los elementos de texto y seguir teniendo un buen tamaño de columna para una buena legibilidad y distribución de caracteres haciendo así una lectura más relajada y apetecible al ojo de la población seleccionada.

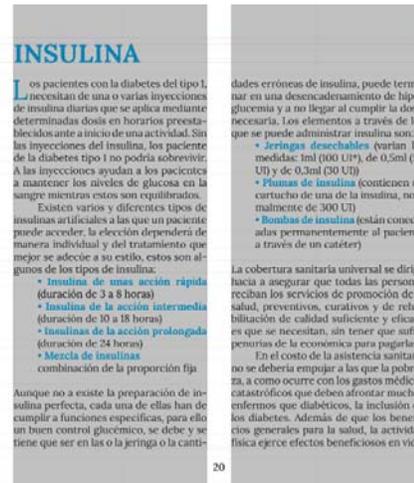
Se implementó una retícula modular compuesta por 4 cuadrículas horizontales y 4 verticales con un medianil entre cada cuadrícula de 1 cm, y con esta retícula nos ayuda a la guiar de manera equilibrada el acomodo de los elementos que conforman al texto principal como los gráficos. Este libro consta de 34 líneas a lo largo del formato donde la longitud de cada línea es de 5 a 7 caracteres con un tamaño de letra para el cuerpo de texto de 12 pt. con un interlineado de 2 pt. Se utiliza una tipografía llamada Lora la cual tiene la característica de ser un tipo moderna con serifas (*serif*), esta propiedad funciona con la población elegida ya que no nos remite al típico tipo de letra de nuestros libros de texto o novelas escolares y le da un aire más juvenil y relajado pero conservando las cualidades de un tipo con serifa (*serif*), además la legibilidad y la seriedad que estas tipografías proyectan. Tanto la retícula como la maquetación, se aplican de igual manera a todas las páginas del periódico (fig. 28).



Figura 28. Finalidades gráficas.

### Portada y contraportada.

La portada deberá portar el color amarillo: C: 10%, M: 0%, Y: 93%, K: 0%, rosa: C: 0%, M: 95%, Y: 22%, K: 0% y azul: C: 100%, M: 0%, Y: 0%, K: 0%, en diferentes aplicaciones. Los colores rosa y azul se identifican dentro de la publicación cuando se emplean en título de la obra el cual deberá ir de manera centrado y silueteado en color blanco. Debajo del título, se ubica el eslogan de la publicación en color rosa que también deberá ir silueteado en color blanco. En los lomos, tenemos aplicaciones de una pleca en color rosa, con un grosor de 1 cm x 6 cm y deberá colocarse justo por el medio del lomo, sobre la parte superior. Otra pleca con el mismo ancho de 1 cm x 14 cm, deberá colocarse inmediatamente de la pleca rosa, abarcando el resto de la parte inferior del lomo del libro. La finalidad de estas plecas ubicadas en el centro del lomo es para que cuando los libros se encuentran apilados o estén colocados en un librero, pueda resaltar y su ubicación se facilite mediante el color. El fondo es de color amarillo tanto para la portada como para la contraportada. El uso de este color se emplea como herramienta visual, tomando en cuenta que una de las características físicas que afectan a la población con diabetes tipo 1 se relaciona con la visión ya que a raíz de esta condición, la vista suele disminuir cada vez más con el paso del tiempo y un color brillante facilitará la ubicación del libro (fig. 29).



Sobre la contraportada, se colocará en la parte media inferior, un logotipo circular a color, seguido del ISBN y el código de barras (fig.30).



Figura 29. Portada.

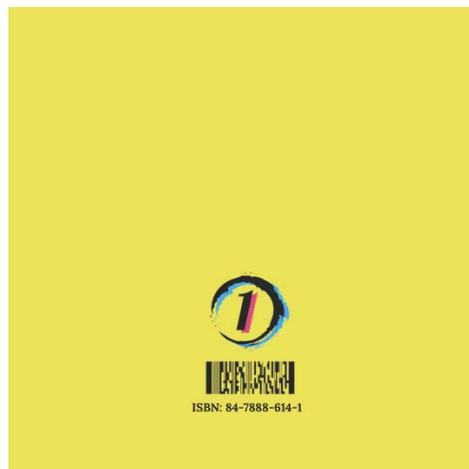


Figura 30. Contraportada.

## Tipografía

Para las finalidades de esta pieza sólo se empleó una tipografía con diferentes estilos (fig. 31).

- Lora: Esta tipografía se ha elegido gracias a las características que posee, es relajada y dinámica y tiene una apariencia juvenil. A pesar de las características mencionadas, funciona muy bien para las finalidades que se requiere emplear. Su cuerpo con serifas ayudan a la lectura y propician legibilidad y gracias a su apariencia, no se visualiza como un tipo monótono como el que la mayoría de los jóvenes está acostumbrado a ver en los libros de texto, no obstante, aun refleja seriedad sin hacer tan denso el texto. La cualidad de que tenga una familia extensa de estilos tipográficos, proporciona las suficientes variedades que se pueden necesitar para jerarquizar en un texto.

# LORA

Figura 31. Tipografía Lora.

## Títulos, capitulares y destacados

Los títulos de cada sección se jerarquizan por el siguiente tamaño: Tipografía Lora de 30 pt. con estilo en negrita (*bold*), estos deben ir colocados en la parte superior de la página donde los brazos de las letras toquen la caja de texto y llevarán color, puede ser rosa: C: 0%, M: 95%, Y: 22%, K: 0% ó azul: C: 100%, M: 0%, Y: 0%, K: 0%, este color estará determinado por el título de sección al que corresponde previamente determinado en el índice. Los títulos deberán ir separados de el cuerpo de texto por un espacio equivalente a una línea de texto.

Cada inicio de cuerpo de texto, deberá abrir con una letra capitular que utilizará dos líneas de texto, tendrán el mismo tipo de letra del cuerpo de texto y llevaran color, este esta determinado por el color del título de sección ya sea rosa o azul, el hecho de que cada pagina deberá abrir con una capitular es para ayudará a que el texto no se sienta tan abrumador y se empleará como ornamento visual dentro de la composición.

Los destacados enfatizan información que es importante, por ello se encuentran dentro de el texto, se emplean con el mismo tamaño del que tiene el cuerpo de texto pero con un estilo tipográfico diferente: Tipografía Lora de 12 pt. con un interlineado de 2 pt. y un estilo en negrita (*bold*) a demás para hacerlos más visibles, se implementa el uso de color el cuál estará determinado por el color del nombre de la sección en el que se encuentre ya sea en color rosa o azul. Cada destacados deberá abrir con una viñeta tipo punto (•), (fig. 32).

### DIAGNÓSTICO

El diagnóstico se ha basa en varios criterios de muestras de la sangre, estas ayudan a medir a las concentración de la glucosa dentro la sangre mediante algunas pruebas inmediatas y de laboratorio, donde ya se sabe que existen varios exámenes que ayudarán al diagnóstico correcto de la diabetes, entre muchas otras.

• La prueba de la hemoglobina glucosilada (HbA1c), funciona como prueba para diagnóstico y en la diferencia de las otras personas que no la necesitan, esta a prueba, puede realizarse sin ayuno y deberá llevarse a cabo o hasta el final

En un laboratorio que se aplique el método que es certificado y estandarizado sobre el ensayo del control y la complicaciones de la diabetes. Los criterios emitidos por la Organización Mundial de la Salud, sirven como guía para un correcto y oportuno diagnóstico. Si el paciente cumple con uno o más ya de los siguientes rangos en las pruebas, podrá ser digno. Una de las pruebas de sangre debe ser en ayuno con un mínimo de 8 horas, otra prueba se realizará después de dos horas de si. Una valoración oportuna de la diabetes en conjunto de un buen con-

trol y tratamiento, pueden llegar a disminuir las complicaciones considerablemente ha incluso puede llegar a retrasar o prevenirlas completamente. Hasta este momento no existe una cura hasta estos momento de toda muestra general y a vida.

Hay una serie de intervenciones que costoeficaces para los pacientes diabéticos que se pueden mejorar a su estado de salud, independientemente del tipo de la diabetes que padezcan. Estas comprenden el control de las glucemia mediante una del combinación de régimen alimentarios, actividad física y, si es necesario, tratamiento farmacológico; a mucho hay el control de la presión arterial y la lipídemia para reducir el riesgo cardiovascular y otras complicaciones; y la vigilancia.

Periódica es para detectar cualquier lesión de los ojos, los riñones o los pies y facilitar en el tratamiento temprano. La atención integral de la diabetes se puede mejorar mediante el uso de directrices y protocolos que clínicos. Las medidas orientadas a mejorar las capacidad de diagnóstico y tratamiento. La diabetes es una enfermedad es crónica progresiva ha que se caracteriza por las elevaciones de las concentraciones de glucosa en la sangre, las alteraciones de la vista y el cansancio.

14

Figura 32. Títulos, capitulares y destacados.

## Diseño de páginas y cuerpo de texto

Para el diseño de las páginas de interiores se utilizó una retícula modulada a dos columnas, la finalidad de utilizar dos columnas es para poder tener mayor cantidad de información, pero distribuirla sin que se sienta tan pesada y la información pueda correr de manera que sea atractiva para el lector. El cuerpo de texto tiene una tipografía Lora y un tamaño de 12 pt. con un interlineado de 2 pt., con un estilo regular. Tiene una alineación justificada a la izquierda. El color del cuerpo de texto siempre va en color negro: C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 100%.

## Índice

El diseño de el índice no cuenta con una retícula como tal, se basa en una composición a través de un elemento oblicuo, esto le da movimiento y se mantiene equilibrado. Dentro de esta composición, encontraremos el índice del contenido de nuestra pieza, estos títulos tienen un color que se emplea como un elemento jerárquico visual ya que el color determina a que parte de la información se está accediendo. El color rosa determina los datos de manera general y el color azul determina los datos que se dirigen exclusivamente a la diabetes tipo 1. Los títulos principales tienen una tipografía Lora y un tamaño de 14 pt., esta característica permite diferenciarlos de los subtítulos que cuentan con un tamaño de 11 pt. Las líneas y el título de índice están en color rojo: C: 0%, M: 93%, Y: 86%, K: 0%, (fig. 33).

ÍNDICE	
9 • PRÓLOGO	22 • AUTOMONITOREO Medidores de glucosa
10 • INTRODUCCIÓN Estadísticas y gastos	24 • ACTIVIDAD FÍSICA Los carbohidratos La insulina y la actividad física
12 • DEFINICIÓN	26 • ALIMENTACIÓN Pirámide de la alimentación
14 • DIAGNÓSTICO	28 • ¿DÓNDE APLICAR LA INSULINA?
16 • DIABETES MELLITUS TIPO 1 Síntomas	29 • DAÑOS EN EL CUERPO
18 • HIPOGLUCEMIA Síntomas ¿Cómo tratar una hipoglucemia?	
20 • INSULINA Tipos de insulina Elementos de administración Su temperatura	

Figura 33. Índice.

## Imágenes

El tipo de imágenes que se empleó para esta publicación fueron infografías, esta elección fue debido a las características que maneja ya que a través de ellas, se puede comunicar mensajes complejos apoyados del color, la tipografía, íconos y pictogramas. Su esquema jerarquiza y muestra conceptos e información que normalmente no se logra ver, resultando así una manera más visible para la información (fig. 34).



Figura 34. Infografías.

## Color

Durante los estudios de la especialidad, se reconoce que la selección de colores es una de las decisiones más importantes. Hay que tomar en cuenta los efectos de los colores en el comportamiento humano a través de la psicología, con ella sabremos cómo es que impacta el color en nuestro público sin dejar de lado la intención que tiene la pieza y quiere reflejar. Para el producto editorial, se eligieron los colores como: el azul: C: 100%, M: 0%, Y: 0%, K: 0%, el rosa: C: 0%, M: 95%, Y: 22%, K: 0% y el amarillo: C: 10%, M: 0%, Y: 93%, K: 0%. Estos colores concuerdan con las intenciones de el libro (fig. 35).



Figura 34. Color.

El azul es uno de los colores favoritos a elegir por la gente y es un color que se encuentra dentro del círculo cromático de los fríos. A este color se les suelen atribuir características de carácter simbólico y cualidades positivas. Siempre se le asocia con el cielo, por lo que tiende a representar lo divino, lo eterno y la inmensidad. En este color podemos encontrar cualidades positivas ejemplo que refleja simpatía confianza, armonía, amistad tranquilidad y seguridad. Como ya se explicó anteriormente, también es el color que la ONU destino y aprobó representado en un círculo azul como símbolo mundial de la diabetes gracias a sus cualidades distintivas por lo que representa y lo que hace sentir. Gracias a la empatía que este color tiene con las personas de la población elegida es por lo que ha sido elegido, no obstante, lo que representa también funciona y apoya la identidad de lo que se quiere transmitir con la pieza por eso se emplea en la mayoría del contenido y se utiliza no solo para resaltar sino para identificar y generar una empatía con nuestro lector (Heller, 2004).

El color rosa, al igual que el azul, es un color asociado con pensamientos y motivos positivos. Este color nos lleva a experimentar emociones ya que estimular a nivel psicológico nuestro cerebro, por ejemplo: este color nos puede remitir a la infancia, a lo dulce y llegar a hasta poder saborearlo. Refleja juventud y sentimientos o pensamientos positivos porque se relaciona comúnmente con el amor, la sensibilidad y sentimentalidad. Es un color que pertenece a los cálidos dentro del círculo cromático. Otra de las características por la cual se eligió es porque se puede adaptar fácilmente sin perder sus cualidades, en combinación con un color frío puede denotar varias de sus características así como las del color con el que se combina. De este modo en combinación con el color azul, creamos un equilibrio entre un color frío y un color cálido, favoreciendo la armonía visual, emocional y psicológica, sin que ninguno compita más que el otro (Heller, 2004).

El amarillo es uno de los colores más luminosos, al igual que el azul y el rojo, es uno de los tres colores primarios y el más claro dentro de los colores vivos. Este color también está cargado de simbolismo, por ejemplo: se relaciona con el sol, la luz, el oro y el dinero, es por eso que se llega a emplear como un color de atracción. Otro ejemplo es que se dice que es el color de los optimistas ya que se vincula directamente con el ánimo. También es referente como el color de la luz, la iluminación mental y la claridad dándole un símbolo de inteligencia y superioridad. Este color deslumbra, pareciera hasta que sonrío y al ser un color cálido, envuelve la característica de la amabilidad. Otras de las cualidades que tiene, es que se considera un color divertido y dinámico, con mucho movimiento y a su vez tiende a parecer ligero. El amarillo cuando tiende a acentuar su levedad cuando se le combina con el color rosa y el blanco, esto se debe a que estos se encuentran dentro de los mismos acordes cromáticos. Con estas características a pesar de que el color es muy llamativo, podemos reflejar la intensidad y el dinamismo que buscamos; como este producto está dirigido a jóvenes, es importante tener un color que pueda llamar su atención, de manera visual e inmediata, transmitiendo a través de los colores un mensaje positivo y de optimismo. (Heller, 2004).

### **Requerimientos técnicos**

Dentro de los requerimientos técnicos, se trabaja con ciertas características que deben tener los archivos que contengan fotografía e infografía, sus criterios son los siguientes:

- Modo de color para diseño impreso: CMYK, tamaño 300 dpi.
- Modo de color para diseño digital: RGB, tamaño 72 dpi.

Estos requerimientos se solicitan de esta manera para poder tener una buena calidad en los gráficos empleados y evitar algún error a la hora de la impresión de el producto editorial.

## Cotización

La cotización esta sujeta a cambios relacionados con el número de ejemplares a realizar y fechas aquí sugeridas. Adjunto en anexos la cotización del proveedor con relación a impresión y acabados.

Libro	
Costos de impresión y acabados por 1 pieza	\$ 1,090.00
Costo de diseño con duración de 3 meses	\$ 6,400.00
Subtotal	\$ 7,490.00
Total con IVA	\$ 8,688.40

Costo de impresión y acabados: Libro	
Sin IVA	\$ 852.23
Con IVA	\$ 988.59
Con remanente	\$ 1,087.45

## Conclusión

Gracias a lo aprendido a lo largo de la especialidad y a cada uno de los maestros que nos guiaron, puedo constatar la importancia que tiene estudio de la editorial ya que a través de las herramientas adquiridas, con responsabilidad y consciencia, podremos diseñar productos eficientes y trascendentes, con contenido funcional donde la mancha tipográfica, el uso de los espacios blancos y la imagen en conjunto, se logra un estímulo en los sentidos, donde a través de la sinapsis, generamos un aprendizaje significativo, creando un producto multimediático.

## **Bibliografía**

Acaso, M. (2009). *El lenguaje visual*. España: Ed. Paidós Ibérica S. A.

Ambrose, G. & Harris P. (2009). *Fundamentos de la Tipografía*. España: Ed. Parramón

Caldwell, C. & Zappaterra, Y. (2014). *Diseño Editorial. Periódico y revista/ Medios impresos y digitales*. España: Ed. Gustavo Gili, SL.

Delavenay, E. (1974). *Por el libro*. Francia: Ed. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Dondis, D. A. (1976). *La sintaxis de la imagen*. México: Ed. Santillana.

Haslam, A. (2007). *Creación, diseño y producción de libros*. España: Art Blume, S. L.

Heller, E. (2004). *Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. España: Ed. Gustavo Gil

Hollis, R. (2000). *El Diseño Gráfico*. España: Ed. Destino.

Iñigo, Dehud, L. S., Makhoulf Akl, A. (2014). *Diseño Editorial*. México: Ed. Universidad Autónoma del Estado de Morelos.

Kane, J. (2012). *Manual de tipografía*. España: Ed. Gustavo Gili, SL.

Meggs, F. P & Purvis A. W. (2009). *Historia del diseño gráfico*. España: Ed. RM Verlag

Satué, E. (2004). *El diseño gráfico, desde los orígenes hasta nuestros tiempos*. España: Ed. Alianza.

## Referencias de la web

Centro de Integración Juvenil, A.C. *El diagnóstico del contexto socio-demográfico del área de influencia del cij Cuernavaca*. (s/f). Recuperado de [http://www.cij.gob.mx/ebco2018-2024/9020/CSD/9020\\_CS\\_Dx.PDF](http://www.cij.gob.mx/ebco2018-2024/9020/CSD/9020_CS_Dx.PDF)

Encuesta Nacional de Salud y Nutrición. (2018). *Presentación de resultados*. Recuperado de [https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanut2018/doctos/informes/ensanut\\_2018\\_presentacion\\_resultados.pdf](https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanut2018/doctos/informes/ensanut_2018_presentacion_resultados.pdf)

Federación Internacional de Diabetes [FID]. (2019). *Atlas de la diabetes*. Recuperado de <https://www.diabetesatlas.org/es/resources/>

Federación Mexicana de Diabetes, A.C. (2014). *Diabetes en México*. Recuperado de <http://fmdiabetes.org/diabetes-en-mexico/>

International Diabetes Federation [IDF]. *Diabetes Facts & figures*. (2020). Recuperado de <https://www.idf.org/aboutdiabetes/what-is-diabetes/facts-figures.html>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2015). *Número de habitantes*. Recuperado de <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/mor/poblacion/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2015). *Población*. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/temas/estructura/>

Organización Mundial de la Salud [OMS]. (s /f). *Desarrollo en la adolescencia*. Recuperado de [https://www.who.int/maternal\\_child\\_adolescent/topics/adolescence/dev/es/](https://www.who.int/maternal_child_adolescent/topics/adolescence/dev/es/)

Planeta de libros. (2019). *Temáticas*. Recuperado de <https://www.planetadelibros.com.mx/libros>

Real Academia Española [RAE]. (2019). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de: <https://dle.rae.es/?id=DuKP0H9>

Soberanes, C. (2019) Destacan Impacto por menores en diabetes tipo 1. Recuperado de <https://www.diariodemorelos.com/noticias/destacan-impacto-en-menores-por-diabetes-tipo-i>

The Medieval Miniaturæ Compendium, DGSCA/UNAM. (1997-1999). *Del rollo al códice miniado*. Recuperado de <https://iconio.com/ABCD/A/pdf/libros.pdf>

## Anexos

Hoy en día es muy común ver por ahí en la calle, en la escuela, en casa, en el transporte, en los medios de comunicación, prácticamente en todas partes, imágenes o símbolos con textos plasmados sobre algún tipo de soporte o en diferentes formatos como: espectaculares, volantes, carteles, revistas, periódicos, los libros, entre otros.

Mucho de lo que vemos llaman nuestra atención instantáneamente debido a su composición, pero deberíamos cuestionarnos: ¿quién los crea?, ¿para qué sirven?, ¿cómo lograron captar mi atención?, estas y muchas más preguntas pueden ser contestadas mediante un análisis visual que, con las herramientas de conocimiento adecuadas, seremos capaces de identificar los componentes denotativos y connotativos que mediante un buen diseño, éstos pueden ser muy poderosos.

Pero el diseño gráfico viene aplicándose desde hace ya varios siglos y ha ido evolucionando su forma de elaborarse de acuerdo a la época en que se vive, hoy gracias a las nuevas tecnologías se tiene a la mano más fácilmente y casi todos pueden hacer uso de ello pero, la realidad es que no solo se trata de saber manejar un *software* de manera ejemplar, no solo es acomodar fotografías e imágenes con un tipo de letra extravagante, teniendo como fondo un color chillante y llamativo, hacerlo lo más grande que se pueda y resaltarlo con “dibujitos”, no solo es lograr crear algo “bonito”, esto va más allá de estas banales y simples características ya que, de tras de estos trabajos, debería haber una justificación con una buena metodología e investigación y debió también haberse seguido una serie de pasos para poder cumplir su real y verdadero propósito, tal y como es necesaria una alfabetización en letras para poder comprender mensajes así como poder tener la capacidad de generarlos, también es importante una alfabetización visual, estos elementos deberían ir de la mano de lo contrario, la comunicación se puede volver confusa, incomprensible o simplemente inexistente.

El término diseño esta definido según la Real Academia Española (R.A.E.) como: “concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie. Diseño gráfico, de modas, industrial”. El diseño se encuentra y existe en todo lo que nos rodea por lo que se desarrollan

diversos tipos de este por ejemplo: la ropa que vestimos diario, en el trabajo, colegio, institución o cualquiera lugar que acudamos, es desarrollada por el diseño de modas. Los espacios públicos y de vivienda son abarcados por el diseño arquitectónico o diseño de interiores, entre otros. La necesidad de emplear herramientas para facilitar nuestra existencia y satisfacer necesidades biológicas como comer y otras, las creación de estas, las hace posible el diseño industrial. La premura del ser humano por la expresión, deriva en la producción de símbolos, imágenes o letras que en conjunción crean elementos para diferentes fines que son necesarios para el entorno en que se vive tales como carteles con símbolos de advertencia o señalamientos, diferentes medios de comunicación impresos como revistas, periódicos, libros, cuyos contenidos son varios y cada uno brinda mensajes diferentes, estos y muchos más, son realizados por el diseño gráfico. Enfoquémonos en este último, el diseño grafico, Hollis (2000) lo define como:

El diseño gráfico puede consistir en signos, como las letras del alfabeto, o formar parte de un sistema mayor, como las señales de tráfico. Cuando se juntan, los elementos gráficos -las líneas de un dibujo o los puntos de una fotografía- forman imágenes. El diseño gráfico es el arte de concebir proyectos de expresión visual (p. 7).

Lo cual refuerza que el ser humano es meramente un ser expresivo y que viene siendo desde hace millones de años atrás.

## **Entrevistas**

Se realizaron dos entrevistas como estudio de caso. El propósito es recabar información relevante para el contenido y diseño de los productos editoriales, el acercamiento se hizo a dos jóvenes (mujer de 16 años y joven hombre de 20 años) quienes brindan su opinión personal sobre las características que debería tener cada uno de los productos editoriales: libro, revista y periódico.

Primer caso de estudio:

Población: joven.

Edad: 16 años.

Género: mujer.

Nivel escolar/cultural: joven estudiante de preparatoria privada.

Nivel socioeconómico: Clase: C (Nivel basado en la NSE “Niveles Socio Económicos”).

Ubicación geográfica: Cuernavaca, Morelos.

Intereses generales: música, *reality shows*, mascotas, redes sociales, belleza y moda.

Segundo caso de estudio:

Población: joven.

Edad: 20 años.

Género: hombre.

Nivel escolar/cultural: joven estudiante de universidad privada.

Nivel socioeconómico: Clase: C+ (Nivel basado en la NSE “Niveles Socio Económicos”).

Ubicación geográfica: Cuernavaca, Morelos.

Intereses generales: *Fitness*, música, automovilismo, deportes, videojuegos, redes sociales

### **Colores de interés e intereses generales**

## **Opiniones sobre productos editoriales**

Las siguientes opiniones y perspectivas de cada uno de los jóvenes se encuentran englobadas y se retoma lo más relevante de cada uno, de esta manera podremos aplicar el conocimiento recabado a cada uno de los productos editoriales a realizar: revista, libro y periódico.

### **Libro**

Sobre la paleta de colores, sugieren algunos colores similares, donde la mezcla entre colores cálidos y fríos podría ser una solución. Estos pueden ser aplicados a la portada o para darles algún uso en el interior.

Para los tipos de letras, sugieren el uso de un tamaño que no sea muy pequeño, que sea legible y que con el cual no sea tediosa o cansada la lectura, de esta manera no perderán el interés y podrían finalizar con gusto el contenido.

Sobre el contenido planteado (Diabetes Mellitus Tipo 1) y el uso de la información, consideran que la manera de abordarlo es importante para poder entenderlo realmente emplearlo

adecuadamente. No debe ser repetitivo y el uso de la información deberá ser utilizada a manera de refuerzo ya que es información conocida debido a que el público meta son jóvenes con diabetes tipo 1 y son personas informadas, es por eso que el diseño deberá ser dinámico para que no llegue a ser aburrido, redundante o tedioso. Agregar varios elementos visuales y no solo texto enriquecerían mucho más la experiencia y lo haría más atractivo.

El formato sugerido es rectangular con una medida de 14x17 cm, tiene un buen tamaño, suficientemente compacto, y considerando el fin práctico de la pieza final, sería de gran eficiencia dicha dimensión.

Los acabados para el forro de el libro, deberá ser grueso previendo que no sufra daños o maltrato considerable si se decide llevar en una mochila o de viaje.

Sus hábitos de lectura, son diferentes entre uno y otro. La joven mujer comentó que lee un libro por lo menos cada 6 meses y el joven hombre comentó que por lo menos una vez al mes termina un libro de su interés.

La difusión y distribución, sugieren que el libro pueda ser adquirido a bajo costo para que de esta manera pueda llegar a quien realmente lo necesita, ya sea como apoyo didáctico o informativo; para el público meta para el que se diseñó o para quien lo quiera leer aun sin ser paciente con esta condición. Sugieren que sería bueno poder visualizarlo en alguna red social o en alguna página de internet, esto ayudaría mucho a su buena difusión.

## **Revista**

Sobre la paleta de colores, sugieren una variación y combinación entre tonos fríos y cálidos previamente mencionados; la función de esta elección es especificar secciones y temas de interés. Esta selección funcionan gracias a que el público meta no esta enfocado hacia un solo género sexual.

En cuanto a los tipos de letras, se hizo énfasis que las fuentes y tamaños estuvieran bien delimitadas, y utilizadas para poder identificar claramente entre cada tema o información, de

esta manera no se generaría confusión o caos visual a la hora de la lectura. El uso debe ser dinámico, no sobresaturado, fácil de leer y que funcione con lo que se quiere representar.

En relación al contenido, sugieren temas de interés con información novedosa y contemporánea. Los textos deben ser entendibles y no muy largos para evitar saturar visualmente las páginas. Sobre el uso de imágenes, emplear infografías u otro tipo de gráficos puede ser una opción.

El formato sería rectangular, en tamaño carta. Consideran que esa dimensión es amigable y cómodo ya que es el formato que suelen ver más en puestos y tiendas de revistas.

Los acabados tienen especial relevancia en la portada ya que se considera la cara de la revista. Sugieren también considerar que los ejemplares puedan ser coleccionables así mismo eso ayuda a determinar si se llevaría a cabo la compra o se pasa desapercibida.

Los hábitos de lectura son variados, la joven mujer comentó que la frecuencia de lectura y adquisición es de por lo menos un ejemplar cada dos a tres meses; el joven comentó que su hábito de lectura y adquisición de revistas es de por lo menos una vez al mes.

En cuanto a la difusión, el producto puede ser ubicado en cualquier lugar como: cafeterías, salas de espera, estaciones de autobuses, universidades y preparatorias, librerías o bibliotecas, plazas comerciales, al alcance de todos. Proponen que los ejemplares se distribuyan de manera gratuita. También indicaron que les gustaría tener acceso a una versión electrónica y que el contenido se pueda leer o tener acceso a la información a través de alguna página de internet, pero sobre todo sería mucho mejor por alguna red social como *Facebook* o *Instagram*.

## **Periódico**

Les gustaría ver un periódico a color, con tipo de letras suficientemente legibles, no tan pequeñas como suelen ser en los diarios convencionales, buscan que no les genere problema para la lectura o comprensión de la información.

En cuanto a la información, piensan que es importante que no se visualice como algo difícil de leer o aburrido, sugieren que se trabaje de manera dinámica, evitar abarrotar el periódico con contenido y emplear el uso de imágenes o infografías con la misma relevancia que los textos. Sobre la composición refieren no utilizar tantas columnas para que su lectura sea más fácil y ligera de entender.

El formato sería rectangular, con un tamaño a doble carta sobre todo porque no es un formato tan grande y puede funcionar.

Los acabados no tiene mucha relevancia, el tipo de papel que identifica a un diario es el que consideraron adecuado pero, si se utilizan otro tipo de papel para ellos no es de gran importancia.

Sus hábitos de lectura, son de leer un periódico cada seis mese o más debido a que no es un producto editorial de gran interés para ellos.

Sobre la difusión, la idea de los espacios es muy similar a la de la revista (cafeterías, salas de espera, universidades, preparatorias, estaciones de autobuses, librerías, bibliotecas, plazas comerciales, etc.). Consideran también que para que puedan tener un acercamiento al producto, debería ser adquirido de manera gratuita y ubicarse en lugares públicos de fácil acceso.

## Cotizaciones



Número de Presupuesto:  
#14597

CDMX, a 28 de mayo del 2020

Lic. Reina Hernández  
PRESENTE

A través de este medio, envío el presupuesto solicitado.

Descripción	Cantidad
Revistas grapadas	8 pzas.
<p>- CARACTERÍSTICAS: Total páginas : 24</p> <p>- CARACTERÍSTICAS GENERALES: Tamaño : 21.59x27.94 (Carta) Muestra Previa : No</p> <p>- PORTADA: Tintas Portada : 4+4 (Color 2 caras) Plastificado portada : Brillo</p> <p>- PAPEL PORTADA: Categoría : Estucado Familia : Brillo Gramaje : 250 gr.</p> <p>- INTERIOR: Tintas Interior : 4+4 (Color CMYK dos caras)</p> <p>- PAPEL INTERIOR: Categoría : Estucado Familia : Brillo Gramaje : 100 gr.</p> <p>- ACABADOS: Encuadernación : Grapado estándar Retractilado : No Barniz UVI brillo : No Stamping : No Golpe Seco : No</p>	
Precio unitario de producto(s):	\$407.50
Impuestos (IVA):	\$499.65
Total pedido:	\$3,260.02

### ATENTAMENTE

Lic. Jorge Mauricio Quiñones Cruz  
DIRECCIÓN CREATIVA

Los precios mencionados en la cotización incluye IVA. Se requiere un 50% de anticipo para comenzar y se liquidará el segundo 50% contra entrega del servicio. La fecha de entrega será de 4 a 6 días hábiles dependiendo de la carga de trabajo. Una vez liquidado el 50% de anticipo, se solicitarán los archivos que deberán ser enviados con las características necesarias para el servicio requerido.

Contacto:

rema.maw@gmail.com

Cel.: 55 76 94 90 84



Número de Presupuesto:  
#14598

CDMX, a 28 de mayo del 2020

Lic. Reina Hernández  
PRESENTE

A través de este medio, envío el presupuesto solicitado.

Descripción	Cantidad
Revistas sin Portada	8 pzas.
<b>- CARACTERÍSTICAS:</b> Total páginas : 8	
<b>- CARACTERÍSTICAS GENERALES:</b> Tamaño : 27.94x43.18 (Tabloide)	
Muestra Previa : No	
Tintas impresión : 4+4 Color a dos caras (Color CMYK dos caras)	
<b>- PAPEL BOND:</b> Categoría : Offset	
Familia : Standard	
Gramaje : 90 gr.	
<b>- ACABADOS:</b> Encuadernación : Plegado con doblez	
Retractilado : No	
Barniz UVI brillo : No	
Stamping : No	
Golpe Seco : No	

Precio unitario de producto(s):	\$270.70
Impuestos (IVA):	\$298.70
Total pedido:	\$2,165.63

**ATENTAMENTE**

Lic. Jorge Mauricio Quiñones Cruz  
DIRECCIÓN CREATIVA

Los precios mencionados en la cotización incluye IVA. Se requiere un 50% de anticipo para comenzar y se liquidará el segundo 50% contra entrega del servicio. La fecha de entrega será de 4 a 6 días hábiles dependiendo de la carga de trabajo. Una vez liquidado el 50% de anticipo, se solicitarán los archivos que deberán ser enviados con las características necesarias para el servicio requerido.

Contacto:

rema.maw@gmail.com

Cel.: 55 76 94 90 84



Número de Presupuesto:  
#14595

CDMX, a 28 de mayo del 2020

Lic. Reina Hernández  
PRESENTE

A través de este medio, envío el presupuesto solicitado.

Descripción	Cantidad
Libreta cosida con hilo	8 pzas.
<b>- CARACTERÍSTICAS:</b> Total páginas : 32	
<b>- CARACTERÍSTICAS GENERALES:</b> Tamaño : 20x20 Muestra Previa : No	
<b>- PORTADA:</b> Tintas Portada : 4+0 (Color 1 cara) Plastificado portada : Mate Color del hilo : Azul claro	
<b>- PAPEL PORTADA:</b> Categoría : Estucado Familia : Mate Gramaje : 250 gr.	
<b>- INTERIOR:</b> Tintas Interior : 4+4 (Color CMYK dos caras)	
<b>- PAPEL INTERIOR:</b> Categoría : Offset Ahuesado Familia : Standard Gramaje : 90 gr.	
<b>- ACABADOS FLYER DESPLEG. Y TARJETERÍA:</b> Retractilado : No Barniz UVI : No Stamping 1 cara : No Golpe en Seco : No Cantos Redondos : No	
Precio unitario de producto(s):	\$852.23
Impuestos (IVA):	\$940.37
Total pedido:	\$6,817.84

**ATENTAMENTE**

Lic. Jorge Mauricio Quiñones Cruz  
DIRECCIÓN CREATIVA

Los precios mencionados en la cotización incluye IVA. Se requiere un 50% de anticipo para comenzar y se liquidará el segundo 50% contra entrega del servicio. La fecha de entrega será de 4 a 6 días hábiles dependiendo de la carga de trabajo. Una vez liquidado el 50% de anticipo, se solicitarán los archivos que deberán ser enviados con las características necesarias para el servicio requerido.

Contacto:

rema.maw@gmail.com

Cel.: 55 76 94 90 84

Cuernavaca, Morelos a 15 de octubre de 2021.

**DRA. LORENA NOYOLA PIÑA**  
DIRECTORA DE LA FACULTAD DE DISEÑO  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS  
P R E S E N T E

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina: **LA IMAGEN COMO PRODUCTO EDITORIAL** que presenta la alumna:

**REINA XOCHITL HERNÁNDEZ LÓPEZ**

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

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

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

Atentamente

**Por una humanidad culta.**  
*Una universidad de excelencia*



**Mtro. Héctor Cuauhtémoc Ponce de León Méndez**



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

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

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

### Sello electrónico

**HECTOR CUAUHTEMOC PONCE DE LEON MENDEZ | Fecha:2021-10-15 07:54:03 | Firmante**

r4EA7F+g3WMWTPnXfULPa/oWDCxIS53+JhGiUtkxbLxxriy4WMY2M+/bx388pUwa7QhFZkN5FBqCiLIZX/tGHmhVF5Bh5GhcQdcsGLjINsbCSaCINhSbipPYvK95lxN+x4og/YOWGPab3Z9H8yCwQaTp8aMj1lytuon1u5+doadOO/XGf276tSQn7GOZk/PQliAum7yLyqqTivMFEoRGJ8r/Clr/fNXmKrcfXhiuCnFOf/ls5C2qwRfEhgmxcSaxZT0yWhQzXGPG/D6Oze+NKEQs0AfQgUxtEeiCw8VctG1fh/cd7TLhDa3mWa3J6jl9P4IEO/7E+eE1WvU/dqQEA==

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



[RyiOPoAqL](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/igFZOo8GMIs7DsA76ZLepwvxdqQldxVV>



Cuernavaca, Morelos a 25 de octubre de 2021.

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

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina: **LA IMAGEN COMO PRODUCTO EDITORIAL**

que presenta el(la) alumno(a):

**REINA XOCHITL HERNÁNDEZ LÓPEZ**

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

Lo anterior con base en el excelente resultado de la tesis y desarrollo de los productos que presenta para la obtención del grado, además de su trayectoria como estudiante durante el transcurso de los estudios del posgrado. El trabajo cumple a cabalidad con los propósitos curriculares del Plan de Estudios.

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

Atentamente  
***Por una humanidad culta.***  
*Una universidad de excelencia*



**Dra. Lorena Noyola Piña**



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

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

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

### Sello electrónico

**LORENA NOYOLA PIÑA | Fecha:2021-10-25 19:41:00 | Firmante**

XTj351TjsnAM0KY6iskiQeAEMtVUmJo9sNyWFTseTa4SYzH5ABOoKQFVuOBS7zxf2xi3WLtRY0CVKXcj2mqeVD1/q3tGr6NijyKMSUAr+bhKEXIWdffJHrYYygTwkgUFEh8SyQ  
QOpvWYUaPSeDoqYXHHfI08ekmWnyaP3lY/wx8tfviGKWLcSDQrIBtNC9FTfLbuXZ5dlw1fIWWRI8/kwQG+643WTFHcBSFpRVJw/q8KhO4iN6hAmUimWOw3p1vrty+1cnJMvK2  
LidxpACqiojy0sj4EbJEhjcKAFmK8GeySvOrT8MLdFtPY7X6CoMNdIHSH1b0RKHnSCE29jXZ0ZA==

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



[XavYw0MP4](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/pFC7CPI9chJxJfjPxzmTfAK6YK1pIEU4>



Cuernavaca, Morelos a 18 de octubre de 2021.

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

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina: **LA IMAGEN  
COMO PRODUCTO EDITORIAL**

que presenta la alumna:

**REINA XOCHITL HERNÁNDEZ LÓPEZ**

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

Lo anterior con base en que tanto el proyecto como la tesina reflejan un manejo adecuado de los conceptos adquiridos a la largo del posgrado y cumple con todos los puntos establecidos en los lineamientos de titulación de la Especialidad en Diseño de Editorial.

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

Atentamente

***Por una humanidad culta.***

*Una universidad de excelencia*



**Dr. Fernando Garcés Poó**



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

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

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

### Sello electrónico

**FERNANDO GARCES POO** | Fecha:2021-10-19 19:11:12 | Firmante

FDZG2SFbaw4XOc3k7lw6mGNjfmUjJFvWAX+ZaINwDIEgAyytjcxMoiHFPx9sB7RIVv1Ancj70ClgwSnJ9aaelV1yLbLdY+WPuByqdxHEGqFYCD6+QGzjOk0eBSDIOZpGgVelm6hLwWy2mvcO9mj5prvYhNes+4+Ji0sSmDLJNpRcUzZ3H1to43hsfeMeE0SkqZv7L/YVJ7Vld8d2JzMCXkrKW6nNyCMBjrc+BHbfol1DNeQu7lcWPoLPg1aOgBwtDEBqn2HsCfjEBWBS1Edv0wVcQqtj/EUmMAV1yUiQlfHKKY7+u2TN+h/1LoiUcGmPix0VnDcgx4b1ZOZI/bCg==

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



[gAT8FNU4D](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/3WshLr9J62qjGGqf3S2AvDgYlp1GAwWU>



Cuernavaca, Morelos a 18 de octubre de 2021

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

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina:

**LA IMAGEN COMO PRODUCTO EDITORIAL**

que presenta el(la) alumno(a):

**REINA XOCHITL HERNÁNDEZ LÓPEZ**

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

Lo anterior con base en:

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

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

Atentamente  
***Por una humanidad culta.***  
*Una universidad de excelencia*

**DRA. LAURA SILVIA IÑIGO DEHUD**



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

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

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

### Sello electrónico

**LAURA SILVIA ÑIGO DEHUD | Fecha:2021-10-18 09:29:52 | Firmante**

nFgTbieXVCdX3a1EGuB2vP0GmZKzO2J+CvmfKkWxleZ7BNn5Qze4lb5WLNrz9uGugCWS7YMFVILan2GyclMHzYEguN2BTDbmh23LMm58xEPXRuOfpfSWyxbDB47XdWfkwj7BgtNxfTFFFuTuVRY8W+Vfl4CV6gw/WmWLBp1qTJcp32Ayo5OW+cxN18j1TEV7tBMv/Svj9j0K0VACrg53brjxnc+hhT/RXnsZCvvU+iZ4M2X56xeQScGcaPkmnuMeM9G7JPPFws0llr3A3UFcwYXuiGpM/7c5xHP+znizge7BIDgNAI/8JQJikvGThzU57z22tBv85GMEiljuIP7A==

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



[0hlyOGnWP](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/JWcFGt4I8IOFZNPjWJFEga2jMOmGmnX>



Cuernavaca, Morelos a 17 de octubre de 2021.

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

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina: **LA IMAGEN COMO PRODUCTO EDITORIAL**

que presenta la alumna:

**REINA XOCHITL HERNÁNDEZ LÓPEZ**

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

Lo anterior con base en la argumentación sólida que se presenta en la tesina, la investigación concentra conceptos de diseño, una metodología relacionada con el diseño de publicaciones y el proyecto editorial propuesto es coherente con los propósitos curriculares del Plan de Estudios y pertinente en el campo editorial.

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

Atentamente

***Por una humanidad culta.***  
*Una universidad de excelencia*



**Dra. Percy Valeria Cinta Dávila**



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

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

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

### Sello electrónico

**PERCY VALERIA CINTA DAVILA | Fecha:2021-10-17 22:54:02 | Firmante**

eC18hnUZSjDZjeptp6o3PkGKXIYL9SBev+47+XJIFE59mm8YMbzgHNLG3aOERxrx7mmU9RFu0k9i89Mj39bgMQqXsKQp+DbsVDiMLMx7InPH47nt4DA6s6gZIIJfUB+VHDrl1F0nQPRqfW8PLelHO1qe1DyhP4kR6aav3CePjw3+0AU4b5u+xyxl+uKkG1Va9f5OvRSP+mX+uKAtdC4ICthKnM26QZBzqTcYNf7SOK05HFdqK+NWQ0Q7tdqizQn7CxTlwuEnParhfo8LjQrLj42z+TaCPnuatAMIQDdxHUQp7QyK1R0UK31w8CDCldc04Do3MvCLDw4v4KkeQ2pg==

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



[br8tfwZDs](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/ZVowToyT6Jaz2XSdkeT4xwYAnUNgm524>

