



Universidad Autónoma del Estado de Morelos
Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales
Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades

**RESCATE Y PROMOCIÓN DE LA ROTULACIÓN
COMO PARTE DE LA GRÁFICA POPULAR MEXICANA**

Tesis para obtener el grado de
Maestro en Producción Editorial

Presenta
Lic. José Arturo Rodríguez Ruiz

Directora de tesis
Mtra. Zazilha Lotz Cruz García

Tutores
Mtra. Marina Ruiz Rodríguez • Dr. Rodrigo Bazán Bonfil

México. Mayo, 2022.

La Maestría en Producción Editorial (MPE) está acreditada en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt). Este trabajo se realizó con la beca que dicha institución otorga. Agradezco el apoyo obtenido durante el periodo 2019-2021.

CONTENIDO

| | |
|--|----|
| Introducción..... | 4 |
| Justificación | 9 |
| Objetivos del producto..... | 11 |
| Perfil del lector | 12 |
| Análisis del producto en relación con el mercado | 13 |
| Descripción del producto..... | 18 |
| Metodología..... | 24 |
| Cronograma..... | 31 |
| Diseño | 32 |
| Estrategia administrativa | 46 |
| Derechos de autor | 54 |
| Referencias..... | 63 |

ANEXO 1

Carta-cesión de la propiedad de los derechos de autor

ANEXO 2

Contrato de prestación de servicios profesionales

ANEXO 3

Manual de criterios editoriales

INTRODUCCIÓN

Así como es difícil imaginar a Venecia sin canales y góndolas, a la ciudad de Ámsterdam sin bicicletas, a Inglaterra sin las cabinas telefónicas rojas, a Nueva York sin grafiti, a Hong Kong sin el brillo del neón y a Las Vegas sin luces, también resulta difícil imaginar a las ciudades mexicanas sin el rótulo. Para Checa-Artasu y Castro estos letreros pintados a mano son “una forma de comunicar eminentemente urbana, mutable, efímera, poco valorada, que cubre la necesidad de comunicar de un amplio segmento de la sociedad, de ahí el adjetivo de popular” (“El olvido” 25).

El oficio de la rotulación ha llegado a ser parte importante de la identidad urbana en nuestro país. Al hablar de las bardas intervenidas con rótulos para anunciar eventos de música popular, Patricia Cué dice que son una especie de *branding* vernáculo que, en forma sintetizada, podemos definir como el uso y ajuste de la tipografía, su producción a mano y la aplicación de colores característicos que logran que los rótulos sean reconocidos fácilmente (75).

Acerca de la rotulación a mano, la cual es una parte importante de la gráfica popular mexicana, Checa-Artasu y Castro afirman que es:

la forma comunicacional y de diseño más difundida en el paisaje urbano mexicano...conjunto de elementos gráficos, imágenes, letras que de forma más o menos ordenada; usando las paredes, fachadas, bardas, vallas y otros recursos murales, sirven para comunicar diversas informaciones vinculadas al devenir de la vida cotidiana [además estos autores confiesan que] por su uso masivo y su carácter popular no se le ha prestado la atención debida por parte de los historiadores del arte y teóricos del diseño y apenas ha sido valorada. (“Notas para conceptualizar” 2)

Ahora bien, aunque el rótulo, gracias a influencias modernas y extranjeras, está en constante evolución y perfeccionamiento, también pasa por un proceso de dilución por el efecto del mestizaje que las mismas causan, efecto

natural pues “La diversidad étnica y la pluralidad social es algo inherente a la sociedad mexicana. El mestizaje de todo tipo deja diversas trazas en la sociedad más si éstas se aglutinan en un entorno urbano. En este sentido, la rotulación probablemente sea una de esas trazas” (Checa-Artasu y Castro, “El rótulo popular” 142).

Así, por ejemplo, si prestamos atención a una de las influencias antes mencionadas descubriremos que al anglicismo *lettering* se puede entender “como aquellos trabajos de letras que han sido dibujados” (López 5) y que por sus características las podemos homologar a las del rótulo. Es común encontrar en medios sociales, proyectos contemporáneos y talleres didácticos, que la palabra *lettering* ha ganado popularidad entre las nuevas generaciones de diseñadores, lo que no afecta la continuidad del oficio, sólo la denominación del mismo. Y es que, aun teniendo características muy similares, vale la pena mencionar que todos los rótulos son obras de *lettering*, pero no todos los trabajos de *lettering* son rótulos. Por ejemplo, si se dibuja una letra con un lápiz en una hoja de papel, será *lettering* pero no rótulo; al igual que si se dibuja una frase con la ayuda de un *software* de computadora, para después imprimirla en grandes dimensiones y colocarla en una plaza comercial, éste no será un rótulo pero sí será *lettering*.

De acuerdo con lo anterior, sólo será o se le identificará como rótulo al trabajo cuya letra u oración esté pintada a mano, con brocha y pincel, sobre una superficie rígida o blanda (siempre y cuando dichas superficies sean adecuadas para este tipo de intervención), sin importar su tamaño, y que dicho trabajo se pueda encontrar en cualquier local comercial o fachadas de edificios, sin importar su ubicación, ya sea en el centro de la ciudad, en la periferia o en la zona de mayor plusvalía; contrario a lo que algunos autores afirman pues excluyen al rótulo a ciertas áreas marginales, como asegura Enrique Soto Eguibar al decir que “No encontramos rótulos en los centros comerciales de la ciudad de México, ni en las colonias donde se agrupa la gente de mayor potencial económico, como Polanco, Las Lomas o Interlomas; en cambio, en las colonias Nezahualcóyotl o Tláhuac es difícil, si no imposible, imaginar un comercio que carezca de un rótulo” (30).

Ahora bien, el pequeño inconveniente de denominación que causan los extranjerismos no es el problema, lo verdaderamente grave es la amenaza y competencia que implican las nuevas tecnologías. Se entiende la difícil situación que vive el oficio de la rotulación, situación que se presenta desde

hace décadas, Checa-Artasu y Castro rastrean y encuentran que este cambio inició a “mediados del siglo xx cuando nuevos soportes publicitarios, como los espectaculares, las lonas, los monopostes, los MUPI (mueble urbano para la presentación de información) o los OPI (objeto publicitario iluminado), entre otros, aparecen progresivamente en los entornos urbanos” (“El rótulo popular” 128). A esta misma amenaza, Anamaría Ashwell agrega que “Los rotulistas empezaron a perder pedidos también porque perdían los muros ante las nuevas técnicas del ploteo y de las imágenes computarizadas” (22).

Levine y Macon exponen una de las severas consecuencias que generan las nuevas tecnologías al decirnos que “Many sign painters are now retired, or about to hang up their brushes; others have made the transition to easier, cheaper, but depressingly homogenous vinyl lettering or large-scale digital printing”¹ (18). En el mismo sentido, al referirse a las nuevas técnicas de reproducción que compiten con el rótulo, Checa-Artasu y Castro afirman que “La serigrafía vino a ser una inflexión en el oficio que supo adaptarse a la misma, no repitiéndose esa adaptación con la aparición del diseño gráfico digital, técnicas y recursos estos que ponen en entredicho la continuidad del oficio y aproximan a la gráfica popular al concepto de patrimonio a valorar y conservar” (“Notas para conceptualizar” 6).

Ahora bien, anteriormente se expuso la similitud que hay entre los conceptos rótulo y *lettering*, pero existen un tercer y cuarto conceptos también estrechamente relacionados con las letras, el de tipografía y el de caligrafía, que frecuentemente son utilizados de forma errónea para denominar a los dos primeros. Lo que distingue a la rotulación de la tipografía es que ésta “trata de la creación de letras que –con independencia de si están diseñadas o no para ser reproducidas– son esencialmente ‘especiales’ y están hechas para un solo fin . . . En cambio, el tipo fue inventado desde el primer momento para la repetición” (Baines y Haslam 90).

En cuanto a caligrafía es el “término [que] suele usarse para describir diferentes tipos de escritura. Sin embargo, puede usarse también con un significado más concreto: para hacer referencia a ejemplos de formas escritas muy determinados [sic]” (Baines y Haslam 59). Según estos mismos autores

1 “Muchos rotulistas ya están retirados, o cerca de *colgar sus pinceles*; otros han cambiado al más fácil, barato, pero deprimentemente homogéneo vinil de corte o impresión digital de gran formato”. Traducción propia.

se puede reemplazar el término “caligrafía” con “manuscrito” o “escritura manual”, pues éstos también hablan de una forma de escribir a mano.

Después de aclarar los significados de cada uno de estos términos es importante mencionar que rótulo y tipografía no son conceptos completamente ajenos, ya que ambos trabajan con letras, palabras y caracteres. El rótulo y la tipografía pueden beneficiarse entre sí, como lo demostró el diseñador Miguel Reyes, quien inspirado en los rótulos y con el objetivo de producir una tipografía (digital) de trato humano, creó *Plastilina*, cuya principal característica es la de ser una fuente tipo *script* que aparenta estar pintada de un sólo trazo con un pincel ancho, como lo hacen los rotulistas y que, según el mismo Reyes, “los ingredientes para lograrlo son las ganas de divertirse, la paciencia, la inspiración y las influencias para darle a su diseño un toque mexicano” (en Cadena 5), mostrando así que el rótulo es aceptado y reconocido como elemento gráfico mexicano y que puede ser aprovechado más allá de las paredes como fuente de inspiración, así como la tipografía puede ser fuente de inspiración para el rótulo.

Safari tipográfico

Según la Real Academia Española (RAE) una de las acepciones de la palabra safari es la que la define como “Excursión para ver o fotografiar animales salvajes, efectuada en África o en otros territorios”. En relación con ello, los safaris tipográficos son exploraciones urbanas en la que se fotografían letras impresas, en relieve y pintadas a mano.

Actualmente, en el centro de México se realizan safaris tipográficos organizados por el maestro Francisco *Paco* Calles. Esta actividad le permite a los participantes “Entender la importancia de estos signos en la historia . . . respetar y mantener el concepto de las ciudades como paisajes llenos de letras, rebosantes de tipografías. . . incorporar la tipografía dentro de la manera de conocer y de disfrutar las ciudades” (Fernández 39-40).

Este proyecto desarrolla la creación de un libro que fomenta los safaris tipográficos en los que se le dará prioridad a los rótulos. Estos safaris serán una forma de exploración urbana donde –metafóricamente– las calles se convertirán en un campo abierto y los rótulos en los animales salvajes a fotografiar. Además, se alentará al lector para que, con ayuda de los medios

sociales, comparta las fotografías resultantes, sugiriéndole criterios a tomar en cuenta para que contribuya a la divulgación de la actividad y evidenciar que aún existen quienes hacen rótulos a mano.

Se exhortará al lector a que la red social donde publique los resultados de sus propios safaris sea Instagram, esto porque en ella ya existen cuentas y etiquetas específicas para identificar la actividad, además de que varios rotulistas la utilizan para promocionar su trabajo.

JUSTIFICACIÓN

Actualmente, existe una amplia oferta de libros dedicados al *DIY* (*Do It Yourself*) y manuales de *lettering* y de caligrafía, pero sólo algunos de estos productos hablan (brevemente) de las diferencias que hay entre quirografía², caligrafía, tipografía, *lettering* y rotulación; asunto importante porque son términos que se confunden constantemente. Asimismo, a estos libros les falta información sobre la importancia del rótulo como parte de la identidad urbana del país, de las dificultades que sufre a causa de las nuevas tecnologías, así como también carecen de la opinión y participación de los principales afectados, los rotulistas. Otro material importante que no se encuentra en el mercado editorial es el que promueva los safaris tipográficos, menos los destinados exclusivamente a rótulos; lo que muestran los libros y revistas existentes es una colección variada de letras –por mencionar algunas– impresas, recortadas, en relieve, de metal, luminosas, y si bien incluyen algunos rótulos, no son prioritarios en ellos.

De las publicaciones que existen para cubrir las necesidades de los que consumen libros relacionados con los letreros, gran parte ignoran las letras pintadas por los rotulistas. Lo menciono sin la intención de restarles valor, pues juegan un papel importante en los esfuerzos para documentar y difundir este tipo de gráfica popular, pero al excluir una gran parte de los trabajos hechos por los rotulistas, que además de plasmar personajes, comida, bebidas, automóviles, retratos, animales, por mencionar algunos, dejan de lado otro de los elementos –letras– en los que estos individuos destacan por su habilidad al intervenir muros, fachadas, toldos, vidrios e incluso lonas, con un mensaje para que sea posible saber el nombre de un establecimiento, el horario, el menú o cualquier otro texto que quien ofrezca sus servicios pretenda comunicar a sus clientes.

2 Este término, menos conocido, se refiere a la escritura a mano pero, a diferencia de la caligrafía éste es más natural. Es la escritura “normal” que cada persona tiene y que se realiza con cualquier instrumento no especializado.

Además, identifico dos factores que producen un cambio en el desarrollo del rótulo: el sincretismo cultural y las nuevas tecnologías de impresión. El primero aporta a la evolución y progreso del oficio, es parte de su naturaleza, del efecto de la globalización y del acceso de los clientes y rotulistas a influencias extranjeras y modernas. Pero el segundo factor, el de las tecnologías, es el que produce un ambiente adverso para la conservación y permanencia del rótulo. Incluso los rotulistas opinan que son las tecnologías las que provocan el declive del oficio, como indica Manuel Velasco en entrevista con María Luisa Cárdenas para la revista *Artes de México*, al decirnos que en un futuro las computadoras son las que harán todo, que los rotulistas por culpa de la impresión digital en lona se quedarán sin trabajo (47); pero, al mismo tiempo este rotulista conoce las limitantes de las nuevas tecnologías de impresión, pues afirma que no es la mejor opción para trabajar sobre una pared.

Por lo tanto, mi propuesta editorial, al contrario de competir con otras, colaborará con ellas para ayudar en la identificación de los rótulos, permitirá conocer el papel del rótulo como parte de la identidad urbana y gráfica del país, aprovechará un aspecto poco atendido sobre los letreros pintados a mano y coadyuvará a la preservación y difusión del oficio ante la proliferación de tecnologías que amenazan su continuidad.

Adicionalmente, la propuesta de este proyecto es generar material de consulta que informe, inspire y motive a los lectores a descubrir rótulos y compartirlos en los medios sociales. Se fomenta la realización de una actividad de identificación y valoración de rótulos, un safari, como actividad lúdica que permite encontrar, apreciar, retratar, valorar, estudiar, preservar, documentar y divulgar las obras hechas por los rotulistas.

OBJETIVOS DEL PRODUCTO

Objetivo general

Aportar al rescate y valoración de la rotulación como parte de la gráfica popular mexicana y factor de identidad urbana.

Objetivos particulares

- Divulgar el contexto actual de la rotulación.
- Abrir un espacio para que rotulistas expresen su opinión y que esto genere conciencia sobre la situación que viven.
- Compartir las nociones necesarias para la identificación correcta de los rótulos.
- Mostrar los conocimientos pertinentes para la apreciación de las obras hechas por los rotulistas y facilitar su estudio.
- Promover una actividad lúdica que invite a la búsqueda de la gráfica popular creada por los rotulistas, para fotografiarla y compartirla en medios sociales.

PERFIL DEL LECTOR

El lector meta del producto editorial propuesto son los estudiantes de nivel superior que cursan la carrera de diseño gráfico o afines; no sólo porque a éstos les pueda interesar la temática del libro, también por el poder que algunos de ellos tendrán en el futuro al ser quienes tomarán la importante decisión de cuándo contratar a un rotulista y recomendarán a sus clientes cuándo es pertinente utilizar un rótulo y no una lona impresa. Me parece importante que el libro propuesto en este proyecto se les ofrezca durante su formación pues "...a los estudiantes de diseño se les motiva a sustituir el maltrecho rótulo de 'Tacos Lupe' por un flamante letrero luminoso con logotipo..." (Mena, *et. al.* 12).

Un dato importante es que, según el IMCO (Instituto Mexicano para la Competitividad A. C.), en el 2018 la Licenciatura de Técnicas Audiovisuales y Producción de Medios³ contaba con 197,766 graduados y 61,398 estudiantes en México, con 555 universidades que ofertan esta carrera en el país.

Otro nicho importante de lectores son los profesionistas con experiencia e interés en la caligrafía, la tipografía, el *lettering*, la gráfica popular y el oficio de la rotulación. Así como, interesados en lo hecho a mano, lo hecho en México y aquellos que fomentan la economía y el consumo local, en especial los comercios que utilicen o puedan beneficiarse con la rotulación.

3 Esta clasificación abarca todas las carreras de Diseño Gráfico y afines, por ejemplo: Licenciatura en Diseño Gráfico, Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual, Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica, Licenciatura en Diseño Gráfico y Animación, Licenciatura en Diseño y Creatividad Visual, entre otras.

ANÁLISIS DEL PRODUCTO EN RELACIÓN CON EL MERCADO

Para obtener más conocimiento sobre el mercado editorial en el que se planea introducir el producto realicé visitas a distintas librerías, lo que me permitió tener una visión más amplia de la competencia directa e indirecta, de las fortalezas y debilidades, lo que sobra y falta en el contenido y las ventajas competitivas de mi publicación.

Son dos los libros que, por su temática, servirán como referentes principales para la creación del libro propuesto en este proyecto, *Miscelánea. Guía del comercio popular y tradicional del Centro Histórico de la Ciudad de México* y *Sensacional de diseño mexicano, ¡plus mejorado!* En los siguientes párrafos describo brevemente cada uno de ellos.

El primer referente es el libro *Miscelánea...* de Marie-Aimée de Montalembert y editado por El Viso, Ciudad de México, 2014. Esta guía invita a recorrer las calles y consumir lo que las tiendas populares ofrecen. En esta especie de catálogo se presentan fotografías de los establecimientos, la mayoría con un rótulo en su fachada. Además, el libro tiene en su lomo un rótulo hecho por Melquiades García, uno de los profesionales entrevistados para mi proyecto editorial.

El segundo libro que considero como referente, el *Sensacional...* editado por Juan Carlos Mena, Óscar Reyes y Déborah Holtz, Trilce–Océano, Ciudad de México, 2010. Esta publicación contiene, en su mayoría, fotografías de gráfica popular comercial de México, entre ellas hay imágenes de carteles, etiquetas de productos, volantes y rótulos. Existe una relación indirecta entre estas dos publicaciones, tal relación es el rotulista Melquiades García. Si bien los editores del *Sensacional...* no incluyen sus obras en el libro, sí utilizan el trabajo del rotulista en proyectos personales y han hablado de él y su trabajo, a la par del *Sensacional...*, en algunas de las conferencias que han impartido en congresos de tipografía, además publicitan de manera regular el trabajo de este rotulista en sus cuentas de Instagram.

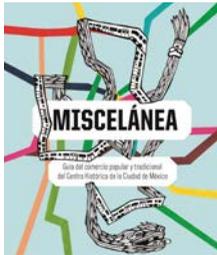
Ahora bien, de lo que carecen estos dos libros antes mencionados es de detalles técnicos sobre las letras, como la anatomía⁴ y la clasificación⁵ de los estilos de letra; información que hace al libro que propongo adecuado para el mercado meta: estudiantes de diseño gráfico y carreras afines. Además, estas publicaciones no fomentan, de manera explícita, alguna actividad para encontrar, fotografiar, compartir, difundir y dar notoriedad a los rótulos (finalidad del safari que propongo).

En las siguientes tablas se pueden ver los datos técnicos y principales características de los dos libros mencionados y de otras cuatro publicaciones también similares en cuanto a la temática del contenido.

| | |
|--|--|
|  | Título: <i>Sensacional de diseño mexicano ¡plus mejorado!</i> |
| | Autor: Juan Carlos Mena, et. al. |
| | Editorial: Trilce–Océano |
| | País: México |
| | Año: 2010 |
| | Características físicas: tamaño 18.5 × 17.5 cm, 448 páginas impresas a color, papel bond, encuadernación tapa dura |
| | Costo: \$ 450.00 |
|  | Similitudes y diferencias con mi producto editorial: incluye fotografías de rótulos, pero no se orienta únicamente a éstos. No incluye la opinión de rotulistas |

4 “Los caracteres tipográficos presentan múltiples formas y atributos, y para describirlos se emplean diferentes términos, similares a los utilizados para describir las distintas partes del cuerpo” (Ambrose y Harris 57).

5 Roberto Zavala Ruiz nos dice que “Los caracteres suelen dividirse: a) por su figura, b) por su estilo o familia, c) por sus elementos y d) por su ojo” (26).



Título: *Miscelánea. Guía del comercio popular y tradicional del Centro Histórico de la Ciudad de México*

Autor: Marie-Aimée de Montalembert

Editorial: El Viso

País: México

Año: 2014

Características físicas: tamaño 17 × 21 cm, 770 páginas impresas a color, papel bond, encuadernación rústica

Costo: \$ 390.00

Similitudes y diferencias con mi producto editorial: aún cuando en las fotografías se pueden ver rótulos no es el tema principal de la publicación. Habla de negocios con distintos giros, no sólo de rótulos o de gráfica popular



Título: *El otro muralismo. Rótulos comerciales*

Autor: Margarita de Orellana, *et. al.*

Editorial: Artes de México

País: México

Año: 2009

Características físicas: tamaño 22.5 × 32 cm, 80 páginas impresas a color, papel couché, dos opciones de encuadernación: tapa dura y rústica

Costo: \$ 450.00

Similitudes y diferencias con mi producto editorial: contiene pocas fotografías de rótulos y los describe desde una perspectiva artística, los compara con el muralismo. No profundiza en lo que es un rótulo



Título: *Gráfica de la calle. Letreros de Barcelona*

Autor: Louise Fili

Editorial: Gustavo Gili

País: España

Año: 2018

Características físicas: tamaño 23 × 16.5 cm, 264 páginas impresas a color, papel couché, encuadernado tapa dura

Costo: \$ 640.00

Similitudes y diferencias con mi producto editorial: contiene fotografías de rótulos, entre otras representaciones de letras. No es de temática mexicana y no da la información necesaria para entender los rótulos



Título: *Tipos de la calle. Un alfabeto urbano*

Autor: Simon Jennings

Editorial: Gustavo Gili

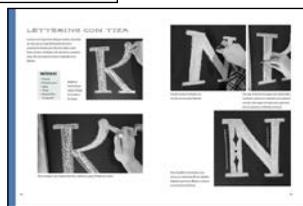
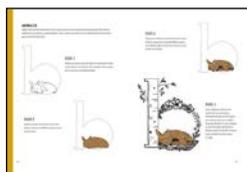
País: España

Año: 2011

Características físicas: tamaño 15 × 14.8 cm, 264 páginas impresas a color, encuadernación tapa dura con costura expuesta

Costo: \$ 312.00

Similitudes y diferencias con mi producto editorial: muestra fotografías de letras que crean un alfabeto, no sólo de rótulos



Título: *El placer del lettering. Guía práctica para explorar el mundo de la rotulación contemporánea*

Autor: Gabri Joy Kirkendall y Jaclyn Escalera

Editorial: Gustavo Gili

País: España

Año: 2018

Características físicas: tamaño 22 × 29.6 cm, 144 páginas impresas a color, encuadernación rústica

Costo: \$ 550.00

Similitudes y diferencias con mi producto editorial: es un manual de *lettering* en el que no se habla del oficio de la rotulación pero sí de la técnica de rotulación con pincel

Después de realizar el análisis del mercado, concluyo que la mayoría de las publicaciones con temática similar a la del proyecto que presento se enfocan en el *lettering* y se alejan de lo que es la gráfica popular mexicana y del oficio de la rotulación, tema principal de mi propuesta. Además, mi producto ofrece una guía para realizar una actividad de identificación y valoración de rótulos, un safari, contenido que no he visto en ningún otro libro en el mercado. Pese a las diferencias, estas publicaciones sirven como referente, pues en su mayoría incluyen fotografías de distintos rótulos, que independientemente de si fueron o no el resultado de un safari y aun sin promoverlo explícitamente, son una manera de generar interés en la actividad.

Es importante tomar en cuenta las distintas publicaciones hechas, pues quienes las compran son el mismo público meta del libro que propongo. Es esto por lo que he revisado sus contenidos, formato y precio, para crear una publicación que no sea disonante con las que ya existen en el mercado y para evitar crear un libro igual o que repita lo que proponen las publicaciones que tomé como referente.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Este proyecto propone una edición colectiva; es decir que la obra es creada por iniciativa propia, pero requeró del trabajo de otros profesionales para la creación de los contenidos, a quienes yo contacté y les propuse colaborar (este tema se profundiza más adelante, en el apartado de Derechos de Autor). La temática principal de la obra es la rotulación y la importancia que tiene como parte de la gráfica popular nacional.

El producto será un libro impreso a color (4 × 4 tintas), de 16.5 × 23 cm de tamaño (proporción 1:1.39), esto con la intención de permitir su fácil transportación y consulta. El sustrato o papel para los interiores será couché mate de 130 g, este gramaje ayudará a evitar la transparencia en las páginas. Se tomará en cuenta que “Asociamos los papeles de gramaje alto con las publicaciones lujosas . . . ” (Caldwell y Zappaterra 172) para lograr una sensación de calidad pero no de precio elevado. Otra de las cualidades que ofrece este papel sobre los papeles brillantes es que permitirá la consulta del libro en lugares con mucha luz sin generar destellos que dificulten la lectura y visualización de las fotografías.

La encuadernación será en tapa dura o *cartoné*. Este tipo de encuadernación consiste, según el London Centre for Book Arts, en “uno o varios cuadernillos (tripa) dispuestos entre dos tapas duras que hacen las veces de cubierta de apertura y cubierta de cierre (revestidas de tela o papel) y un lomo” (127). El papel de los forros, un couché mate de 150 g, estará cubierto por un plastificado mate que lo protegerá de líquidos, polvo y algunos rayones.

La publicación tiene contenidos textuales y gráficos, en una relación aproximada de 25% texto y 75% imágenes; distribuidas en 128 páginas (más adelante se muestra a detalle el cálculo tipográfico y planeación de contenidos).

El contenido textual se obtuvo de la colaboración y entrevistas de profesionales con experiencia en los temas propuestos; la mayoría de fotografías y el *lettering* utilizados para los títulos y forros fueron realizados por

mí, los ejemplos de caligrafía son de autoría de Roberto González Peralta y algunas de las fotografías fueron otorgadas por la rotulista Alina *Kiliwa*.

Con el fin de crear una publicación viable se acotaron las entrevistas a la Ciudad de México, mientras que otros contenidos textuales, como los resultantes de colaboraciones, no representaban limitantes ni se entorpecía su obtención si los autores se encontrasen en alguna otra ciudad de la república. Cabe mencionar que por distintos factores, ajenos a los autores invitados al proyecto, éstos no pudieron participar. Sin embargo, meses anteriores tuve la oportunidad de asistir a conferencias y talleres impartidos por ellos mismos (estos eventos trataron sobre el tema en el que se les invitó a participar para el libro) y con los conocimientos y experiencia compartidos pude desarrollar el contenido necesario.

Las fotografías, tanto de forros como de interiores, fueron tomadas por mí, en la Ciudad de México; Cuernavaca, Morelos y Taxco, Guerrero. El resultado de acotar los lugares donde se hizo el safari fue que no se generaron más costos, lo que se ve reflejado en el precio final del libro. Otro factor fue el tiempo, las ciudades que se visitaron están relativamente cerca, son de fácil acceso y no hay otra ciudad de tamaño considerable entre ellas.

Para la toma de fotografías se visitaron los sitios donde los rótulos son presentados al público y, además, en algunas imágenes de rótulos se muestra parte del entorno donde éste está pintado. Algunas de las fotografías cubren por completo el área de la página, sin tener bordes blancos; a este tipo de tratamiento en las imágenes se le conoce como *a sangre* y tiene la característica de “lograr una sensación expansiva que recree la ilusión de hallarse en los lugares descritos” (Caldwell y Zapatterra 136).

Contenido y estructura

El contenido está dividido en secciones según el tema a tratar. A continuación, las describo y las presento en el mismo orden de aparición en el libro:

1. Introducción (con este título aparece en el libro). Yo redacté la introducción, en la cual incluí fragmentos del artículo “Rótulos México: diseño, arte y oficio”⁶, escrito por Melissa Mota para el blog del Museo

6 www.mucaroma.unam.mx/post/r%C3%B3tulos-m%C3%A9xico-dise%C3%B1o-arte-y-oficio.

Universitario de Ciencias y Arte (Muca-Roma). Es importante mencionar que el museo autorizó utilizar contenido del artículo en la publicación. En este apartado, compuesto únicamente por texto, se habla de la situación actual de la rotulación y de la importancia que tiene. Asimismo, se presenta brevemente el contenido del libro.

2. **Entrevistas.** En el libro aparece titulada como “La opinión de los profesionales”. Entrevisté a tres profesionales del rótulo, dos veteranos (Melquiades García⁷ y Martín Hernández⁸) y una joven (Alina Kiliwa⁹). Las fotografías para esta sección son de los pocos rótulos disponibles en sus talleres y un retrato de ellos. Con el fin de dar a conocer el trabajo de los entrevistados y que el lector sepa dónde puede contactarlos, se menciona y da protagonismo a la cuenta de Instagram de cada rotulista.
3. **Definición de términos afines.** En el libro aparece titulada como “No todos son rótulos”. En esta sección, con la colaboración de Roberto González Peralta¹⁰ se define: quirografía, caligrafía, *lettering*, rótulo, tipografía y fuente. Se incluye material gráfico que respalda el texto.
4. **Clasificación y Anatomía de las letras en los rótulos.** En el libro aparece titulada como “Anatomía & clasificación”. El contenido de este apartado indica de manera puntual las partes de las letras y los nombres que reciben, también se presenta la forma en que los rotulistas las clasifican. El autor de la parte que habla sobre la anatomía de las letras es también Roberto González Peralta, mientras que el texto sobre la clasificación de las letras se obtuvo de la entrevista al rotulista Martín Hernández.
5. **safari fotográfico** (con este título aparece en el libro). En esta sección, de la que yo soy el autor, hice una descripción de lo que es el safari y doy consejos para que el lector pueda llevarlo a cabo. Después, se acompaña

7 Rotulista que en las décadas de los años ochenta y noventa rotuló con estaño sobre vidrio las paletterías La Michoacana de todo México, a diferencia de otros rotulistas él sólo realiza trabajos con estos materiales.

8 También conocido como “El último rotulista de Republica del Perú”. Es el único que queda en esta calle de la Ciudad de México, calle antes conocida como *de los pintores*, por todos los talleres de rotulación que había.

9 Licenciada en Diseño Gráfico, artista del *lettering*, muralista y rotulista tradicional. Su trabajo está inspirado por la caligrafía y por la gráfica popular de los rótulos mexicanos.

10 Licenciado en Diseño Gráfico y maestro en Producción Editorial, especializado en el diseño y producción tipográfica.

el texto con una catalogación de fotografías de rótulos, imágenes que son el resultado de la práctica de varios safaris, con diversas fotografías relacionadas con: los rótulos que hay alrededor del taller de uno de los entrevistados; rótulos de alimentos; rótulos que le dan identidad a las calles de Taxco, Guerrero; rótulos que están en malas condiciones y, por último, cualquier rótulo que se pueda fotografiar, sin categoría o instrucción específica.

Para la práctica del safari se dan las nociones necesarias para guiar al lector hacia la apreciación de los rótulos, el conocimiento sobre la situación actual del oficio, de lo que son las letras plasmadas en los rótulos y de cómo clasificarlas. Es necesario destacar la importancia de los conocimientos que la obra ofrecerá al lector pues “En todas las artes, el placer se acrecienta con el conocimiento que se alcanza de ellas . . . el ojo no es más que un instrumento . . . capaz de transmitir al cerebro placeres cada vez mayores, gracias al conocimiento y a la habilidad para ver que fue adquiriendo” (Hemingway 25-26). De esta manera, al impulsar el aprecio hacia el oficio de la rotulación se apoya la conservación de esta peculiar profesión mexicana y, al mismo tiempo, se colabora con los que dependen de ella para subsistir.

Para enriquecer los conocimientos del lector al que va dirigida la publicación, los textos sobre la definición de términos afines y la anatomía y clasificación de las letras en los rótulos fueron redactados y corregidos empleando tecnicismos de la materia con la que están relacionados, así como los rotulistas entrevistados, a quienes se les pidió que utilizaran el argot de su profesión (para mayores detalles se puede consultar el Anexo 3: *Manual de criterios editoriales*).

Las características y especificaciones de los contenidos del libro se muestran en la tabla de la página siguiente.

| Secciones | Autor o entrevistado | Descripción | Número de caracteres | Número de páginas destinadas en el libro |
|---|--|--|--|--|
| Páginas preliminares (portadilla, legal, portada, cortesías, tabla de contenidos) | | | 1,020 | 6 |
| Introducción | Arturo Rodríguez | La importancia del rótulo como parte de la identidad del país y la situación actual del oficio y breves comentarios sobre los contenidos del libro | 4,928 | 4 |
| Entrevistas a rotulistas | Melquiades García, Martín Hernández y Alina Kiliwa | Entrevistas a profesionales para conocer su opinión y la situación del oficio | 30,774 | 26 |
| Definición de rótulo, <i>lettering</i> , caligrafía, quirografía, tipografía y fuente | Roberto González | Explicación y diferencias que hay entre estos términos | 13,609 | 10 |
| Anatomía y clasificación de las letras | Roberto González y Martín Hernández | Nomenclatura de las partes de la letra y de los diferentes estilos | 2,068 | 12 |
| Introducción al safari tipográfico orientado a los rótulos | Arturo Rodríguez | Definición de lo que es el safari, lo que se necesita para poder realizar esta actividad y consejos prácticos | 10,658 | 8 |
| Prácticas de safari | Arturo Rodríguez | Colección fotográfica resultado de cinco distintas prácticas de safari fotográfico de rótulos | 1,685 | 58 |
| Referencias | | | 3,966 | 2 |
| Página de cierre (colofón) | | | 309 | 2 |
| Total | | | 69,017 (38.4 cuartillas editoriales*) | 128 |

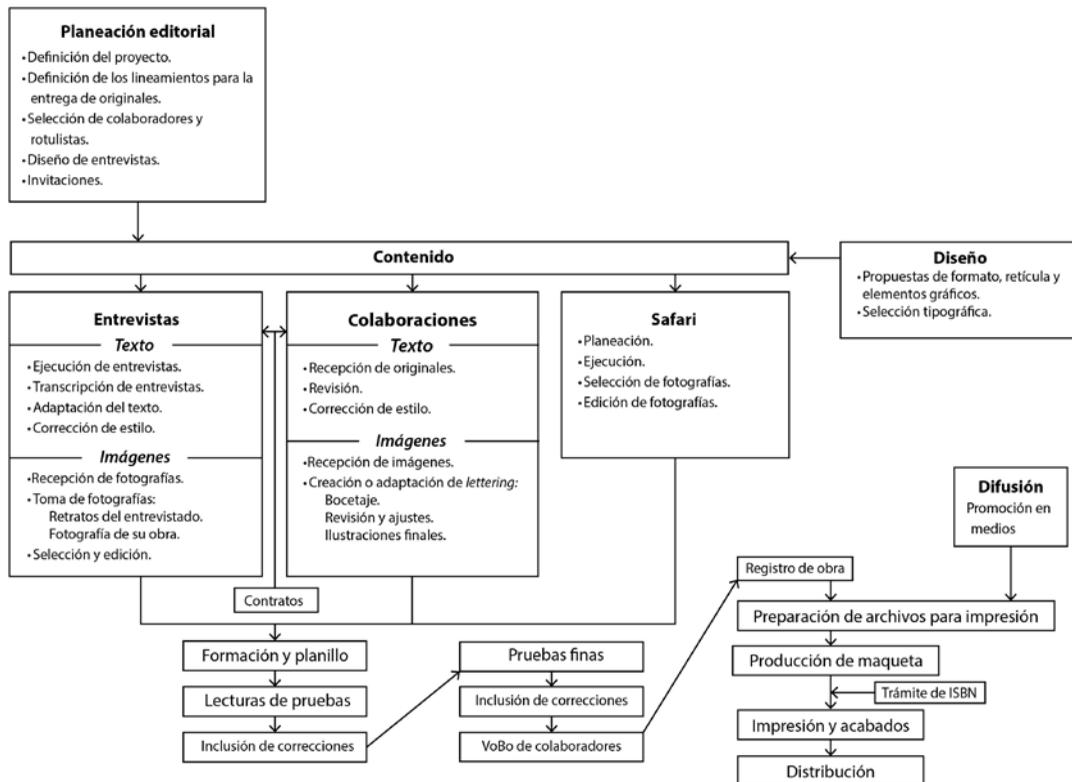
*Cuartillas editoriales de 1,800 caracteres, incluyendo espacios

Título del producto editorial

Rótulos salvajes. Safari fotográfico es el título del producto. Éste hace referencia al safari planteado en el libro, contenido que lo diferencia de otros existentes en el mercado. Se incluye la palabra *fotográfico* porque en una de las definiciones de safari se aclara que tomar fotografías es parte de la actividad, además hace énfasis en la finalidad que propone el libro: retratar rótulos. Dichos rótulos se encuentran en las calles, en libertad, de ahí la metáfora que los relaciona con lo salvaje.

METODOLOGÍA

La realización de un libro necesita cumplir una serie de pasos ordenados y bien definidos que van desde la planeación editorial, hasta la distribución. A continuación, se presenta un diagrama que muestra el orden de los procesos hechos y estimados y, después, se describe brevemente cada uno de ellos.



Planeación editorial

En este proceso se definieron las bases para saber con precisión los aspectos del proyecto: contenidos, colaboradores, lineamientos de entrega de los originales, tiempos, entre otros. Roberto Zavala Ruiz menciona que el proceso para producir un libro “es una danza continua del original, del autor a la editorial, del jefe de producción o coordinador editorial al corrector de estilo, de éste al autor, al jefe de producción, al editor, al corrector, y nuevamente al editor” (49), lo que se puede entender como toda la comunicación, cambios y correcciones que hay desde la búsqueda de los contenidos hasta que se imprime el libro. Este autor también aclara que las editoriales tienen sus propias maneras de planear una publicación (48), lo que permite a cada editor y editorial crear su propio proceso, adecuado al proyecto y a los medios con los que se cuenta. Para esta publicación se plantearon los siguientes pasos:

Contenido

Colaboraciones

Se buscó a los colaboradores que contaran con experiencia en el tema y conocimientos del apartado donde se les pediría participar, una vez seleccionados se les invitó a colaborar con el proyecto. Antes de invitarlos se definieron los criterios y lineamientos de entrega de originales, los cuales son distintos para cada apartado; éstos se les hicieron llegar a los autores al mismo tiempo que la invitación. En ella se les aclaró que se trata de un proyecto académico y que, por el momento, no es posible ofrecerles una retribución económica; sin embargo, siempre se les atribuirán los textos y se les dará el crédito de su autoría. En caso de publicar el libro se llegará a acuerdos de regalías, tema que se desarrolla y explica en la sección de derechos de autor.

Por distintos motivos la mayoría de colaboradores no pudo participar en el proyecto, aún así se respetaron los criterios y lineamientos de entrega, en este caso para que yo redactara los apartados faltantes.

Cuando los manuscritos fueron entregados y los apartados redactados, se revisaron para comprobar que cumplieran con los lineamientos de entrega. Una vez terminada la revisión, los manuscritos fueron corregidos por un profesional, esta etapa es la corrección de estilo.

Durante la revisión de manuscritos, realizada por el editor, se seleccionaron los elementos conceptuales más importantes para definir las fotografías que esclarecieran el texto.

Entrevistas

Se buscó a los rotulistas que se entrevistaría, de los que se seleccionaron a dos veteranos y a una joven. Con los profesionales elegidos, se procedió a diseñar las entrevistas, al desarrollar las preguntas se tomó en cuenta la experiencia, las aptitudes y el estilo característico de cada uno, además de lo planteado al inicio de este trabajo. El método y diseño de las entrevistas fueron guiados por Yesúa Molina, profesional con estudios en comunicación y experiencia en periodismo, que actualmente colabora en *Crónica Sonora*, plataforma editorial independiente enfocada a generar noticias y opinión. El modelo de las entrevistas no pretendió ser riguroso, del tipo pregunta y respuesta con un orden obligado en serie, en cambio después de cada pregunta se guió al entrevistado a la pregunta que tenía más relación con su respuesta anterior.

En el siguiente paso se realizaron las entrevistas, durante este proceso se tomaron fotografías del entrevistado. Asimismo, se le preguntó por obra cercana para fotografiar e incluir en el libro, lo que cambió parte de la planeación, pues los rotulistas entrevistados no se interesan por frecuentar los trabajos hechos, al igual que no están de acuerdo en compartir información sobre sus clientes. Las fotografías que pudieron tomarse durante las entrevistas (retrato del entrevistado y un poco de la obra disponible en su taller) pasaron por un proceso de selección y edición.

Las entrevistas se transcribieron y después se adaptaron para su revisión. Con esto, el texto resultante logra: *a)* cumplir con el lenguaje apropiado para el libro y *b)* que dicha adaptación, a tercera persona, no le atribuya al entrevistado un vocabulario que no es de él; sin embargo, sí se preservaron algunos fragmentos literales de las respuestas, los cuales estarán presentados entre comillas. Tampoco se pusieron las preguntas exactamente como fueron hechas en la entrevista, se optó por sustituirlas con un subtítulo, el cual representa de manera corta el contenido de los párrafos que le siguen. Una vez adaptados los textos, se enviaron a un profesional para ser revisadas y corregidas, al igual que los textos de los colaboradores.

Safari

Para poder ejecutar este ejercicio se determinaron los lineamientos precisos a seguir durante la actividad: opciones de rutas a seguir, horario de la actividad, equipo necesario y qué tipo de rótulos se buscaba retratar fueron las pautas a respetar. Las imágenes tomadas durante el safari se revisaron para seleccionar las que representarían al rótulo mexicano y las que fueran aptas para ser editadas e impresas, posteriormente se retocaron y se hicieron los ajustes necesarios. Cabe mencionar que se tomaron más fotografías de las necesarias, para que al depurarlas no faltaran, de acuerdo con la planeación realizada.

Elaboración del diseño

En esta etapa se definieron las características físicas y visuales del libro: el formato, el tamaño, la retícula, los elementos gráficos, la tipografía, el papel, la encuadernación y los acabados; cada uno de estos aspectos se realizó tomando en cuenta el objetivo del producto y el lector. En esta etapa también se decidieron las jerarquías del texto y de los paratextos, y se planeó la estructura de la página y la posición de los distintos elementos en ella. Como resultado de estas decisiones se obtuvo una plantilla, en la que posteriormente se formaron los contenidos del libro.

Formación y creación del planillo

Con los contenidos finales listos (textos corregidos e imágenes editadas), se procedió a maquetarlos en la plantilla previamente diseñada. Además, se realizó un planillo de todo el libro para visualizar las páginas en conjunto y poder hacer cualquier ajuste necesario y acercarse al producto final. El planillo es un “diagrama al detalle, similar al *storyboard* de una película, permite . . . ver las páginas, su ordenación, el contenido, los pliegos . . . y la paginación de un solo golpe de vista” (Caldwell y Zappaterra 168).

Ejecución de las lecturas de pruebas

Con la formación completa (ya con todos los textos, *lettering* para títulos y fotografías finales) se hizo una revisión y lectura de todo el documento. Se buscaron errores de partición silábica, rosarios, viudas y huérfanas, espacios entre palabras y letras, ríos, calles, errores ortográficos, de ortotipografía y de formación. Como menciona Zavala, estas lecturas corrigen, además de los errores de formación, “los errores que se hayan pasado al revisar los originales” (390). Ahora bien, se llevaron a cabo el número de pruebas que el proyecto requirió, en este caso se realizaron dos de éstas.

Realización de pruebas finas

En estas pruebas, además de corregir erratas que pudieron haber pasado desapercibidos, se corrigieron cuestiones de color en las imágenes.

Obtención del visto bueno

Durante la adecuación de los textos se generaron cambios y es posible que los autores y entrevistados estén disconformes con las alteraciones en sus textos. Para solucionar este problema, después de agregar las correcciones resultantes de las lecturas de pruebas, se le enviará a cada autor y entrevistado la parte en la que sus textos aparecen en el libro, esperando obtener el visto bueno o conseguir indicaciones para realizar cambios pertinentes para que estas correcciones sean incluidas en el libro. También pasará por el visto bueno del editor, corrector y diseñador.

Producción de maqueta

Con todas las correcciones y cambios realizados a los textos e imágenes, se procedió a preparar el archivo final para la impresión de maquetas. En este archivo están incluidos todos los cambios hechos en procesos anteriores.

Para cumplir con los requerimientos de la Maestría en Producción Editorial (MPE) se imprimirán dos maquetas con procesos digitales, con las características físicas descritas anteriormente y con los ajustes necesarios para que el producto impreso cumpla con las características necesarias de color.

Gestión de los Derechos de autor

Se hicieron los contratos necesarios para la autorización del uso de los textos enviados por los autores y de los resultantes de las entrevistas. Además, para proteger al producto de cualquier uso ilícito se hará el registro de la obra ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor (Indautor) y, una vez cumplidos los procesos anteriores y habiendo gestionado los recursos necesarios para la producción del tiraje comercial propuesto, quince días antes de entrar a prensa se podrá tramitar el ISBN (*International Standard Book Number*) y un código de barras, éstos son necesarios para que el libro pueda venderse en librerías (estos trámites se realizarán fuera de los tiempos de la MPE).

Preparación de archivos para impresión de tiraje comercial

Una vez que se cuente con el ISBN, se prepararán los archivos para la impresión del libro. Cada imprenta trabaja de forma distinta y con requerimientos diferentes, es por eso que una vez seleccionado el lugar donde se imprimirá y con las instrucciones de la empresa elegida, se harán las adecuaciones necesarias para que el libro pueda ser impreso sin contratiempos por los profesionales dedicados a dar este servicio.

Impresión y acabados

Para imprimir tirajes grandes la mejor opción es el sistema de impresión offset, este tipo de impresión será el que se utilizará para la producción del libro. Una vez impresos, los pliegos son doblados, cosidos y encolados para

formar los interiores. Normalmente mientras se está haciendo este último proceso, se realizan las impresiones de los forros que después serán laminadas para posteriormente ser pegadas en piezas rígidas de cartón, lo que permitirá continuar con el proceso de encuadernación *cartoné*.

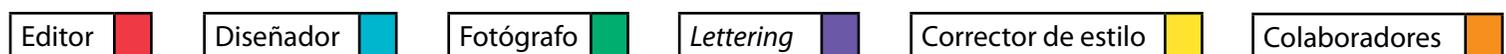
Difusión, distribución y comercialización

Después de tener el libro terminado se realizarán los procesos necesarios para su comercialización, entre ellos están incluidos la difusión y promoción en distintos medios, y la distribución a los distintos puntos de venta (para más detalles, consultar la sección de Difusión, distribución y comercialización en Estrategia administrativa). Respecto a la difusión o promoción de la obra es necesario mencionar que este proceso no necesita de tener el libro terminado pero sí en sus últimas etapas.

CRONOGRAMA

En la siguiente tabla se muestran, ordenados por meses, el desarrollo y fechas de ejecución de los procesos vistos en la metodología (durante la MPE). La ejecución del trabajo se concentró entre junio del segundo semestre y diciembre del tercero, esto por el desarrollo de la planeación del proyecto, en el primer semestre, y por los inconvenientes resultantes por la contingencia sanitaria del coronavirus (iniciada en marzo de 2020). Es importante observar que varias de las tareas pudieron realizarse al mismo tiempo, de forma paralela, sin necesidad de esperar a que se cumplieran otras.

| CRONOGRAMA | | PRIMER SEMESTRE | | | | | SEGUNDO SEMESTRE | | | | | | TERCER SEMESTRE | | | | | CUARTO SEMESTRE | | | | | | | |
|--|--|--------------------------|--------------------------|-----|-----|-----|------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----------------|-----|-----|-----|-----|-----------------|-----|-----|-----|-----|-----|--|--|
| | | AGO | SEP | OCT | NOV | DIC | ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | JUN | JUL | AGO | SEP | OCT | NOV | DIC | ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | | |
| Planeación editorial | Definición del proyecto | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Definición de los lineamientos para la entrega de originales | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Selección de colaboradores y rotulistas | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Invitaciones | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| | Diseño de entrevistas | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | |
| Diseño | Propuesta de formato, retícula y elementos gráficos | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | |
| | Selección tipográfica | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| Contenido | Texto | Entrevistas | Ejecución de entrevistas | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | |
| | | | Transcripción | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | |
| | | | Adaptación del texto | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | |
| | | | Corrección de estilo | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | |
| | Colaboraciones | Recepción de originales | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | |
| | | Revisión | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | |
| | | Corrección de estilo | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | |
| | Imagen | Fotografía | Retrato del entrevistado | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | |
| | | | Fotografía de su obra | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | |
| | | Lettering | Selección y edición | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | |
| | | | Bocetaje | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | |
| | Safari | Revisión y ajustes | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | |
| | | Finales | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | |
| | | Planeación | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | |
| | | Ejecución | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | |
| | | Selección de fotografías | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | |
| | Edición de fotografías | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | |
| Formación y planillo | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Lecturas de pruebas e inclusión de correcciones (x2) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pruebas finas e inclusión de correcciones (x2) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Revisión y Vo. Bo. de colaboradores | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Producción de maqueta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Preparación de archivos para impresión | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |



DISEÑO

Formato

Como se mencionó anteriormente, el producto será un libro impreso a color con un formato vertical de tamaño 16.5 × 23 cm, proporción 1:1.39.

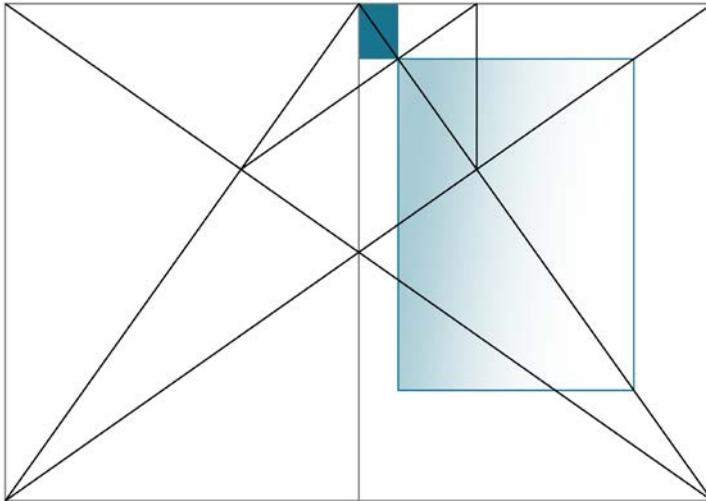
Retícula

Una retícula es un sistema de “medidas usadas por los diseñadores para ayudarse a asegurar la consistencia en la formación” (Bridgewater 129), en este caso, la formación y composición de un producto editorial. La importancia de trabajar con una retícula es que ésta “permite al diseñador ordenar los textos, las fotografías, los diagramas, etc., según criterios objetivos funcionales. Los elementos visuales se reducen a unos pocos formatos de iguales dimensiones. El tamaño de las ilustraciones se establece en función de su importancia temática” (Müller-Brockmann 13).

Hay muchos métodos para poder trazar la retícula, algunos clásicos y ortodoxos, otros modernos que no se rigen por las reglas convencionales; estos se pueden seguir al “pie de la letra” o se pueden tomar algunas libertades, como fue el caso de la propuesta para este proyecto. A continuación describo los pasos que se siguieron para la obtención de la retícula en la composición de este libro:

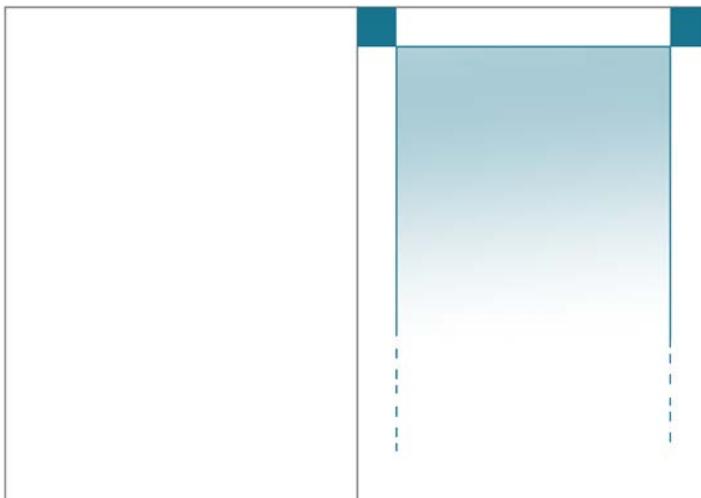
Primero, con el formato y tamaño del libro definidos, necesité una guía para comenzar con los márgenes internos. Recurrí a uno de los procedimientos más clásicos, el diagrama de Villard de Honnecourt (figura 1), en el que, trazando varias líneas a puntos específicos de la doble página, los márgenes se marcan por la intersección de algunos de los trazos.

Figura 1. Trazo de margen interno



Después de obtener el margen interno de la página, lo repetí en el margen de cabeza y de corte (figura 2). El margen inferior o de pie lo definí de acuerdo con el número líneas y el valor del interlineado determinados para la caja de texto de la página.

Figura 2. Trazo de margen de cabeza y de corte

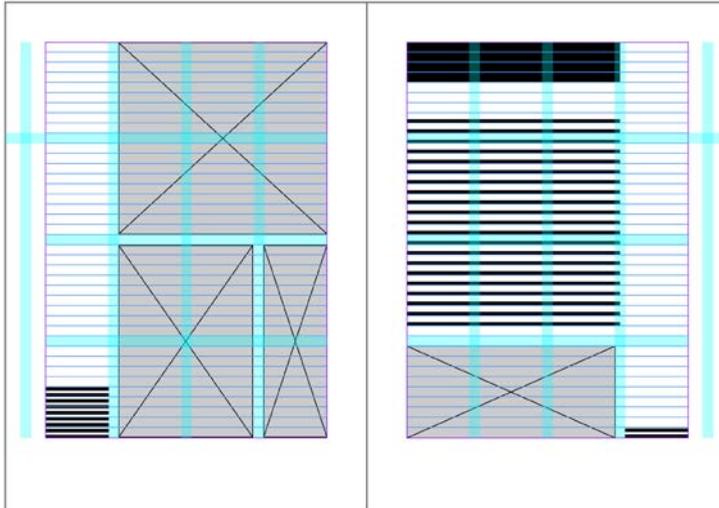


Con los tres márgenes establecidos inicialmente (interior, de cabeza y de corte) comencé a trazar la retícula con algunas de las instrucciones del “Principio de la Modernidad” de Phil Baines y Andrew Haslam:

2 Dividir el área de textos entre el número de columnas que se consideran necesarias, dibujando entre ellas los espacios entre columnas requeridos. 3 Convertir las divisiones en columnas en áreas de ilustración homogéneas, separándolas mediante una línea vacía. 4 Tomar decisiones claras sobre el tamaño de la tipografía y el interlineado para que puedan finalizarse las mediciones precisas de la retícula inicial . . . 5 La retícula base horizontal y las columnas verticales trazan los campos [o módulos]. (150)

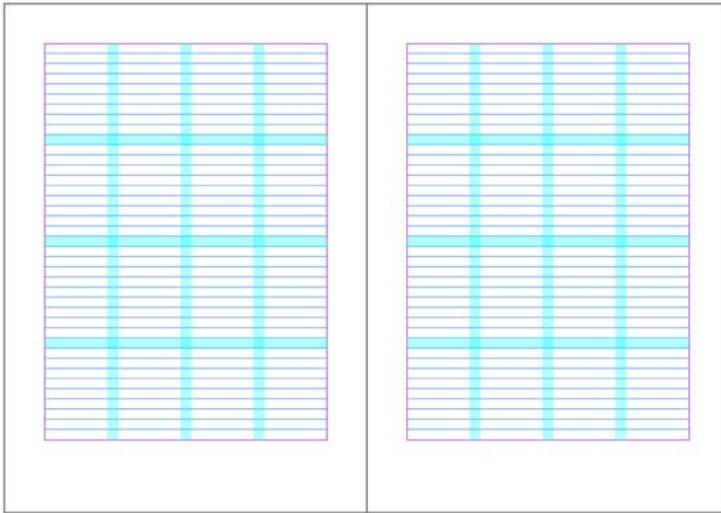
El proceso anterior dio como resultado una retícula modular que permite distribuir ordenadamente los contenidos textuales e imágenes (figura 3).

Figura 3. Ejemplo de distribución de elementos en la retícula



Se optó por utilizar una retícula de cuatro columnas, que a su vez están divididas en cuatro filas, obteniendo 16 módulos en cada página (figura 4).

Figura 4. Muestra de retícula con módulos y rejilla o cuadrícula base



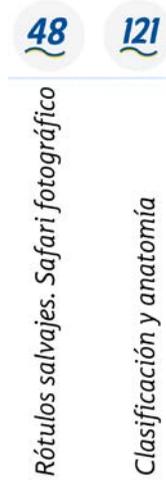
Al diseñar la retícula, con sus respectivos módulos, y una vez definida la fuente y el tamaño del cuerpo de texto, de 10 pt y con interlineado de 13 pt (se explica más adelante), tuve cuidado en cumplir con la recomendación de caracteres por línea de Robert Bringhurst, de entre 45 y 75 caracteres para cajas de texto de una sola columna (39). Así, con la tipografía y cuerpo definidos el promedio de caracteres por línea en el cuerpo de texto del libro es de 64.

Otros elementos, presentes fuera de la cuadrícula base pero alineados a la retícula, en el margen externo son los folios y cornisas (figura 5), en estas últimas se acostumbra repetir información sobre la obra, como el título, el autor o el capítulo (Zavala 35). En este caso, en página par se presentan el folio y el título del libro, mientras que en la página non se muestra el folio y el título del apartado, en la figura 6 se muestra un acercamiento de los folios.

Figura 5. Folios y cornisas dentro de la página



Figura 6. Acercamiento de folios y cornisas



No es común que los rotulistas agreguen formas extras a sus trabajos, como florituras o garigoleos, sin embargo, en escasas ocasiones subrayan, agregan una sombra o encierran dentro de una forma sólida algunos elementos del rótulo (figura 7), por esta razón se optó por tomar esos ejemplos para adornar el folio.

Figura 7. Ejemplo de rótulos con adorno



La decisión para colocar los folios en ese lugar fue inspirada en algunas de las fachadas donde se pueden encontrar los rótulos, estos últimos se encuentran en el centro y en la parte superior y abajo de ellos, a los lados, es común encontrar el número del local que el rótulo promociona. Muestro un ejemplo en la figura 8. Coloqué los folios alineados horizontalmente con las

cornisas, a la mitad del margen exterior; verticalmente, en el espacio entre las dos primeras filas de la retícula.

Figura 8. Fotografía de fachada como inspiración para la disposición del folio en las páginas



Tipografía

Criterios de selección tipográfica

Antes de seleccionar la o las familias tipográficas que se usarán en una publicación es necesario revisar el texto disponible o lo que se planea publicar para descubrir secciones o jerarquías que se puedan presentar y sea necesario diferenciar en el producto final (Bringhurst 31), además de los requerimientos del idioma y medio de publicación (digital; impreso en papel brillante, mate, gramaje alto o bajo, etc.), de esta manera, se tuvieron en cuenta las características que la tipografía debería cumplir para este proyecto.

Existen diferentes perspectivas para elegir una fuente coherente con la publicación. Para el proyecto propuesto se decidió poner en práctica el enfoque conceptual, donde se “busca la idea genial [o concepto] que englobe el mensaje. . . . el grafismo concpetual apela a la inteligencia y confía en establecer la complicidad entre diseñador y público” (Baines y Haslam 124), también es el tipo de orientación que se utiliza en varias ramas de diseño gráfico, al considerar al lector meta del producto en la toma de decisiones. Otra perspectiva importante al momento de escoger la tipografía para el proyecto fue “seleccionar un tipo determinado por razones históricas”

(Baines y Haslam 125). Considerando los criterios anteriores fue que elegí las tipografías *Gandhi* y *FTY Speedy Casual*, descritas más adelante¹¹.

FTY Speedy Casual

Diseñada por la fundidora digital The Fontry en 2013, con un precio de \$ 499.80 por la familia, es una fuente *script*, con una familia disponible de sólo mayúsculas inclinadas y rectas o *upright*. Se eligió esta tipografía guiado por la perspectiva conceptual, porque sus formas están basadas en las letras hechas con pincel, como las que realizan los rotulistas (figura 9), lo que da la opción de utilizar esta tipografía únicamente en títulos y folios. Es imprescindible que cuente con tildes, virgulilla, signos de admiración e interrogación; exigencias que esta tipografía cumple. Los sombreados y efecto bicolor no son parte de la tipografía, son alteraciones hechas para jerarquizar el contenido en el que se utilizan, dichas alteraciones la convierten en *lettering*; esto último le dará mayor jerarquía al ser utilizada en los títulos, además será usada, sin modificaciones, en subtítulos y folios.

Figura 9. Muestra de las variantes de la fuente FTY Speedy Casual versión inclinada



11 En la Hoja de Estilo, del *Manual de Criterios Editoriales* (Anexo 3), se pueden consultar las especificaciones y características de las jerarquías, elementos textuales y gráficos.

Familia *Gandhi Sans*

Las razones históricas y conceptuales fueron las que influenciaron la selección de esta tipografía. Históricas en su versión *sans* porque esta fuente comparte la ideología minimalista relacionada con la frase “menos es más” popularizada por el arquitecto Ludwig Mies van der Rohe, la cual se nos repite a los diseñadores cuando iniciamos la formación profesional en la universidad, acción que busca perpetuar el minimalismo como la mejor opción de diseño y como ejemplo de modernidad. Podemos encontrar estas ideas en la tipografía suiza de los años sesenta, que defendía una “composición asimétrica sobre una caja rígida representada por la Helvetica u otro carácter sin remates [*sans serif*]” (Unger 19). En cuanto a la perspectiva conceptual, el proyecto habla sobre la gráfica mexicana y la identidad que otorgan los rótulos al país, por esta razón se buscó una tipografía hecha en México, por mexicanos; lo que es la súper familia *Gandhi*.

Esta súper familia tipográfica fue diseñada por Cristóbal Henestrosa y Raúl Plancarte, con la colaboración de Gabriela Varela y David Kimura en el año 2012. Tiene dos familias: *sans* y *serif*, con las fuentes *regular*, *italic*, *bold* y *bold italic*. Fue “Pensada y creada por un equipo de tipógrafos y diseñadores mexicanos . . . avalada por un grupo de oftalmólogos, neurólogos, editores e impresores, la *Gandhi* es la tipografía que facilita la lectura de los mexicanos” (Librerías *Gandhi*). Un dato importante es que es gratuita y de uso libre.

La versión *sans* (figura 10) fue elegida para esta publicación, para el cuerpo de texto, notas al pie, cornisas y pies de foto.

Figura 10. Muestra de la tipografía *Gandhi Sans*

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz Áá Éé Íí
Óó Úú 1234567890 ¶&@*—¿?!\$ “ ” ”•
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz Áá Éé Íí
Óó Úú 1234567890 ¶&@*—¿?!\$ “ ” ”•

Cuerpo o tamaño del texto

Para Phil Baines y Andrew Haslam es normal un tamaño menor de 14 pt en los textos de los libros, pues esto permite ser discretos para leer las palabras y no los rasgos de la tipografía (123-125). Con este consejo, sin descuidar al lector meta y después de realizar pruebas de impresión, decidí utilizar un cuerpo de 10 pt para el texto principal. Asimismo, como se mencionó antes, se cuidó cumplir con las recomendaciones de Robert Bringhurst en cuanto a caracteres por línea.

El interlineado utilizado es de 13 pt, esta medida define el incremento de la línea base a la que se ajustan las líneas de texto. Al igual que con el cuerpo del texto se realizaron pruebas de impresión para decidir cuál era el interlineado más adecuado. En la figura 11 se muestra un ejemplo de párrafo con texto falso y formato de 10/13 pt, con sangría de 1p7 y justificado.

Figura 11. Texto falso con la fuente Gandhi Sans de 10 pt con interlineado de 13 pt

Nem as aut lic te ium, am, quasita eperion sequis alique velit alitias aspis est, iuntiam ex et litem veligendae volupticae viduntempos moluptas aut harchil iusti ullitiaerae. Ut eos maiorentias earumqu iandis de officiis et ad mos dem quiati as enis nobis dolessed maximi, con cus eius ex et vellore si is id modi odio berio. Pore, apeditibus vendae es quataquam re, optibearum sa volo voloriae iniminv elest, quatas vendunt audae vidi omnimi, cuptatu reriamet lanimu.

Otros textos donde también se utilizará la tipografía *Gandhi Sans* son los pies de foto, de 8/9 pt, en párrafo francés; las notas al pie, 8/10 pt; las cornisas, en itálicas, de 8 pt; la página legal, 9/13 pt, en párrafo alineado a la izquierda y párrafo francés; y en el colofón, 10/13 pt, en párrafo alineado al centro. Para consultar todas las jerarquías y formatos de texto se puede consultar el apartado de “Especificaciones de estilo” del *Manual de criterios editoriales*, dentro del Anexo 3.

Otros elementos de diseño

Color

El libro *Rótulos salvajes, Safari fotográfico* contiene textos de Roberto González, Arturo Rodríguez, y entrevistas a tres rotulistas (Melquiades García, Martín Hernández y Alina Kiliwa). Para señalar el espacio e identificación de cada colaborador se utilizaron colores específicos para cada sección, de esta manera se tiene una pista sobre en qué contenido se está en el libro. Lo que define el color para cada sección es la primera página de la misma, donde se presenta el título de capítulo inspirado en el diseño de algún rótulo seleccionado (figura 12 y 13).

Figura 12. Ejemplo de rótulo seguido por el ejemplo de inicio de capítulo inspirado en él



Figura 13. Ejemplo de rótulo seguido por el ejemplo de inicio de capítulo inspirado en él, después el ejemplo de la página con los colores utilizados



Como se pudo observar en las figuras anteriores, los títulos corresponden a los colores de la primera imagen del apartado. Pero también hay otros elementos como flechas, conectores, líneas, palabras, diagramas, pies de foto, llamados a pie de foto que seguirán el mismo estilo gráfico de color.

A continuación, en las siguientes figuras muestro la cubierta o primera de forros y algunos ejemplos de páginas formadas con lo descrito anteriormente:

Figura 14. Cubierta o primera de forros

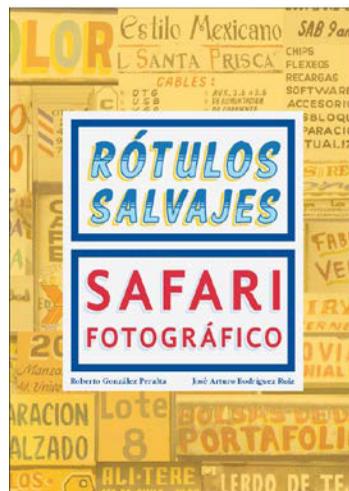


Figura 15. Doble página de entrevista

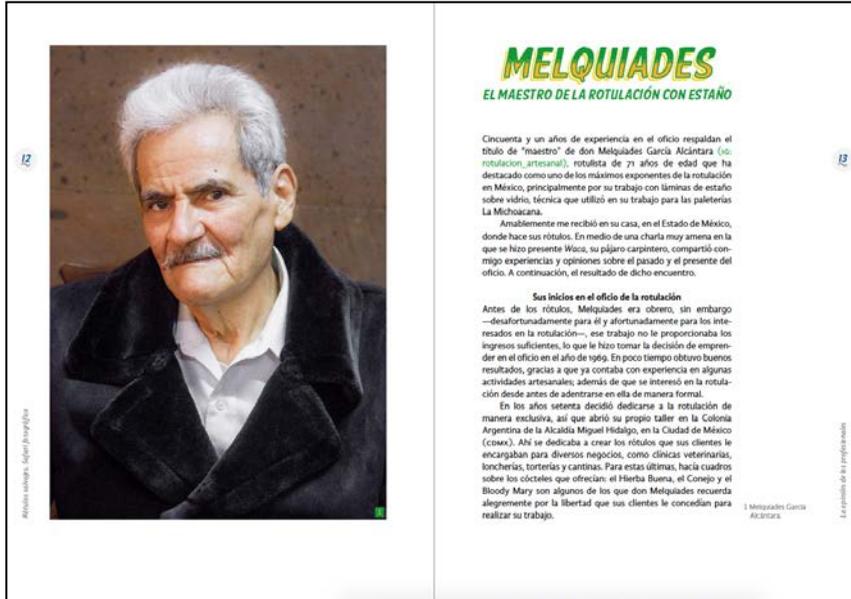


Figura 16. Doble página de final de entrevista



Rescate y promoción de la rotulación como parte de la gráfica popular mexicana

Figura 17. Doble página de clasificación



Figura 18. Doble página de Safari Fotográfico

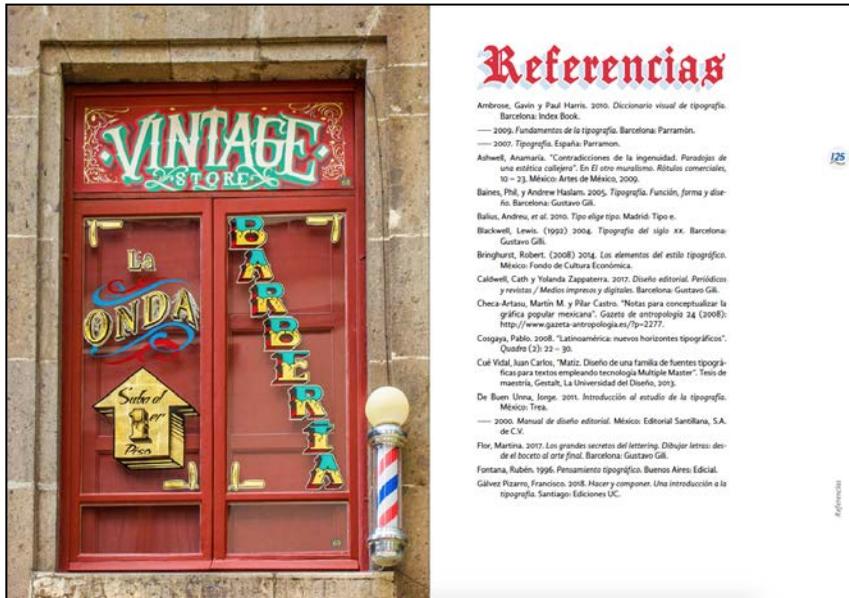


Rescate y promoción de la rotulación como parte de la gráfica popular mexicana

Figura 19. Doble página de Safari Fotográfico



Figura 20. Doble página, final de Safari Fotográfico e inicio de Referencias



Cálculo de costos

Ficha técnica

Aquí presento, de manera breve, las características principales para la producción del libro. Estos datos sirvieron para realizar los cálculos de costos fijos y variables, presentados más adelante.

FICHA TÉCNICA

| | |
|------------------------------|---|
| Título | <i>Rótulos salvajes. Safari fotográfico</i> |
| Editor | Arturo Rodríguez |
| Tamaño final | 16.5 × 23 cm |
| Tamaño extendido | Interiores: 33 × 23 cm Forros: 35.4 × 24 cm |
| Páginas totales | 128 páginas (en 4 pliegos de 32 páginas) |
| Papel para interiores | Couché mate de 130 g, en hojas de 72 × 102 cm |
| Papel para forros | Couché mate de 150 g, en hojas de 70 × 95 cm |
| Descripción cromática | Interiores 4 × 4 forros 4 × 0 |
| Encuadernación | Tapa dura (<i>cartoné</i>) |
| Acabados | Laminado mate |
| Tiraje | 1,000 ejemplares |

Las siguientes imágenes muestran cómo se ajustan las páginas interiores y los forros del libro en cada hoja de papel para su impresión. Con ello se corrobora que la producción del tamaño del libro propuesto es viable.

Figura 21. Distribución de páginas interiores en hoja de impresión

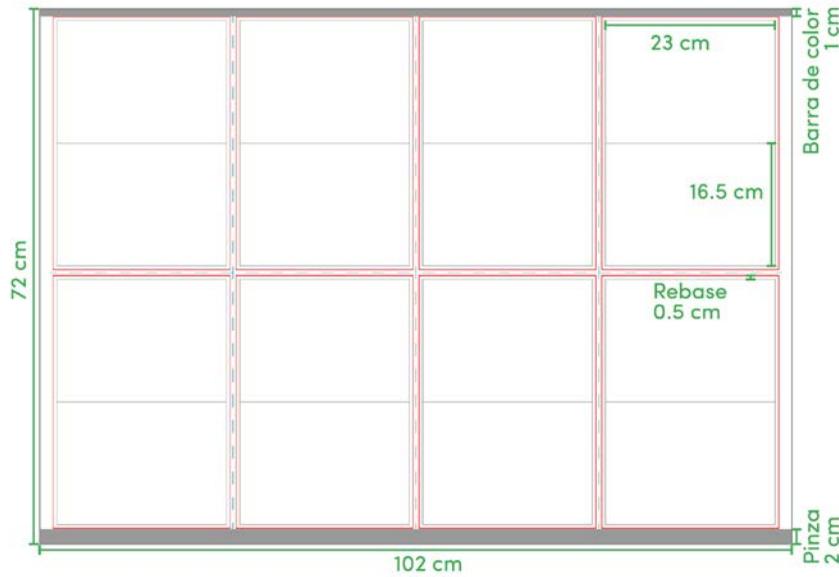
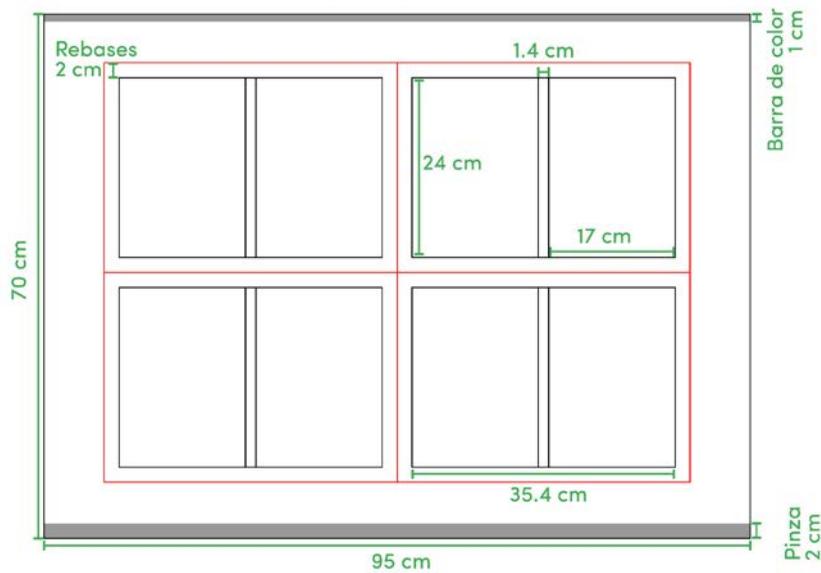


Figura 22. Distribución de forros en hoja de impresión



Costos fijos

La siguiente tabla muestra los costos fijos, estos a diferencia de los costos variables, permanecen igual durante más tiempo y no son afectados por el tiraje de la obra. Los conceptos que generalmente se toman en cuenta como costos fijos son los servicios (excluyendo los servicios de impresión) y trámites ante el Instituto Nacional de Derechos de Autor (Indautor).

COSTOS FIJOS

| | |
|--|---------------------|
| Registro de obra ante el Indautor | \$ 271.00 |
| Trámite del ISBN (\$ 233.00) y código de barras (\$ 168.00) | \$ 401.00 |
| Corrección de estilo , se paga por cuartilla editorial de 1800 caracteres (en total se tendrán 38 cuartillas de texto y cada cuartilla se pagó a \$ 65.00) | \$ 2,470.00 |
| Diseño de interiores y forros | \$ 10,000.00 |
| Diagramación por pliego de 16 páginas (a \$ 700.00 cada pliego de 16 páginas. En este caso son pliegos de 32 páginas (el doble). Entonces, para la diagramación de las 128 páginas, en 4 pliegos de 32, se multiplica \$ 700.00 por 8) | \$ 5,600.00 |
| Lecturas de pruebas (2) (en 128 páginas con texto a \$ 45.00 por página) | \$ 11,520.00 |
| Correcciones finas (de 128 páginas totales a \$ 55.00 por página) | \$ 7,040.00 |
| Fotografía (para este tipo de trabajo se cobra \$ 1,500.00 por hora, durante la cual se pueden obtener, aproximadamente, 20 fotografías buenas. Se necesitan 300 fotos, entonces se necesitaron 15 horas, dando un total de \$ 22,500.00 + \$ 1,500 por retoque sencillo) | \$ 24,000.00 |
| Compra de la licencia tipográfica de la fuente <i>FTY Speedy Casual</i> | \$ 499.80 |
| Total | \$ 61,801.80 |

Los precios de los servicios fueron calculados según el tabulador de producción de Versal y cotizaciones hechas con las especificaciones del trabajo (tomando en cuenta que es un proyecto académico)

Costos variables

Los costos que se muestran en este apartado son afectados de manera directa por los precios del papel¹² (el cual cambia constantemente) y por los costos de producción de la obra que generan los servicios de impresión y encuadernación, directamente relacionados con el tiraje de la obra.

Costos variables

| | |
|---|---|
| Papel para forros (tiraje ÷ número de forros por hoja= $X + 20\%$ de merma= $X \div$ millar de hojas= $X \times$ costo por millar= costo del papel) | $1000 \div 4 = 250 + 20\% =$ $300 \div 1000 = 0.3 \times \$ 2,317.00 =$ \$ 695.10 |
| Papel para interiores (tiraje \times número de pliegos por libro= $X + 10\%$ de merma= $X \div$ millar de hojas= $X \times$ costo por millar= costo del papel) | $1000 \times 4 = 4,000 + 10\% =$ $4,400 \div 1000 = 4.4 \times \$ 2,216.00 =$ \$ 9,750.40 |
| Impresión de forros ([entradas a máquina (por millar): número de tintas] \times costo por millar) + (placas: número de tintas \times costo por placa) | $(4 \times \$ 590.00 = \$ 2,360.00) +$ $(4 \times \$ 420.00 = \$ 1,680.00) =$ \$ 4,040.00 |
| Impresión de interiores ([entradas a máquina por hoja (por millar): número de tintas por los dos lados \times costo por millar] + [placas: número de tintas \times costo por placa] \times número de pliegos) | $[(8 \times \$ 590.00 =$ $\$ 4,720.00) + (8 \times \$ 420.00 =$ $\$ 3,360)] \times 4 =$ \$ 32,320.00 |
| Acabados (laminado mate: tiraje \times costo de m ² por millar) | $1 \text{ millar} \times \$ 1,400.00 =$ \$ 1,400.00 |
| Encuadernación (tiraje \times costo por ejemplar) | $1,000 \times \$ 30.00 =$ \$ 30,000.00 |
| Total | \$ 78,205.50 |

12 Los costos del papel tomados en cuenta son de Papel S.A. vigente hasta el 28 de marzo de 2021, sin embargo, aún no han renovado sus datos. Para los servicios de impresión se consideró a CVC Impresos de la Ciudad de México.

A continuación se utilizan los costos fijos y los costos variables para obtener el precio de venta al público del libro.

Precio de venta al público

La siguiente tabla muestra cómo llegué al precio de venta al público (PVP) y qué factor editorial¹³ tomé en cuenta para lograr que sea un libro competitivo respecto al precio de otras publicaciones similares en el mercado. También presento el desglose del PVP, señalando el porcentaje y el total por ejemplar que se invierte en cada uno de los procesos e involucrados en la realización del libro.

| PVP | |
|---|--|
| Costos fijos (\$ 61,801.80) + costos variables (\$ 78,205.50)= \$ 140,007.30 | |
| PVP con factor editorial 4 ([suma de costos fijos y variables ÷ ejemplares= costo unitario de producción] × factor editorial)= costo unitario de producción | $([\$ 140,007.30 \div 1000 = 140.00] \times 4) =$ \$ 560.00 |
| Porcentaje y concepto | Total |
| 25 % Costos de producción | \$ 140.00 |
| 10 % Regalías para los autores | \$ 56.00 |
| 40 % Descuento para librerías o canales de distribución | \$ 224.00 |
| 10 % Gastos generales de la editorial | \$ 56.00 |
| 15 % Utilidad para el editor | \$ 84.00 |

13 Con el factor editorial “se calcula cuánto sale fabricar el producto (costes). También qué precio debería tener y se estiman las ganancias que con él se obtendrán . . . [El factor editorial] sirve para determinar el precio de coste o de venta de una mercancía con relación a los factores que lo integran” (Eguaras).

Factor editorial 4

Normalmente el factor editorial utilizado es el *cinco*, pero si hubiese aplicado ese factor, el PVP sería de \$ 700.00, lo que hace que el precio del libro sea mayor al costo de libros similares (los mostrados en el apartado de Análisis del producto en relación con el mercado). Es por eso que utilicé el factor editorial *cuatro*, para reducir el PVP del libro; de esta manera el precio se ajusta al precio medio de la competencia, de entre \$ 312.00 y \$ 640.00. Si bien el precio final de \$ 560.00 no está entre los más asequibles, está sólo \$ 95.00 por arriba del promedio de los referentes analizados, esto hace que el producto sea competitivo.

Esta estrategia me permitió reducir el descuento para el canal de distribución (librerías) un 5 % y utilizar ese porcentaje en la inversión monetaria que producen los gastos de producción. Como ya mencioné antes, con un factor editorial *cinco* el precio sería más elevado y los porcentajes quedarían: 45 % para las librerías y sólo 20 % para los costos de producción, ahora se utiliza parte del dinero en producir el libro y se sacrifica una pequeña cantidad de lo destinado a las canales de distribución. El factor editorial cambió de manera favorable el precio del libro hacia el mercado meta, pero no modificó de ninguna manera el costo de producción de la publicación.

El tiraje de la obra está relacionado con los costos y precio del libro. Generalmente las imprentas *offset* manejan un número mínimo de impresiones para aceptar trabajar en algún proyecto, el cual está comúnmente limitado a mil impresiones, especialmente para impresiones en cuatricromía. Ahora bien, con el tiraje propuesto, los costos y el PVP que implica, se tiene la ventaja de poner a la venta un libro con un precio competitivo en relación con el mercado editorial, además de que los gastos de almacenaje generados por dicho tiraje no serán excesivos por las obras no vendidas; se toma en cuenta que dependiendo del impacto del producto en el mercado, se puede negociar la reimpresión de la obra.

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio indica el momento en el que no hay pérdidas ni ganancias por la venta del producto editorial. Para saber cuántos ejemplares se deben vender para llegar al equilibrio antes mencionado se toman en cuenta varios factores como el PVP, el descuento a librerías, los costos y los gastos generales de la editorial. Después de superar este número de libros vendidos los ingresos se consideran ganancias.

En la siguiente tabla se muestra cómo calcular el punto de equilibrio y cuál corresponde al del producto editorial planteado según, el tiraje propuesto de mil ejemplares.

| PUNTO DE EQUILIBRIO | |
|---|---|
| PVP | \$ 560.00 |
| 40 % de descuento a librerías | \$ 224.00 |
| Ingreso bruto (PVP - descuento a librerías) | \$ 560.00 - \$ 224.00= \$336.00 |
| 10 % de gastos generales de la editorial | \$ 56.00 |
| Beneficio Bruto (ingreso bruto - gastos generales) | \$ 336.00 - \$ 56.00= \$ 280.00 |
| Punto de equilibrio ([costos fijos + costos variables] ÷ beneficio bruto) | (\$ 61,801.80 + \$ 78,205.50) ÷ \$ 280.00= 500.02 (se redondea)= 500 ejemplares |

Por lo tanto, será necesario vender la mitad del tiraje propuesto para llegar al punto de equilibrio, pasando los quinientos ejemplares vendidos es cuando se tomarán los ingresos como ganancia moneteria.

Difusión, distribución y comercialización

Es necesario cumplir algunos requerimientos legales para poder vender el libro (al menos en librerías) y proteger la publicación de la piratería y otros usos indebidos, por lo tanto, se registrará la obra en el Indautor, tramitar el

ISBN y un código de barras, al cumplirse los requisitos anteriores será factible proceder por la vía legal para defender la obra en caso de sea plagiada o se use indebidamente.

Dada la temática que se aborda en el libro sobre identidad y gráfica mexicana, una posibilidad es financiar la producción de la obra mediante algún organismo gubernamental. Algunas otras oportunidades son las convocatorias, como las ofertadas por el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA), el Programa de Fomento a Proyectos y Conversiones Culturales, y la de Jóvenes Creadores. También es viable la Beca de Arte BBVA, de Fomento Cultural de Fundación BBVA, conocida anteriormente como proyecto Bi.

Una vez impreso el tiraje propuesto, un medio de distribución adecuado son las cadenas de librerías comerciales y librerías independientes, éstas son el lugar más común para distribuir libros. Además, una de las razones de colocar el producto en librerías es para estar donde la competencia, principalmente en Librerías Gandhi, El Sótano, Fondo de Cultura Económica (FCE) y Educal, ya que estas cadenas ofrecen publicaciones de temática, contenido y acabados similares al libro que planteo. Asimismo, por el perfil del lector al que está dirigido también se contemplan como punto de venta las librerías universitarias.

Hay otras opciones de distribución, como la venta en ferias del libro y congresos especializados; la asistencia a éstos y la renta del stand que me permita ofrecer el libro se pagaría con lo destinado como concepto de descuento a librerías como canal de distribución, es importante mencionar que dicho lugar para la venta de la publicación podría, preferentemente, ser compartido con otros editores, editoriales, autores y creadores. También se pueden lograr ventas en las tiendas de museos de arte y diseño y en cursos relacionados con la temática de este producto.

DERECHOS DE AUTOR

La obra *Rótulos salvajes. Safari fotográfico* es, por el momento, un proyecto académico que tiene la función de conocer y poner en práctica todos los procesos de edición de una publicación, en este caso un libro impreso. Aún así, la intención a futuro es que el libro sea publicado. Por lo tanto, se acatarán todas las normativas que exige la ley para la publicación oficial y legal de una obra.

Esto, además, permitirá que las colaboraciones de los distintos autores y entrevistados queden claramente establecidas (permisos y aclaraciones de uso y modificaciones, temporalidad), en los respectivos documentos legales.

En resumen, la obra planteada es un libro impreso que trata sobre la importancia de la rotulación en México. Los contenidos textuales fueron realizados, principalmente, por dos autores: Roberto Gonzalez Peralta y por mí, Arturo Rodríguez. Asimismo, se incluye un apartado de Martín Hernández Robles extraído de su entrevista, como también entrevistas a él y a dos rotulistas más. En cuanto a los contenidos gráficos (fotografías), yo soy el autor.

Comenzaré presentando algunas de las definiciones necesarias que, si bien no son todas, serán útiles al momento de definir la obra o los requerimientos legales de ésta.

Normas y Derecho

Normas

Para García Guinea, una norma es “una regla que regula la conducta de personas en una determinada sociedad, por lo que todas las personas están vinculadas a diversas clases de normas, como las jurídicas, morales, religiosas, del trato social y técnicas”. Aquí presentaré sólo una breve definición de las normas sociales, morales y jurídicas.

Tipos de normas

Normas jurídicas

Cano Melgoza comparte que las normas jurídicas son el conjunto de mandatos que se aplican exclusivamente a las relaciones del hombre que vive en sociedad, éstas las pone el Estado, a través del Poder Legislativo. Además, estas normas tienen las siguientes características:

- son bilaterales, esto quiere decir que una obligación jurídica a cargo de determinada persona trae aparejado un derecho a favor de otra persona para exigir el cumplimiento de la misma;
- son exteriores, exigen una conducta fundamentalmente externa;
- son coercibles, si no son cumplidas por los obligados, el Estado puede exigir su cumplimiento;
- son heterónomas, el creador de la norma es un ente distinto del destinatario de la misma.

Existen dos tipos de normas jurídicas, las generales y las individuales. Las normas jurídicas generales son las que aluden a una conducta atribuible a un número indeterminado de individuos, mientras que las normas jurídicas individuales son las que están dirigidas a uno o varios individuos de manera personal, como por ejemplo: un contrato de prestación de servicios profesionales o una carta de cesión de derechos, de éstas se realizaron cartas de cesión de derechos para los contenidos textuales y contrato de prestación de servicios profesionales para las fotografías.

Normas sociales

Las normas sociales permiten desarrollar una vida social más amena y cordial, también nos permiten comportarnos adecuadamente en ciertas circunstancias o momentos. Hay sanciones al no cumplir estas normas, pero no son de carácter legal, sólo de carácter social (Cano Melgoza 2).

Normas morales

La característica de las normas morales es la unilateralidad, pues no hay quien obligue el cumplimiento de éstas, tampoco hay quien obligue a acatarlas. Estas normas no exigen el cumplimiento de deberes u obligaciones,

tampoco conceden derechos. Son internas, quien las cumple lo hace de manera voluntaria y no por la consecuencia de poder recibir represalias legales (Cano Melgoza 3).

Propiedad Intelectual (PI)

Para la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) la propiedad intelectual está relacionada con todas las creaciones de la mente: “invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres, imágenes utilizadas en el comercio”. Ésta se divide en dos categorías: propiedad industrial y el derecho de autor, me enfocaré sólo en esta última porque es la que abarca los productos editoriales (*¿Qué es la propiedad intelectual?* 2).

Derecho

El Derecho se define como “el conjunto de normas jurídicas que regulan la conducta de los hombres en sociedad” (Reyes 10). A diferencia del Deber, que se puede definir como las actividades o conductas que las personas están obligadas a cumplir o si no serán sancionadas, el Derecho es lo que regula estas conductas en la sociedad. Entonces el Derecho es lo que se exige y el Deber son las conductas (*ibid* 11).

Derecho de autor

Para Parra Trujillo este tipo de Derecho es “una serie de facultades, tanto de orden económico como de orden personal, que conceden los Estados a las personas físicas que han creado una obra de carácter intelectual, con el objetivo de que dichos individuos puedan beneficiarse del fruto de su actividad creativa y puedan controlar ciertos usos de sus obras” (4).

Entre la amplia variedad de tipos de obras que son protegidas por los Derechos de autor, las aplicables para este proyecto, son las obras literarias y las fotográficas. Pues en su sitio web, la OMPI indica que estos Derechos son

los que describen los Derechos de los creadores de obras literarias y artísticas (*Derecho de autor*).

Afortunadamente, la finalidad de los Derechos de autor no sólo se limita en controlar el uso de las creaciones, ni de cobrar regalías o recibir ganancias, pues estos Derechos, además de estimular y fomentar la creatividad e innovación, permiten que quien sea titular de una obra (autores, sus herederos y los derechohabientes) tenga exclusividad para utilizarla como él lo desee, respetando condiciones previamente acordadas (OMPI *¿Qué es la propiedad intelectual?* 19).

Los Derechos de autor se dividen en Derechos patrimoniales (de los cuales se habló un poco en el párrafo anterior) y Derechos morales, más adelante se explicará sobre éstos, pero antes aclaro que es la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA)¹⁴ la que se encarga de regir estas leyes en la República Mexicana.

Derecho moral

El autor es el único propietario del derecho moral sobre sus obras, como se explica en el Capítulo II, De los Derechos Morales de la LFDA. En este capítulo, que abarca desde el Artículo 18 hasta el Artículo 23, se expone que este tipo de Derecho es inalienable (que no se puede transmitir, ni heredar), irrenunciable e inembargable (Artículo 19); las decisiones que el autor puede tomar sobre su obra, el poder de publicarla como anónima, con un seudónimo o bajo su propio nombre; modificarla; retirarla del comercio (cuando el autor sea el único titular de los Derechos patrimoniales); entre otros.

Derechos patrimoniales

Son estos los que se centran en que el:

titular de los derechos obtenga compensación financiera por el uso de sus obras por terceros . . . [Además] los derechos patrimoniales contemplados en el marco del derecho de autor están protegidos

14 La LFDA se puede consultar en la siguiente dirección: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Federal/html/wo17068.html#:~:text=%2D%20El%20derecho%20de%20autor%20es,de%20car%C3%A1cter%20personal%20y%20patrimonial>.

durante un plazo determinado previsto en los tratados pertinentes de la OMPI, y que comienzan a correr con la creación o fijación de la obra y se extiende como mínimo a 50 años contados a partir de la muerte del creador. (OMPI, *Derecho de autor*)

En México la duración de los Derechos patrimoniales es más amplia en comparación con el mínimo establecido por la OMPI y otros países, pues abarca durante la vida del autor y, a partir de su muerte cien años más. Cuando la obra tenga más de un autor los cien años comenzarán a contarse después de la muerte del último (Indautor).

La LFDA dice en el Título III, “De la Transmisión de los Derechos Patrimoniales” que cuando en un contrato no se estipule la duración de la propiedad intelectual de la obra esta transmisión de derechos patrimoniales terminará en cinco años (Artículo 33). Además, se indica en el Artículo 26, del Título antes mencionado, que el autor es el titular original del derecho patrimonial y sus herederos o causahabientes por cualquier título serán considerados titulares derivados.

Derechos conexos

Para el Instituto de Derecho de Autor¹⁵ los derechos conexos son “aquellos que otorgan protección a quienes, sin ser autores, contribuyen con creatividad, técnica u organización en el proceso de poner a disposición del público una obra”. Agrega el Indautor sobre los Derechos conexos que son los “derechos concedidos para proteger los intereses de los . . . editores de libros . . . en relación con sus actividades referentes a la utilización pública de obras de autores, toda clase de representaciones artísticas . . . información y sonido o imágenes”. Algunas de las obras que pueden ser protegidas por este tipo de derecho son:

Las obras sujetas a la protección de los Derechos conexos son las traducciones, adaptaciones; compendios; transportaciones;

15 Instituto español dedicado a la promoción y difusión del estudio de la Propiedad Intelectual.

arreglos; instrumentaciones; dramatizaciones; transformaciones; compilaciones; interpretaciones; ejecuciones. Personajes ficticios, personajes simbólicos en obras literarias, historietas gráficas o en cualquier publicación periódica, con tal que sean originales y se utilicen habitualmente o de manera periódica. Títulos de publicación o difusión periódica ya sea revista, periódico, noticiero cinematográfico. Características gráficas que sean distintivas de los editores de periódicos o revistas, así como de los productores de películas. (Rangel 95)

La OMPI declara que los Derechos conexos están relacionados con los Derechos de autor y que pueden tener derechos similares o iguales, pero que éstos a su vez son limitados y tienen una duración menor (*¿Qué es la propiedad intelectual?* 18). Los beneficiarios de los Derechos conexos pueden ser: los artistas intérpretes y ejecutantes; los productores de fonogramas; las organizaciones de radiodifusión y los editores.

Para comprender la relación de Derechos patrimoniales y conexos que hay entre autores y editores, la LFDA define a estos últimos como “la persona física o moral que selecciona o concibe una edición y realiza por sí o a través de terceros su elaboración” (Artículo 124). Se identifica así al autor como único dueño del derecho moral y patrimonial de su obra, pero al editor como el propietario del derecho conexo en relación con las obras del autor y, posiblemente, también se le cedan los derechos patrimoniales.

Tipo de obra

El Artículo 13 de la LFDA dicta las ramas a las que pueden pertenecer las obras sujetas de protección. Es aquí donde se indica que las obras literarias son dignas de la protección del derecho de autor. Para identificar la obra se seguirán los lineamientos dados en el Título I, “ Disposiciones Generales” de la LFDA, desde el Artículo 1 hasta el Artículo 10.

En el Artículo 4 de la LFDA es donde se definen las obras que pueden ser protegidas, aquí cito textualmente las descripciones que aplican para el libro *Rótulos salvajes. Safari fotográfico*:

A Según su autor

I. Conocido: Contienen la mención del nombre, signo o firma con que se identifica a su autor.

B Según su comunicación:

II. Inéditas: Las no divulgadas [las que no han sido publicadas anteriormente].

C Según su origen:

I. Primigenias: Las que han sido creadas de origen sin estar basadas en otra preexistente, o que estando basadas en otra, sus características afirman su originalidad [en otras palabras, las obras que no son una copia, reedición, traducción, adaptación u otra transformación de una obra primigenia, o que en caso de inspirarse y compartir elementos con otros libros, sean obras notablemente distintas].

D Según los creadores que intervienen:

III. Colectivas: Las creadas por la iniciativa de una persona física o moral que las publica y divulga bajo su dirección y nombre . . . [la obra es de iniciativa propia y será el responsable de publicarla].

Los involucrados

El editor

Sumado a lo expuesto en el párrafo anterior, sobre las obras colectivas, en el Artículo 124 se define como editor a “la persona física o moral que selecciona o concibe una edición y realiza por sí o a través de terceros su elaboración” (LFDA), con estas últimas dos descripciones se entiende que por iniciativa propia soy el editor del libro *Rótulos salvajes. Safari fotográfico*.

Los autores

El Artículo 30 dice que “El titular de los derechos patrimoniales puede, libremente, conforme a lo establecido por esta ley, transferir sus derechos patrimoniales u otorgar licencias de uso exclusivo o no exclusivas” (LFDA), de acuerdo con este artículo se elaboró una carta de cesión de derechos para

las aportaciones de los autores a la obra y para los entrevistados, para que estos últimos otorguen el permiso de publicar los resultados de la entrevista, el modelo de carta de cesión de derechos se puede encontrar en el Anexo 1. Los entrevistados son Melquiades García Alcántara, Martín Hernández Robles y Alina Soria Blanquel (quien utiliza el seudónimo de Alina *Kiliwa* y es así es como se le nombrará en el libro) y los autores, Roberto González Peralta y José Arturo Rodríguez Ruiz. En este proyecto, además de ser autor también soy editor, por lo que estoy exento de firmar una carta de cesión de derechos, esto porque las cartas de cesión traspasan los derechos de las obras hacia al editor, es decir, a mí.

También existe otro tipo de contrato, el de prestación de servicios profesionales, para distintos involucrados en la obra, el corrector de estilo; el diseñador encargado de interiores, forros y diagramación; el responsable de las lecturas de prueba, quien realice las correcciones finas y el fotógrafo; este contrato está más adelante, en el Anexo 2.

ISBN

Ya firmadas las cartas de cesión de derechos, los contratos de prestación de servicios, con la obra registrada ante el Indautor y teniendo la versión dinal, corregida y revisada, quince días antes de enviarla para la impresión del tiraje comercial es necesario tramitar el ISBN (por sus siglas en inglés, *International Standard Book Number*), este código es descrito por Thomas Woll como el número que:

identifica cada edición específica de su libro, incluyendo los diferentes tipos de presentación, tales como tapa dura o tapa blanda. Una vez utilizando un ISBN, éste nunca es utilizado nuevamente, aun si el libro se agota. El número se compone de una serie de diez dígitos [actualmente son trece dígitos], agrupados en cuatro grupos separados por guiones, que identifican el país o la región lingüística de origen, la editorial y la edición del título. El último número del ISBN es un dígito de control, a través del cual las computadoras pueden determinar rápidamente si el ISBN completo es “verdadero” o si no lo es. (en López, Edgardo 559)

Algunos de los números que tendría el ISBN del libro *Rótulos salvajes. Safari fotográfico* serían los siguientes: 978-607-xxxx-xx-x (la x representa un número que es distinto en cada edición). Los primeros tres dígitos son los que se le dan a todos los libros (978); después siguen los correspondientes al país donde fue editado, el de México es el 607; la serie siguiente es la que identifica al editor o editorial (xxxx); le sigue el correlativo al título (xx) y por último el de control (x).

REFERENCIAS

- Ambrose, Gavin y Paul Harris. *Fundamentos de la tipografía*. Segunda edición, Barcelona, Parrámon, 2007.
- Ashwell, Anamaría. “Contradicciones de la ingenuidad: Paradojas de una estética callejera”. *Artes de México, El otro muralismo: rótulos comerciales*. No. 95. Sept. 2009, pp. 10-23.
- Baines, Phil y Andrew Haslam. *Tipografía: función, forma y diseño*. Segunda edición, Barcelona, Gustavo Gili, 2005.
- Bridgewater, Peter. *Introducción al diseño gráfico*. Distrito Federal, Trillas, 1992.
- Bringhurst, Robert. “Los elementos del estilo tipográfico”. *Libros sobre libros*. Cuarta edición, Distrito Federal, Fondo de Cultura Económica, 2014.
- Cadena Pacheco, Jesica. “Aplicaciones tipográficas”. *Boletín Espacio Diseño*. División de Ciencias y Artes para el Diseño, UAM Xochimilco. No. 187, jul. 2010, pp. 4-6.
- Caldwell, Cath y Yolanda Zappaterra. *Diseño editorial: Periódicos y revistas / Medios impresos y digitales*. Segunda edición, Barcelona, Gustavo Gili, 2014.
- Cano Melgoza, Rosa María. “Conceptos jurídicos fundamentales” *Poder Judicial del Estado de Guanajuato*, 14 sept. 2020, http://www.poderjudicial-gto.gob.mx/pdfs/ifsp_conceptosjuridicosfundamentales-1.pdf.
- Cárdenas, María Luisa. “Testimonios de la ingenuidad. Oficio: rotulista. Entrevista a Manuel Velasco” *Artes de México, El otro muralismo: rótulos comerciales*. No. 95. Sept. 2009, pp. 42-43.
- Checa-Artasu, Martín M., y María del Pilar Castro Rodríguez. “El olvido de lo obvio: la rotulación popular, un elemento de publicidad en el paisaje urbano”. *Diseño y Sociedad*. División de Ciencias y Artes para el Diseño, UAM Xochimilco. No. 29, primavera-otoño. 2010, pp. 24-32. https://publicaciones.xoc.uam.mx/resumen_articulo.php?id=7771.

- . “El rótulo popular, común denominador del paisaje urbano en México.” *Estudios Históricos Sobre Cultura Visual: Nuevas Perspectivas de Investigación*. Coordinado por González Reyes, Alba y Alberto del Castillo Troncoso. El Colegio de Michoacán, 2015, pp. 127-142.
- . “Notas para conceptualizar la gráfica popular mexicana.” *Gazeta de Antropología*, 06 dic. 2019, https://www.ugr.es/~pwlac/G24_46MartinM_Checa-MPilar_Castro.html.
- Cué, Patricia. “On the Wall: Designers as Agents for Change in Environmental Communication”. *Visible Language*, No. 2, Vol. 48, Ago. 2014, pp. 71-82.
- Eguaras, Mariana. “El escandallo editorial o cómo saber si un libro es viable” *Mariana Eguaras. Consultoría Editorial*, 06 sept. 2020, <https://marianaeguaras.com/escandallo-editorial-o-como-saber-si-un-libro-es-viable/>.
- Fernández Catalina, Laura. *Gracería: proyecto tipográfico sobre la ciudad de Segovia*. 2019. Universidad de Valladolid, tesis de grado. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/37313>.
- Fili, Louise. *Gráfica de la calle. Letreros de Barcelona*. Barcelona, Gustavo Gili, 2018.
- García Guinea, Vicente. “¿Qué es una Norma?”. *Unidad de apoyo para el aprendizaje*, CUAED/ Facultad de Contaduría y Administración-UNAM. 19 Nov. 2020, <https://uapa.cuaieed.unam.mx/sites/default/files/minisite/static/b21dc82f-af46-4e6e-aa9e-7ec603806a45/1-Concepto-de-Norma/index.html>.
- Hemingway, Ernest. *Muerte en la tarde. París era una fiesta*. Distrito Federal, Grupo Tomo, 2014.
- IMCO. Instituto Mexicano para la Competitividad “Compara carreras 2018”. *Compara carreras*, 30 nov. 2020, <https://imco.org.mx/comparacarreras/carrera/213>.
- Indautor. Instituto Nacional de Derechos de Autor. “Preguntas frecuentes generales”. *Preguntas frecuentes*, 23 nov. 2020, <http://www.indautor.gob.mx/preguntas-frecuentes-generales.php#:~:text=%C2%BFCu%-C3%A11%20es%20la%20vigencia%20de,cien%20a%C3%B1os%20despu%C3%A9s%20de%20divulgadas>.
- . “Ley Federal del Derecho de autor”. 21 nov. 2020, <https://www.indautor.gob.mx/documentos/marco-juridico/leyfederal.pdf>.
- Instituto de Derecho de Autor. “¿Qué son los derechos conexos?” *Instituto Autor*, 21 nov. 2020. <http://www.institutoautor.org/es-ES/SitePages/>

corp-ayudaP2.aspx?i=383#:~:text=Los%20derechos%20conexos%20son%20aquellos,disposici%C3%B3n%20del%20p%C3%ABlico%20una%20obra.

- Jennings, Simon. *Tipos de la calle: un alfabeto urbano*. Barcelona, Gustavo Gili, 2011.
- Kirkendall, Gabri Joy y Jaclyn Escalera. *El placer del lettering: guía práctica para explorar el mundo de la rotulación contemporánea*. Barcelona, Gustavo Gili, 2018.
- Levine, Faythe., y Sam. Macon. *Sign Painters*. Editado por Sara Bader. New York, Princeton Architectural, 2013.
- Librerías Gandhi. *Tipografía Gandhi*. 2012, <http://34.233.129.205/>.
- London Centre for Book Arts. *Las artes del libro. Una guía para fabricar y encuadernar libros en casa*. Barcelona, Gustavo Gili, 2017.
- López, Edgardo. *Glosario de tipografía y producción editorial*. Guadalajara, Editoriales e Industrias Creativas de México, 2019.
- López González, Fidel. *Los secretos del lettering: 10 claves para dibujar letras a mano*. Fidel López González, 2015.
- Mena, Juan Carlos, et al. *Sensacional de diseño mexicano ¡plus mejorado!*. Editado por Déborah Holtz, et al., Tercera Edición, Distrito Federal, Trilce-Océano de México, 2010.
- Montalembert, Marie-Aimée de y Ángeles Ruenes. *Miscelánea: Guía del comercio popular y tradicional del Centro Histórico de la Ciudad de México*. Segunda edición, Ciudad de México, El Viso, 2014.
- Mota, Melissa. “Rótulos México: diseño, arte y oficio” *Blog mucaroma-Roma*, 5 sept. 2020, <https://www.mucaroma.unam.mx/post/r%C3%B3tulos-m%C3%A9xico-dise%C3%B1o-arte-y-oficio>.
- Müller-Brockmann, Josef. *Sistemas de retículas: un manual para diseñadores gráficos*. Tercera edición, Barcelona, Gustavo Gili, 2016.
- OMPI. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. *¿Qué es la propiedad intelectual?* Ginebra, Publicación de la OMPI, 2004.
- . *Derecho de autor*. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. 21 nov. 2020, <https://www.wipo.int/copyright/es/>.
- Orellana, Margarita de. *El otro muralismo: rótulos coerciales*. México, D.F., Artes de México, 2009.
- Papel s.a. “Lista de Precios”. *Precios*, 05 mar. 2021, <http://papelsa.com.mx/homepage/index.php>.

- Parra Trujillo, Eduardo de la. *Derechos de los autores, artistas e inventores*. Tercera edición, México, D.F., Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2015.
- Polo Pujadas, Magda. *Corrección y gestión de proyectos editoriales*. Universidad de Castilla-La Mancha, 2007.
- Rangel Medina, David. *Derecho de la propiedad industrial e intelectual*. Segunda edición, México, D.F., Universidad Nacional Autónoma de México, 1992.
- Real Academia Española. "Safari". *Diccionario de la lengua española*, 28 mar. 2020, <https://dle.rae.es/safari>.
- Reyes Mendoza, Libia. *Introducción al estudio del derecho*. Estado de México, Red Tercer Milenio, 2012.
- Soto Eguibar, Enrique. "Capturar la ingenuidad: Un guiño en la pared". *Artes de México, El otro muralismo: rótulos comerciales*. No. 95. Sept. 2009, pp. 24-32
- Unger, Gerard. *¿Qué ocurre mientras lees?: Tipografía y legibilidad*. Valencia, Campgràfic, 2009.
- Versal, Grupo Editorial. "Tabuladores resumidos de precios y servicios editoriales". *Producción Editorial*. 05 feb. 2021, <http://www.versal.com.mx/produccion.html>.
- Wong, Wucius. *Fundamentos del diseño*. Barcelona, Gustavo Gili, 2008.
- Zavala Ruiz, Roberto. "El libro y sus orillas. Tipografía, originales, redacción, corrección de estilo y de pruebas". *Libros sobre libros*. Ciudad de México, Fondo de Cultura Económica, 2019.

ANEXO 1

CARTA-CESIÓN DE LA PROPIEDAD DE LOS DERECHOS DE AUTOR¹⁶

Ciudad, Estado, País a __ de __ de 202_.

A QUIEN CORRESPONDA PRESENTE

Por medio de la presente, con fundamento en lo dispuesto por los Artículos 24, 25, 26, 27, 30, 31, 32, 33, 35 y 36 de la Ley Federal del Derecho de Autor, el que suscribe _____, autoriza a José Arturo Rodríguez Ruiz, editor de la obra literaria *Rótulos salvajes. Safari fotográfico*, para que reproduzca, publique, edite, fije, comunique y transmita públicamente en cualquier forma o medio, en caso de ser aprobado o aprobados los textos de mi autoría, o mis conocimientos y palabras editadas concedidas durante una entrevista o plática, titulados o titulado: _____, _____, _____, mismo que es producto de mi autoría, resultado de mi formación y experiencia como _____.

También autorizo su distribución al público en el número de ejemplares que se requieran y su comunicación pública, en cada una de sus modalidades, incluida su puesta a disposición del público a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, para fines exclusivamente científicos, culturales, de difusión y sin fines de lucro. En caso de que se lucre con los

16 Lo que muestro es la plantilla utilizada para generar las cartas de cesión de derechos en la que los autores me permitan, de manera legal y comprobable, la libertad de reproducir y publicar su obra. En ella se tocan distintos puntos importantes, uno de ellos (por la naturaleza académica del proyecto) aclara que, en caso de publicar la obra con fines lucrativos, se hará un nuevo contrato donde se especifique el pago de regalías.

textos de mi autoría se hará un nuevo contrato de cesión de derechos en el que se establecerá una paga de regalías, cantidad y modo de pago.

La autorización de esta carta será por 10 años a partir de la fecha de firma de la presente licencia de uso, en el entendido de que los derechos morales sobre la titularidad del artículo de mérito quedan a salvo del autor, asimismo estoy de acuerdo con que se utilizará sin fines lucrativos, por lo que se me reconocerán y otorgarán los derechos autorales de conformidad a la Ley Federal del Derecho de Autor, lo que se formalizará a través del instrumento jurídico correspondiente.

Si alguna de las partes decide dar por terminada la presente cesión de derechos de autor, deberá notificar a la otra dicha decisión, lo cual se hará a través de comunicado por escrito con una anticipación de cuando menos treinta días antes a la fecha en que proceda la revocación.

En virtud de lo anterior, manifiesto expresamente que no me reservo ningún derecho en contra de: _____
_____.

ATENTAMENTE

(nombre y firma del AUTOR/ENTREVISTADO)

DATOS DE CONTACTO DEL AUTOR/ENTREVISTADO:

Por medio de la presente se requiere al autor que conceda la propiedad de los derechos de autor al editor _____, para que sus obras y materiales sean reproducidos, publicados, editados, fijados, comunicados y transmitidos públicamente en cualquier forma o medio; así como su distribución al público en el número de ejemplares que se requieran y su comunicación pública, en cada una de sus modalidades, incluida su puesta a disposición del público a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, para fines científicos o culturales, de difusión sin fines de lucro. Para ello el autor, debe remitir, el formato de CARTA-CESIÓN DE LA PROPIEDAD DE LOS DERECHOS DE AUTOR debidamente requisitado y firmado por el autor. Este formato (enviado directamente a cada autor) se puede enviar por correspondencia o por correo electrónico en archivo pdf con rubrica o preferentemente firmado digitalmente con firma electrónica.

ANEXO 2

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES¹⁷

Ciudad, Estado, País a __ de __ de 202__.

Contrato de prestación de servicios profesionales que celebran por una parte, _____ por su propio derecho y por la otra, _____. Representada en este acto por _____, partes a las que en lo sucesivo se les denominará como “el prestador del servicio” y “el cliente”, respectivamente, sujetándose a las declaraciones y cláusulas siguientes:

DECLARACIONES:

“EL PRESTADOR DEL SERVICIO” declara que:

1. Es de nacionalidad mexicana, mayor de edad y declara, bajo protesta de decir verdad que se encuentra inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria, con el RFC:

_____.

17 Esta es la plantilla del contrato que deberán firmar todos los prestadores de servicios brindados para el proyecto. En el apartado de CLÁUSULAS, en la PRIMERA.- OBJETO, donde se especifican los servicios a ofrecer, están enlistados los que el fotógrafo ofrece, que para este proyecto soy yo. Estas cláusulas cambiarán según los requerimientos de cada prestador de servicios o del mismo proyecto de *Rótulos salvajes. Safari fotográfico.*

2. Tiene capacidad jurídica para que se le contrate y obligarse a la prestación de los servicios profesionales independientes en materia de ejecución de proyectos del sector editorial, comercial, artístico y de diseño.
3. Cuenta con la capacidad, los conocimientos profesionales, técnicos y la experiencia necesaria en la materia para realizar los servicios objeto de este contrato.
4. Su domicilio para los efectos del presente contrato se encuentra ubicado en: _____

_____.

“EL CLIENTE” declara que:

1. Es una persona moral, debidamente constituida por las leyes mexicanas, según consta en la Escritura Pública número _____ de fecha _____ de _____ del _____, otorgada ante la fe de _____, Notario Público Número _____ de **Ciudad, Estado** e inscrita en el Registro Federal de Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria (SAT) con RFC: _____.
2. El domicilio que señala para los efectos del presente contrato se encuentra ubicado en _____

_____.

Declaran las partes que:

El presente contrato se celebra sin vicios en el consentimiento de las partes, siendo lícito su objeto.

De conformidad con las anteriores declaraciones, las partes reconocen su personalidad jurídica y la capacidad legal que ostentan, así mismo conocen el alcance y contenido de este contrato y están de acuerdo en someterse a las siguientes:

CLÁUSULAS

PRIMERA.- OBJETO.

Los servicios profesionales consistentes en:

1. La toma de fotografías en el espacio público a rótulos pintados a mano, de cualquier clase, motivo, color, técnica, medio.
2. La edición, corrección y mejoramiento de las fotografías tomadas para una buena impresión de las mismas, según las especificaciones otorgadas por “EL CLIENTE”.
3. Dar seguimiento y atención a las fotografías después de entregadas, para que, en caso de ser necesario, se puedan retocar o modificar para cumplir con los requerimientos de “EL CLIENTE”.

El lugar donde se llevarán a cabo los servicios contratados son en las ciudades: Ciudad de México; Cuernavaca, Morelos y Taxco de Alarcón, Guerrero.

SEGUNDA.- OBLIGACIONES DEL “PRESTADOR DEL SERVICIO”

Para el cumplimiento del presente contrato el “PRESTADOR DEL SERVICIO” se obliga a:

- a) Desarrollar los servicios profesionales señalados en la Cláusula Primera, dedicándole las horas semanales necesarias durante la vigencia de este contrato, garantizando que la prestación de los mismos sea de forma óptima y que cumpla con los requerimientos de “EL CLIENTE”.
- b) Guardar absoluta confidencialidad con respecto a los datos y documentos que “EL CLIENTE” le proporcione para las actividades a desarrollar, ni dar informes a personas distintas a las autorizadas por “EL CLIENTE”.

- c) Las demás necesarias para el adecuado cumplimiento del objeto establecido en el presente Contrato.

TERCERA. PAGO DE LOS SERVICIOS.

Los honorarios pactados por las partes son la cantidad de \$ _____ (_____) por hora, incluyendo viáticos, después de impuestos, a cubrirse inmediatamente después de entregar las fotografías tomadas y editadas.

Dicho pago se realizará contra la prestación de la factura que cumpla con los requisitos fiscales.

El PRESTADOR DEL SERVICIO conviene en que la remuneración que perciba por la realización de los servicios materia de este contrato será la única.

CUARTA.- TERMINACIÓN ANTICIPADA.

Ambas partes podrán dar por terminado anticipadamente el presente contrato sin necesidad de justificar esta determinación, previa notificación por escrito a la otra parte, dentro de un término no mayor de diez días naturales a la fecha que se determine para tal terminación. Al terminar el contrato antes de la finalización de éste, se pagarán los servicios realizados hasta la fecha de notificación sólo cuando los servicios realizados hasta el momento por el "PRESTADOR DE SERVICIO" sean entregadas como se acordó anteriormente.

QUINTA.-RELACIÓN LABORAL

El "PRESTADOR DEL SERVICIO" no será considerado en ningún caso como trabajador de "EL CLIENTE" para los efectos de las disposiciones laborales y de seguridad social vigentes.

Queda expresamente convenido que cuando el “PRESTADOR DEL SERVICIO” utilice ayudantes o personal auxiliar en el ejercicio de sus actividades, atendiendo el trabajo que se le encomienda, dicho personal dependerá exclusivamente de el “PRESTADOR DEL SERVICIO”, sin que se establezca ningún vínculo entre “EL CLIENTE” y el referido personal.

SEXTA.- MODIFICACIONES.

El presente contrato podrá ser modificado o adicionado con común acuerdo de conformidad con los términos establecidos en la legislación aplicable, y sólo serán válidas cuando hayan sido hechas por escrito y firmadas por las partes.

SEPTIMA. RESCISIÓN.

“EL CLIENTE” podrá rescindir el presente contrato, sin responsabilidad para él en los siguientes casos que de manera enunciativa se señalan:

- a) Si el “PRESTADOR DEL SERVICIO” incumple con cualquiera de los términos y condiciones establecidos en el presente contrato.
- b) Si el “PRESTADOR DEL SERVICIO” no realiza los servicios en las fechas convenidas y conforme al programa de trabajo estipulado.
- c) Si el “PRESTADOR DEL SERVICIO” suspende injustificadamente los servicios.
- d) Cuando las diversas disposiciones aplicables así lo señalen.

OCTAVA.- SUSPENSIÓN.

“EL CLIENTE” por causas justificadas podrá en cualquier tiempo suspender temporalmente todos o parte de los servicios contratados, sin que ello implique su terminación definitiva o la terminación del contrato. El pre-

sente contrato podrá continuar produciendo sus efectos legales una vez que hayan desaparecido las causas que motivaron dicha suspensión.

NOVENA.- CASO FORTUITO Y FUERZA MAYOR.

Ambas partes estarán exentas de toda responsabilidad civil, en caso de retraso, mora e incumplimiento total o parcial del presente contrato, debido a causas de fuerza mayor o caso fortuito, entendiéndose por esto a todo acontecimiento presente o futuro, ya sea fenómeno de la naturaleza o no, que esté fuera del dominio de la voluntad, que no pueda preverse y que aún previéndolo no se pueda evitar. Pero a la parte que se le presente cualquiera de las causas arriba mencionadas, en cuanto le sea posible debe notificar por escrito a la otra, o al término de dicha causa en forma fehaciente.

En tales casos, deberán revisar de común acuerdo el avance de los trabajos para establecer las bases del convenio de terminación anticipada.

DÉCIMA.- CONFIDENCIALIDAD.

El “PRESTADOR DEL SERVICIO” se obliga a preservar y guardar la confidencialidad de la información, datos o documentos a los que tenga acceso, derivados de la prestación objeto del presente contrato por ser propiedad exclusiva de “EL CLIENTE”, por lo que no podrá usarlos, revelarlos y/o hacerlos accesibles a cualquier tercero por medio impreso, electrónico, conferencias, publicidad o cualquier otra forma o medio, ya sea en parte o en su conjunto. La obligación de confidencialidad será durante la vigencia del contrato y subsistirá aún después de haber concluido la prestación de sus servicios. Se podrá utilizar el material creado por el “PRESTADOR DEL SERVICIO” durante la celebración de este contrato con permiso de “EL CLIENTE”, pero sólo se podrá otorgar dicho permiso una vez publicada la obra y bajo las limitantes que “EL CLIENTE” decida.

En caso de que el “PRESTADOR DEL SERVICIO” contravenga esta disposición, se reserva el derecho de rescindir el presente contrato y aplicar la

pena correspondiente, con independencia de las demás acciones que pueda ejercer en su contra.

DÉCIMA PRIMERA.- PLAZO DE EJECUCIÓN.

El “PRESTADOR DEL SERVICIO” se obliga a iniciar la prestación de sus servicios, el **día** de **mes** de **año** y terminarlos el **día** de **mes** de **año**, de conformidad con lo establecido en el presente contrato.

DÉCIMA SEGUNDA.- COMPETENCIA Y JURISDICCIÓN.

Para todo lo relativo a la interpretación y/o cumplimiento del presente Contrato, ambas partes convienen someterse a las Leyes y jurisdicción de los Tribunales de la Ciudad de donde este contrato es celebrado, por lo que renuncian a cualquier otro fuero que por razón de sus domicilios presentes o futuros les llegara a corresponder.

Previa lectura y con pleno conocimiento del alcance legal del contenido del presente contrato, las partes lo suscriben, por duplicado en la ciudad _____, _____, al día __ del mes de _____ del año 202__.

POR
EL CLIENTE

POR
EL PRESTADOR DEL SERVICIO

ANEXO 3

MANUAL DE
CRITERIOS
EDITORIALES

CONTENIDOS

| | |
|--|----|
| Introducción..... | 3 |
| Normas editoriales..... | 5 |
| Indicaciones para los autores..... | 6 |
| Guía para las entrevistas | 10 |
| Criterios editoriales | 12 |
| Ortografía..... | 12 |
| Ortotipografía | 18 |
| Hoja de estilo..... | 26 |
| Instrucciones para diseñadores y formadores..... | 26 |
| Especificaciones de estilo..... | 27 |
| Bibliografía | 30 |

INTRODUCCIÓN

El libro *Rótulos salvajes. Safari fotográfico*, dirigido a estudiantes universitarios, es una propuesta que tiene como fin apoyar en la divulgación y la apreciación del cambiante oficio de la rotulación, el cual está en peligro por causa de las nuevas tecnologías de impresión en gran formato. En la publicación se invitará al lector a documentar y difundir el trabajo de los rotulistas, trabajo que es una parte importante de la gráfica popular mexicana.

La finalidad de este manual es guiar a todos los involucrados en el proceso editorial de *Rótulos salvajes. Safari fotográfico* (editor, editor de adquisiciones, autores, revisor técnico, corrector de estilo, diseñador y formador), para la toma de decisiones adecuadas según los criterios definidos para la publicación de este libro.

En varias ocasiones hay más de una manera de escribir correctamente algo, es aquí cuando entra en juego este manual. Se te recuerda que “ante la duda, mejor preguntar”, así cuando no estés seguro con un enunciado o palabra puedes consultar con el editor tu inquietud. También es bueno mencionar que si algún criterio no se aborda en este manual, se seguirán las reglas de la Real Academia Española (RAE).

Una de las cualidades de los textos incluidos en la obra *Rótulos salvajes. Safari fotográfico* es que los autores de éstos son profesionales con experiencia en el área donde se requieren sus conocimientos. Algunos de los contenidos son entrevistas hechas a rotulistas, profesionales de un oficio popular, y es posible que el vocabulario de estas personas no sea el adecuado para la publicación. Por eso las entrevistas serán transcritas y adaptadas¹⁸ antes de enviarlas a la corrección de estilo. Por ello, se comenzará con las normas y después con los criterios para la publicación del libro.

18 Con la adaptación, a tercera persona, se pretende no atribuir al entrevistado un vocabulario que no es suyo.

Aunque el manual está dirigido principalmente a quienes manipularán el texto y tendrán el permiso de modificarlo, también servirá al coordinador editorial, a diseñadores y formadores, para que en caso de encontrar alguna errata puedan señalarla y que después pueda ser corregida, además será una guía para la correcta disposición de jerarquías de texto, como se podrá ver en la Hoja de Estilo.

Proceso para la publicación del libro

Es importante respetar y aplicar lo descrito en este manual, pues esto facilitará la correcta ejecución de los procesos considerados para la publicación del libro, sobre todo si tenemos en cuenta que la corrección de estilo está mucho antes del proceso de impresión. El empleo del manual comenzará desde antes, desde la adaptación del texto de las entrevistas y la elaboración de los textos por parte de los autores, inmediatamente seguido por el responsable de la revisión de los manuscritos.

A continuación, se presentan los pasos a seguir, a partir de los criterios establecidos en este manual:

1. Solicitud de textos a los autores
2. Recepción de los manuscritos de los autores
3. Revisión de manuscritos
4. Planeación de entrevistas
5. Ejecución de entrevistas
6. Transcripción de entrevistas
7. Adaptación del texto de entrevistas
8. Corrección de estilo de manuscritos y entrevistas
9. Formación de interiores y forros
10. Lectura de pruebas e inclusión de correcciones
11. Pruebas finas e inclusión de correcciones
12. Visto bueno de colaboradores
13. Preparación de archivos para impresión
14. Producción de maqueta

NORMAS EDITORIALES

Como ya se mencionó anteriormente, el libro está dirigido a estudiantes universitarios, en su mayoría jóvenes, pero esto no quiere decir que sea aceptable utilizar o imitar su lenguaje, palabras y expresiones.

Ahora bien, no se impide el uso de albures, en caso de que aparezca uno en el texto de los entrevistados, pero sí se prohíbe el lenguaje soez y extremadamente vulgar, así como también las groserías. Si se puede cambiar la redacción se optará por esa solución; si no, se eliminará la frase o palabra. Es importante no confundir con el uso de apodos o ironías de las que se habla en el apartado de los usos de las *itálicas*. Cuando una expresión esté prohibida por las normas aquí descritas, pero sea imprescindible para la idea propuesta por el autor o entrevistado, se cambiará la redacción del enunciado de tal manera que la idea principal del mensaje siga presente.

Es conveniente que, para lograr obtener un libro atemporal, utilicemos un lenguaje llano, es decir lenguaje sencillo y claro. Esto también facilitará la comprensión de los textos, ya que algunos de ellos incluyen tecnicismos; la facilidad para identificar la información importante y ayudará a que la lectura sea comprensible.

En algunas partes del manual encontrarás letras o palabras de color verde o naranja, el motivo para esto es que las de color naranja indican usos incorrectos o prohibidos, mientras que las verdes señalan lo contrario, usos recomendados, correctos y permitidos. Otra forma de destacar partes del texto es con *itálicas*, uso descrito en el respectivo apartado.

Barbarismos

Lo más probable es que éstos se den al querer transcribir una entrevista tal y como se escucha, pero “no escribimos como hablamos y no hablamos como escribimos”, o no deberíamos de hacerlo. Por esta razón el *haiga* se escribirá como *haya*, el *váyamos* como *vayamos*, el *vistes* como *viste*, el *ambas dos* como *las dos*, el *suyo de él* como *suyo*, el *shile* como *chile*, los *pieses* como *pies*, y otros más.

Plural mayestático

Evitar en cualquier circunstancia, excepto cuando esté comprobado que los sujetos están de acuerdo con lo que se dice. Solución: Hablar en primera persona singular (yo) y no en primera persona del plural (nosotros):

| | | |
|--|--|---------------------------------------|
| Incorrecto | | Correcto |
| Es como a nosotros nos gusta trabajar | | Es como a mí me gusta trabajar |

Indicaciones para los autores

Debido a la planeación del texto, cada apartado implica distintas instrucciones para la creación del contenido requerido, por lo tanto, se redactaron distintas instrucciones para el texto y, de ser necesario, los originales gráficos de cada uno de los autores.

Introducción

Título en el libro: “Introducción”

En este texto se hablará sobre la importancia del rótulo como parte de la identidad del país y la situación actual del oficio de la rotulación, también se mencionarán los otros contenidos del libro. Los lineamientos son los siguientes:

- Texto de entre 1,000 y 4,000 caracteres, incluyendo espacios, utilizando lenguaje llano. En caso de requerirse, favor de utilizar el estilo de citación Chicago.
- En archivo de Word (.doc), nombrado: *introducción-nombre del autor*
- No es necesario incluir fotografías, pero si se considera importante integrarlas, deberán ir dentro del archivo de Word identificadas de forma progresiva con números arábigos según el orden de aparición en el texto. Además, junto con el archivo .doc se enviarán las imágenes con las siguientes características: resolución de 300 ppp o mayor, tamaño mínimo de 20 cm o 2,700 pixeles del lado más largo, en formato .jpg y en modo de color RGB. Es indispensable que se entreguen de esa manera o no se les podrá incluir en la publicación. En caso de que las fotografías no sean de su autoría, se deberá *a)* obtener los permisos necesarios para poder editarlas y reproducirlas, por lo que también se tendrá que enviar la autorización escrita de los respectivos propietarios de dichos materiales; *b)* enviar en el archivo de Word, inmediatamente después de la imagen, la mayor información posible sobre donde fue obtenida o *c)* compartir la información de contacto del propietario de las imágenes, mínimo el nombre, teléfono y correo electrónico.
- Fecha límite de entrega: 15 de noviembre de 2020.
- Enviar al correo: jarturorz@hotmail.com

Definición de quirografía, caligrafía, *lettering*, rótulo, tipografía y fuente

Título en el libro: “No todos son rótulos”

Este apartado debe incluir las definiciones de rótulo, *lettering*, caligrafía, quirografía, tipografía y fuente tipográfica; también se deben explicar las diferencias y similitudes que hay entre estos términos. Los lineamientos son los siguientes:

- Texto de entre 10,000 y 15,000 caracteres, incluyendo espacios, utilizando lenguaje académico. En caso de requerirse, utilizar el estilo de citación Chicago.
- En Word (.doc), nombrado: *definiciones-Nombre del autor*

- Pensando en que el libro contendrá ejemplos visuales, favor de enviar imágenes que expliquen de manera gráfica el texto. Éstas pueden ser bocetadas a lápiz, dibujos lineales hechos a mano o digitalmente, a color o blanco y negro, con una resolución de 300 ppp o mayor; de un tamaño mínimo de 20 × 20 cm y en formato .jpg. Deben ir dentro del archivo de Word identificadas de forma progresiva con números arábigos, según el orden de aparición en el texto. Además, se enviarán los archivos de las imágenes en .jpg.
- Fecha límite de entrega: 15 de noviembre de 2020.
- Enviar al correo: jarturorz@hotmail.com

Clasificación y anatomía de las letras

Título en el libro: “Clasificación & anatomía”

Este contenido describirá la anatomía y clasificación de las letras. Los lineamientos son los siguientes:

- Texto breve de entre 1,000 y 3,000 caracteres, incluyendo espacios, utilizando la terminología específica utilizada en México. En caso de requerirse, utilizar el estilo de citación Chicago.
- En Word (.doc), nombrado: Anatomia_Clasificacion-*Nombre del autor*
- Pensando en que el libro contendrá ejemplos visuales, favor de enviar imágenes que expliquen de manera gráfica el texto, las cuales serán sustituidas por fotografías inspiradas en las imágenes que el autor proporcione. Éstas pueden ser bocetadas a lápiz, dibujos lineales hechos a mano o digitalmente, a color o blanco y negro, con una resolución de 150 ppp o mayor; de un tamaño mínimo de 800 × 800 píxeles y en formato .jpg. Deben ir dentro del archivo de Word identificadas de forma progresiva con números arábigos, según el orden de aparición en el texto. Además, se enviarán los archivos de las imágenes en .jpg.
- Fecha límite de entrega: 15 de noviembre de 2020.
- Enviar al correo: jarturorz@hotmail.com

Introducción al safari

Titulo en el libro: “Safari fotográfico”

Esta será una breve guía para la realización de una actividad de identificación y valoración de rótulos, el safari. Aquí se explicará lo que es el safari tipográfico (tomando en cuenta que para la publicación será dirigido a rótulos), lo que se necesita para realizar esta actividad y consejos prácticos. Los lineamientos son los siguientes:

- Texto de entre 5,000 y 10,000 caracteres, incluyendo espacios, utilizando la terminología específica utilizada en México. En caso de requerirse utilizar el estilo de citación Chicago.
- En Word (.doc), nombrado: safari-*Nombre del autor*
- Pensando en que el libro contendrá ejemplos visuales, favor de enviar imágenes que expliquen de manera gráfica el texto, las cuales serán sustituidas por fotografías inspiradas en las imágenes que el autor proporcione. Éstas pueden ser bocetadas a lápiz, dibujos lineales hechos a mano o digitalmente, a color o blanco y negro, con una resolución de 150 ppp o mayor; de un tamaño mínimo de 800 × 800 píxeles y en formato .jpg. Deben ir dentro del archivo de Word identificadas de forma progresiva con números arábigos, según el orden de aparición en el texto. Además, se enviarán los archivos de las imágenes en .jpg.
- Fecha límite de entrega: 15 de noviembre de 2020.
- Enviar al correo: jarturorz@hotmail.com

Guía para las entrevistas

A continuación, se muestran las preguntas recomendadas para las entrevistas. Recuerda que no se plantea una entrevista del tipo pregunta y respuesta con un orden secuencial obligatorio. Las preguntas que aquí se presentan son una guía para obtener la información requerida del rotulista a entrevistar, ya que la entrevista está diseñada para que sea posible para el entrevistado responder a más de una pregunta en una sola respuesta es necesario que el entrevistador esté atento para que no repita una pregunta ya contestada.

1. Iniciar preguntando por el nombre y edad del rotulista
2. ¿Desde cuándo te dedicas a la rotulación?
3. ¿Cómo iniciaste y por qué?
4. ¿Cualquiera puede aprender a rotular?
5. ¿Qué cualidades necesitan?

-
1. ¿Crees que tenías más trabajo antes?
 2. ¿Desde cuándo notaste el cambio?
 3. ¿Qué crees que causó el cambio?
 4. ¿Cuántos rotulistas conoces que hayan dejado de trabajar por causa de la falta de trabajo?
 5. ¿Puedes nombrarlos?
 6. Actualmente ¿qué tipos de clientes tienes?
 7. ¿Qué es lo que más te piden?

-
1. ¿Qué opinas de la impresión digital en gran formato y los plotters de corte de vinil?
 2. ¿Qué ventajas ofrecen los rótulos frente la impresión digital a gran formato?
 3. ¿Crees que la rotulación este próxima a desaparecer?
 4. ¿Por qué?
 5. ¿Cómo visualizas el futuro del oficio?

-
1. ¿Qué opinas del interés de algunos jóvenes sobre la rotulación tradicional?
 2. ¿Ves en ellos la forma de mantener vivo el oficio?

3. ¿Qué opinas de que en varias cuentas de Instagram se compartan fotos de rótulos?
 4. ¿Crees que actualmente exista un rótulo moderno o que esté cargado de influencias extranjeras o de otras épocas?
-

1. ¿Cuál es la importancia de tu trabajo para México?
2. ¿Ves al rótulo como parte de la gráfica popular mexicana?
3. ¿Crees que los rótulos dan identidad a las calles del país?
4. ¿Qué los hace tan distintivos?
5. ¿Por qué crees que no se le ha dado el reconocimiento que merece?

CRITERIOS EDITORIALES

Ortografía

Acentuación

Demostrativos

Éstos pueden ser pronombres o adjetivos, dependiendo su uso llevarán o no tilde. Serán adjetivos cuando estén inmediatamente acompañados del sujeto (en este caso no se acentúan). Cuando el sujeto esté ausente serán pronombres (llevarán tilde):

Adjetivo: *Este* carro es rojo | Pronombre: *Éste* es rojo

Adjetivo: Yo *pinté este* rótulo | Pronombre: Yo *pinté éste* (también *ése* y *aquél*)

Tilde diacrítica

Como el ejemplo anterior, dependerá del uso de la palabra. Su trabajo es diferenciar dos palabras que se escriben igual pero tienen distinto significado:

| Con tilde | Sin tilde |
|--|--|
| Tú= pronombre (<i>tú</i> eres el mejor) | Tu= adjetivo (todo <i>tu</i> equipo para pintar) |
| Él= pronombre (<i>él</i> me pidió que lo hiciera) | El= artículo (le puse <i>el</i> color que pediste) |
| Mí= pronombre (estoy seguro de que a <i>mí</i> me conviene) | Mi= adjetivo (ese fue <i>mi</i> primer día en el trabajo) |
| Sí=afirmación o sustantivo (<i>sí</i> , quiero ir) | Si= conjunción (sólo <i>si</i> llego temprano) |
| Dé= del verbo dar (dile que se lo <i>dé</i> ya) | De= preposición (es hora <i>de</i> salir) |

| | |
|---|--|
| Sé= del verbo saber o ser (yo <i>sé</i> como se hace) | Se= forma reflexiva de pronombre (<i>se</i> fue sin pagar) |
| Más= adverbio que denota superioridad o aumento, adjetivo, pronombre, suma (pinta <i>más</i> despacio, esta pintura más ésa completan un litro) | Mas= equivale a pero (dijo que vendría, <i>mas</i> no ha llegado) |
| Aún= adverbio de tiempo, sinónimo de todavía (<i>aún</i> no seca la pintura) | Aun= aunque (<i>aun</i> a mitad de precio quieren seguir regateando) |
| Sólo= adverbio, condición, significa solamente (puedes irte <i>sólo</i> si terminas el trabajo) | Solo= adjetivo, significa sin compañía, en soledad, único (te quedas trabajando <i>solo</i> , todos nos vamos) |

Versalitas

Sólo se podrán utilizar cuando las versalitas de toda la familia tipográfica en uso sean reales y no falsas versalitas, estas últimas serán notablemente más delgadas que las minúsculas normales.

Su uso está permitido en los números romanos de los siglos, dinastías, volúmenes y tomos:

siglo **XX** | Enrique **XV** | Capitulo **III**

En las siglas también se utilizarán versalitas:

ISSTESON | **UNICEF** | **UNAM** | **SEDESOL** | **BTL** | **MDF**

Mayúsculas

Todas las mayúsculas se acentuarán cuando la palabra lleve tilde en su letra inicial. Únicamente será mayúscula la primera letra después de un punto cuando no esté después de una abreviatura o de puntos suspensivos que no terminen la oración.

La primera letra de todos los nombres propios, apellidos, apodos, seudónimos, nombres de dinastías derivadas de un apellido, menos cuando se utilice como adjetivo:

Él es Miguel Hidalgo | Él es sólo un Hidalgo

Épocas y periodos históricos:

Es de la Edad Media | Es como se anunciaban durante el Porfiriato

Se utilizarán para los tratamientos de cortesía, en los honoríficos y en los títulos que no estén acompañados del nombre de la persona:

Buenas tardes, Señor
Aquí está su Excelencia, el Rey
Buenas tardes, Don
Es la firma del Licenciado
Así lo dijo el Presidente

Hay dos excepciones: *a)* cuando los tratamientos de cortesía estén acompañados del nombre, esto se describe en el apartado de las minúsculas, y *b)* cuando el tratamiento de cortesía o grado académico esté abreviado y seguido por el nombre o apellido de la persona:

Es la firma del Lic. Hernández

Cuando un sustantivo acompañe nombres propios de lugares, locaciones o direcciones, se escribirá con inicial mayúscula, como si fuera parte del nombre:

Avenida Reforma | Estadio Azteca | Plaza Galerías | Lago de Chapala

Nota: si el nombre no acompaña al sustantivo éste se escribirá con minúsculas.

Minúsculas

Los días de la semana y los meses se escribirán siempre con minúscula inicial, excepto cuando estén al principio de un párrafo o después de un punto (revisar sección de Puntuación).

Se utilizarán para los tratamientos de cortesía, en los honoríficos y en los títulos cuando la oración incluya el nombre del sujeto y que no estén funcionando solamente como adjetivos:

| Correcto | Incorrecto |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| Se lo digo a usted , Alberto | ... a Usted , Alberto |
| Hola, señor Alberto | Hola, Señor Alberto |
| Así lo dijo don José | ... dijo Don José |
| Buen día, licenciado Alfredo | ...día, Licenciado Alfredo |
| El presidente Andrés | El Presidente Andrés |

La excepción será cuando los tratamientos de cortesía no estén acompañados del nombre, esto se describe en el apartado de las mayúsculas.

Simplificación de las palabras

Unión de palabras con prefijos

Cuando se encuentren palabras que tienen dos formas correctas de ser escritas y utilicen prefijos (*obs*, *trans*, *post*, etc.) se optará por no utilizar la forma simplificada:

| | |
|------------------------|---------------|
| obs curidad | oscuridad |
| post producción | posproducción |
| sub stancia | sustancia |
| trans parente | transparente |

En caso de que el prefijo encuentre después la misma letra con la que éste termina, se utilizará solamente una:

post**em**porada | post**em**porada

Abreviaturas

Es obligatorio poner un punto después de cada abreviatura y un espacio después de cada punto. También se continuará en minúscula si el enunciado sigue, excepto que el texto siguiente sea un nombre propio o cualquier palabra que se tenga que escribir con mayúscula según este manual:

Art. **ter**cero
 J. Arturo **R.** Ruiz

No confundir abreviaturas con símbolos, se explica más sobre este caso en el apartado “Cifras acompañadas de símbolos”.

Iniciales

Las iniciales abreviadas de nombres propios únicamente llevarán la primera letra del nombre en mayúsculas, seguida de un punto y éste de un espacio para separar la siguiente palabra, nombre o abreviatura de nombre:

J. A. Rodríguez

E. Soto

Nota: cuando dos palabras pertenecientes a un nombre vayan abreviadas y seguidas, serán separadas por un espacio “de pelo” después del punto, este espacio es más corto que el espacio normal.

Contracciones

Sólo se permitirán las contracciones **a el - al**, **de el - del**. Las que no están permitidas son **de esta - desta**, **de esto - desto**, como se mencionó en los barbarismos de las normas editoriales.

Acrónimos

Los acrónimos son abreviaciones o siglas que se pronuncian como palabras, éstas irán escritas con las mismas reglas de las palabras y la puntuación, no como siglas:

Unesco (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*)

Ovni (Objeto volador no identificado)

Nascar (*National Association for Stock Car Auto Racing*)

Indautor (Instituto Nacional del Derecho de Autor)

Láser (*Light amplification by stimulated emission of radiation*)

Listas

Se escribirán en itálicas las letras minúsculas de las listas o apartados verticales u horizontales:

a) 1 litro de agua, b) 2 tazas de azúcar

En las listas verticales se escribirán con mayúscula inicial las palabras después de dos puntos (:):

| Correcto | Incorrecto |
|--|---|
| Los materiales son: Pinceles Brochas Pintura Solvente | Los materiales son: Pinceles, Brochas, Pintura, Solvente |
| Nota: no se pondrá punto al final de los elementos de las listas verticales. | Nota: es incorrecto usar mayúscula inicial después de dos puntos (:) en las listas que sean horizontales o párrafos en prosa. |

Irán en minúsculas iniciales las palabras después de dos puntos (:), con excepción de las listas verticales (como se mencionó en el punto anterior):

| Correcto | Incorrecto |
|--|---|
| Los materiales son: pinceles, brochas, pintura, solvente. | Los materiales son: pinceles brochas pintura solvente |

Guarismos, cifras y números

Guarismos o cifras¹⁹

Dentro del texto, entre minúsculas, se utilizarán las cifras o guarismos no alineados, de ojo antiguo (*old style*) o elzevirianos.

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 0

Cuando el texto esté en mayúsculas, los números que se utilizarán serán alineados.

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 0

Cuando la cifra se represente con un sólo dígito (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 0) se escribirán con letra (uno, dos, tres, cuatro y así sucesivamente), cuando sea de dos dígitos o mayor se utilizarán los guarismos, cumpliendo con las instrucciones antes vistas en el uso de cifras dentro de minúsculas o mayúsculas, ejemplo en texto con minúsculas: estaba contando así **uno, dos, tres**, después el **20, 21, 22** hasta el **28, 29**. Ejemplos con texto en mayúsculas: LOS **TRES** AÑOS Y LOS **54** MURALES.

Se escribirán con letra los números cuando sean utilizados en nombres de lugares o calles:

Calle del **Tercer** Día | el parque de la **Trescientos**

Se escribirán con cifras cuando, aun siendo sólo un dígito y nombre de lugar o calle, se refiera a una fecha:

Colonia **5** de mayo | Parque **2000**

Cifras acompañadas de símbolos

La Real Academia Española define al símbolo como una “Representación gráfica invariable de un concepto de carácter científico o técnico, constituida por una o más letras u otros signos no alfabetizables, que goza de difusión internacional, y que, a diferencia de la abreviatura, no se escribe con punto pospuesto”, éstos pueden ser glifos o dibujos especiales de cada tipo-

¹⁹ Es importante que sólo se utilicen fuentes tipográficas que tengan números alineados y no alineados (de ojo antiguo, *old style*, o elzevirianos).

grafía como: %, \$, entre otros, o también los que se utilizan en las unidades de medida como: pt (punto), km (kilómetros), g (gramos), kg (kilogramos), cm (centímetro), °C (centígrado), m² (metro cuadrado), l (litro), por mencionar sólo algunos.

Nota: no pluralizarlos, cms (centímetros), ls (litros), ms (metros) y llevarán punto sólo cuando terminen una oración.

Cuando se utilice el símbolo después de las cifras éste estará “separado” por un espacio inseparable (también conocidos como espacio de no separación, *non-breaking space*, duro y fijo), escribiendo la cifra con números alineados:

2 kg | 2kg
3 °C | 3°C
\$ 100.00 | \$100.00
30 cm | 30cm
25 % | 25%

Dentro del texto, en oraciones, se prefiere el uso de palabras:

Faltan 2 cm | Faltan dos centímetros

Y pedí 1 l de pintura | Y pedí un litro de pintura

Pero si se está dando una fórmula o una receta se usará la cifra y el símbolo.

1 l de pintura × 2 l de thinner

No se permite mezclar guarismos con letras o números escritos en palabras con símbolos:

23 gramos | veintitrés g

En caso de varios rangos de cifras consecutivas, el símbolo irá después último:

Asistieron sólo entre el 20 y 27 % | Las medidas son de 8, 16 y 20 cm

Se utilizará un punto, sin espacio antes ni después, para separar las partes enteras de los decimales:

150.50 | 150. 50

Se utilizará una coma, sin espacio antes ni después, para separar los miles y millones:

\$ 1,250,321.50

Ordinales

Sólo se permite el uso de palabras para números ordinales:

Fue el **segundo** en llegar

Nunca utilizar un número con una abreviatura en superíndice o un glifo especial:

1er lugar | fui el **4º**

Fechas, décadas, edades y horarios

Siempre se escribirán con números de ojo antiguo los días y los años; con letra los meses:

26 de **diciembre** de 1980

El año no llevará artículo, a menos que la palabra *año* esté presente:

26 de diciembre **del año** 1980

Para las décadas se utilizará la palabra en singular:

Nací en **los noventa**

Década de **los años ochenta**

Nunca escribir las décadas con guarismo (**década de los 60**) ni con apóstrofo (**70's**).

También se escribirán con cifras la edad de las personas, animales u objetos:

Yo tenía **27** años cuando empecé

Pero con letra la antigüedad de las cosas:

en el taller que tiene **cincuenta** años abierto.

Cuando se hable del horario exacto siempre se hará en formato de veinticuatro horas o 24 h: a las **10:30 h**, **17:00 h**. Si la hora referida es una suposición se utilizarán palabras: **llegaré, aproximadamente, a las cuatro**.

Puntuación

Punto y seguido

Nunca terminar un enunciado con una abreviación y después punto y seguido, punto y aparte o punto final:

Excepto cuando sea el caso explicado en el párrafo **sig.**

Si lo que termina el enunciado que necesita cerrarse con un punto es un símbolo o sigla está permitido hacerlo, como terminar el párrafo escribiendo 60 km.

Punto final

Se aplica las mismas instrucciones de los criterios del punto y seguido, en cuanto terminar el párrafo con una abreviación, un símbolo o una sigla. Del mismo modo, se repite lo que se explicó en los criterios de las Listas: no se pondrá punto al final de los elementos de las listas verticales

Punto en abreviaciones

Nunca empezar con inicial mayúscula después de una abreviación con punto, salvo que a este punto le siga un nombre personal o alguna otra de las palabras que forzosamente se escriban con inicial mayúscula (revisar apartado de Mayúsculas). Para más información revisar el apartado de Abreviaturas.

Puntos suspensivos

Evitar el uso de puntos suspensivos (...) o el etcétera (etc.). En estos casos será mejor cambiar la redacción o contactar a los autores para que completen la información faltante. Se recomienda sustituir el *etc.* y los puntos suspensivos por: *otros más*, *entre otros*, alguna oración que signifique lo mismo.

Coma del vocativo

Se usará esta coma, porque no es lo mismo: *Miguel*, cierra la puerta que, *Miguel cierra* la puerta.

Et o Ampersand (&, &)

No emplear dentro de texto, para estos casos se utilizará la letra *y*, con excepción de nombres de empresas, dos términos que estén relacionados y se reconozcan como nombre:

H&M o Hennes & Mauritz | Batman & Robin | AT&T

Pero, cuando los nombres separados por & sean abreviaturas no se separarán del glifo con espacios, lo contrario cuando el nombre no esté abreviado. Hay ocasiones en las que es oficial que el nombre de una empresa tenga dos variantes, *and* y &, en estos casos se optará por el vocablo *and* (sin itálicas) cuando se encuentre dentro de un párrafo en prosa, como por ejemplo hablar de la tienda de ropa Pull *and* Bear o del movimiento de Arts *and* Crafts, muy diferente a cuando estos nombres se presentan fuera de un párrafo:

Pull & Bear
Arts & Crafts

Signos horizontales

Guion -

Se utilizará cuando se requiera unir dos palabras relacionadas, sin crear una nueva:

Físico-matemático

El guion también se usará para separar elementos en una misma línea de texto, puede remplazarse con el punto alto o volado, o también la barra, siempre con espacio antes y después:

siglo xx • Enrique xv • Capítulo III

Nota: no combinar el volado, guion y barra; limitarse sólo a uno en la misma línea:

BTL - MDF | Avenida Reforma - Estadio Azteca

Menos -

En algunas tipografías el glifo designado para el símbolo *menos* es el mismo o muy parecido al guion. Pero éste únicamente se usará como signo matemático cuando esté entre cifras: 5 - 5=0. Cuando el enunciado esté escrito con palabras se utilizará la palabra *menos*: Trae aquellos tres pinceles, *menos* los de color rojo.

Guion medio -

Su aplicación será para unir números o conceptos estrechamente relacionados, consecutivos o no. Cuando este guion esté entre dos números no tendrá

espacio antes ni después, lo contrario a cuando se encuentre entre letras o palabras, ahí sí llevara espacios:

1990–1991 | mayo – junio

En algunos casos este guion sustituirá la palabra *hasta* o *a*:
abierto de 10–19 horas

Raya —

Se pondrá en el texto para señalar los interlocutores en los diálogos:

—Ábrele—

Dijo María —este color no me gusta para nada—

La raya estará pegada a la palabra o enunciado que encierra.

Nota: No confundir su uso para diálogos con el uso de las comillas para las citas.

Signos de exclamación (!) e interrogación (¿?)

Siempre se utilizará el signo de apertura y el de cierre:

¡Sí hay!

¿Qué te pasó?

Se escribirá la primera letra de la oración en mayúsculas sólo cuando ésta se encuentre al inicio de un párrafo y en el caso de que esté precedida por un punto:

¿Cómo llegaste? no hay transporte hasta acá. ¿Por eso tomaste un taxi?

Si al signo de cierre le sigue un punto y seguido o un punto final este punto será suprimido, dejando sólo el signo de cierre. Después del signo de cierre (! o ?) se seguirán las mismas reglas del uso de mayúsculas:

Señora, ¿es verdad lo que me contaron? Porque no es que yo sea chismoso pero lo que escuché hoy...

Debe haber una coma (,) al separar distintas oraciones exclamativas o interrogativas:

¿Hoy no vendrás?, ¿mañana tampoco?, ¿hasta cuándo?

Comillas

Sólo se aceptan las comillas inglesas o dobles (“ ”) y sencillas (‘ ’). Su uso será para citar, comenzando por las comillas dobles (“ ”), y si la cita tiene comillas dentro de ella, éstas se cambiarán por comillas sencillas (‘ ’):

En la fuente: compró esa pintura, porque para él era la que “secaba más rápido y tenía mayor opacidad”, pero nunca decidió buscar otra opción

Cita en el texto: “compró esa pintura, porque para él era la que ‘secaba más rápido y tenía mayor opacidad’, pero nunca decidió buscar otra opción”

Nota: las comillas no tendrán espacio entre lo que citan, ni al principio ni al final.

El punto siempre se colocará afuera de las comillas, sin importar que en la fuente la frase termine con un punto, esto para evitar, en caso de citar al final de una oración o un párrafo una variación en la mancha tipográfica:

Incorrecto: “Se ve raro el cierre de comillas encerrado entre dos puntos.” Por eso se utilizará el otro

Correcto: “Así ya no se ve raro ni parece que los puntos encierran a la comilla”. Por se utilizará éste

Cuando la palabra o frase sea irónica, burlesca o cuando tenga un significado distinto al original de la palabra utilizada:

Se nota que eres el más “*inteligente*” de aquí

Vieron a don Chuy que pasó “*volando*” en su camioneta (refiriéndose a que don Chuy iba muy rápido)

Itálicas

Se utilizarán para nombrar títulos de obras de arte, libros, películas, revistas, entre otros.

Para escribir palabras en otro idioma, sólo cuando éstas no estén incorporadas oficialmente al castellano, como la palabra: *lettering*. En caso de que la palabra tenga una versión castellanizada se preferirá ésta última:

Plotter | Plóter

Cuando se refiera a alguien utilizando su apodo se aplicarán itálicas (incluyendo al artículo, cuando lo lleve), siempre y cuando este pseudónimo acompañe el nombre propio:

Jorge *Alonso El Rojo*

Cuando el apodo no esté acompañado del nombre éste irá en redondas:

Fue *El Rojo* quien se entrampó los dedos en la puerta

Para los nombres propios aplicados a objetos, vehículos u animales:

El perro *Solovino* | El *Titanic*

Para destacar palabras dentro del texto, cuidando que no se confunda con la aplicación de las itálicas o de las comillas dobles en este manual.

En el metalenguaje, cuando la palabra va seguida de su definición:

Fonograma: “símbolo escrito, letra, carácter u otra marca escrita que representa un sonido, una sílaba, un morfema o una palabra” (Ambrose y Harris 14).

Cuando un símbolo, cifra, puntuación, signo, letra u otro elemento esté inmediatamente junto a una palabra en itálicas, sin que haya un espacio entre ellos, también estará en itálicas:

Correcto: (*¿El Chino?*, no lo conozco)

Incorrecto: (*¿El Chino?*, no lo conozco)

Para las onomatopeyas:

Estaba pintando una barda cuando *¡pum!* se escuchó una explosión

Se cayó la pintura, *splash*, manchó el piso

Negritas (*bold*)

Se usarán sólo para agregar jerarquías en títulos, subtítulos. Otro uso permitido es en la primera oración de un párrafo (siempre y cuando éste describa la palabra u oración):

Las negritas. Estas letras que se perciben como más gruesas y oscuras. Aun cuando su uso es limitado, si se aplican de manera creativa, siguiendo este manual, pueden ser muy útiles. Sobre todo, para este tipo de párrafo y ejemplos.

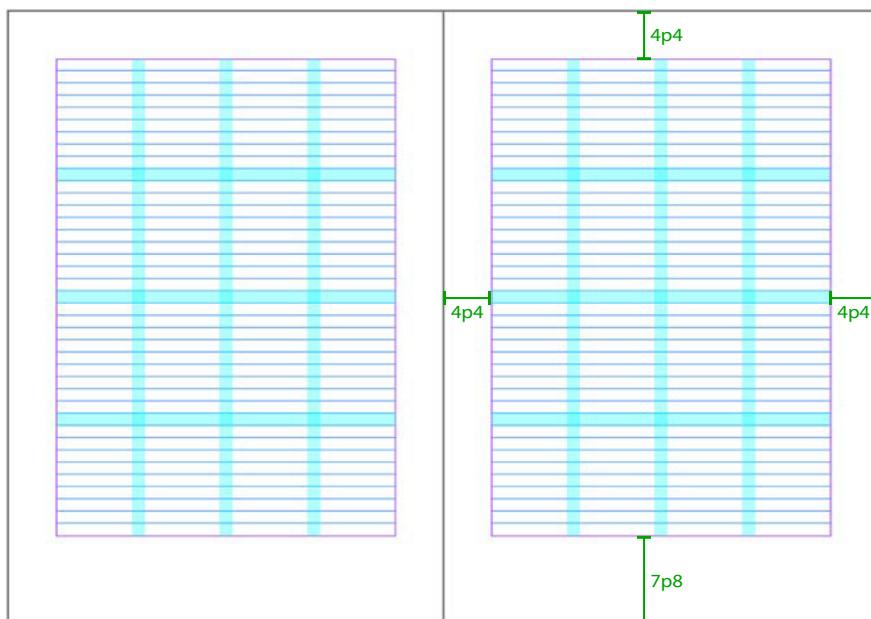
HOJA DE ESTILO

— Instrucciones generales para diseñadores y formadores —

- Utilizar las guías, y cuando sea posible, con ayuda del acomodo de las imágenes y cajas de texto que éstas destaquen.
- El ancho de la caja de texto para cada página, incluyendo la prosa, títulos y subtítulos es de 22p5 × 42p3.
- Posicionar, preferente, los pies de imagen alejados del lomo en la parte inferior dentro de los márgenes. Pero se le dará prioridad al blanco de la página, así que en ocasiones será necesario modificar el ancho de caja de los pies de imagen y también el lugar donde se dispongan en la página.
- No se permiten rosarios con más de dos repeticiones de la misma letra, glifo o guion.
- Ordenar las imágenes tomando en cuenta los siguientes criterios: *a)* por tema, *b)* por forma, *c)* por color.
- Repetir la numeración de las imágenes en cada sección o subtema.
- Numerar las imágenes en la parte inferior derecha.
- Las cornisas y folios no deben yuxtaponer las fotografías rebasadas o a sangre.
- Utilizar las páginas impares o nones para colocar las fotografías rebasadas, en algunos casos se podrán utilizar las dobles páginas para sangrar las imágenes o también la página par, usar este último recurso lo menos posible.
- Controlar el uso de colores, ya hay demasiados por los rótulos y esos son los importantes.
- Será posible proponer cambios adecuados y trabajar tomando en cuenta la ficha técnica y diagramas de la retícula que se muestran en la siguiente página:

FICHA TÉCNICA

| | |
|------------------------------|---|
| tamaño final | 16.5 × 23 cm |
| Tamaño extendido | Interiores: 33 × 23 cm Forros: 35.4 × 24 cm |
| páginas totales | 128 páginas (en 4 pliegos de 32 páginas) |
| Papel para interiores | Couché mate de 130 g, en hojas de 72 × 102 cm |
| Papel para forros | Couché mate de 150 g, en hojas de 70 × 95 cm |
| Descripción cromática | Interiores 4 × 4 forros 4 × 0 |
| Encuadernación | Tapa dura (<i>cartoné</i>) |
| Acabados | Laminado mate |
| Tiraje | 1,000 ejemplares |



Especificaciones de estilo

Títulos de sección

Letras modificadas (*lettering*) inspiradas en rótulos

Alineación horizontal: centrada

Alineación vertical: sin alinear a línea base

Espacio antes: 0

Espacio después: 0

Color: utilizar los colores del rótulo y que el texto contraste con el fondo

Ancho de caja: 30p3

Antetítulos primera línea

Lettering de la tipografía

FTY Speedy Casual

Cuerpo: 47 pt

Interlineado: 28 pt

Tracking: 24

Alineación horizontal: centrada

Alineación vertical: sin alinear a línea base

Espacio antes: 0

Espacio después: 0

Color: utilizar los colores del rótulo que inspiró el título de sección

Ancho de caja: 22p5

Antetítulo segunda línea

Tipografía: *FTY Speedy Casual*

Cuerpo: 13 pt

Interlineado: 16 pt

Tracking: 0

Alineación horizontal: centrada

Alineación vertical: sin alinear a línea base

Espacio antes: 2p6

Espacio después: 0

Color: negro 100 %

Ancho de caja: 22p5

Subtítulos

Tipografía: *Gandhi Sans Bold*

Cuerpo: 10 pt

Interlineado: 13 pt

Tracking: 0

Alineación horizontal: centrada

Alineación vertical: alinear a línea base

Espacio antes: 1p1

Espacio después: 0

Color: negro 100 %

Ancho de caja: 22p5

Cuerpo de texto

Tipografía: *Gandhi Sans Regular*

Cuerpo: 10 pt

Interlineado: 13 pt

Tracking: 0

Alineación horizontal:

justificada

Alineación vertical: a línea base

Tipo de párrafo: ordinario

Sangría (nunca en el primer párrafo): 1p6

Espacio después: 0

Color: negro 100 %

Ancho de caja: 22p5

Notas al pie

Tipografía: *Gandhi Sans Regular*

Cuerpo: 8 pt

Interlineado: 10 pt

Tracking: 0

Alineación horizontal:

justificada

Alineación vertical: sin alinear a línea base

Tipo de párrafo: francés (sangría de 1p1) justificado

Espacio antes: 0

Espacio después: 0

Color: negro 80 %

Ancho de caja: 22p5

Pie de foto

Tipografía: *Gandhi Sans Regular*

Cuerpo: 8 pt

Interlineado: 10 pt

Tracking: 0

Alineación horizontal: a la izquierda

Alineación vertical: sin alinear a línea base

Tipo de párrafo: francés (sangría de 0p7) sin justificar

Espacio antes: 0

Espacio después: 0p2

Color: negro 70 %

Anchos de caja: 6p9, 14p7 y 22p5

Folio o número de página

Tipografía: *FTY Speedy Casual*

Cuerpo: 12 pt

Tracking: 0

Alineación horizontal: al centro

Color: C-100, M-72, Y-1, K-0

Cornisas

Tipografía: *Gandhi Sans Italic*

Cuerpo: 8 pt

Tracking: 0

Alineación horizontal: a la izquierda

Alineación vertical: sin alinear a línea base

Color: negro 70 %

Página legal

Tipografía: *Gandhi Sans Regular*

Cuerpo: 10 pt

Interlineado: 13 pt

Tracking: 0

Alineación horizontal: a la izquierda

Alineación vertical: sin alinear a línea base

Tipo de párrafo: francés (sangría de 1p10) sin justificar

Espacio después: 0p8

Color: negro 100 %

Referencias

Formato: estilo Chicago (respetar el original después de la corrección de estilo y de las lecturas de pruebas)

Tipografía: *Gandhi Sans*

Cuerpo: 9 pt

Interlineado: 11 pt

Tracking: 0

Alineación horizontal: justificada

Alineación vertical: sin alinear a línea base

Tipo de párrafo: francés (sangría de 2p1) justificado

Espacio después: 0p8

Color: negro 100 %

Ancho de caja: 22p5

Colofón

Tipografía: *Gandhi Sans Regular*

Cuerpo: 10 pt

Interlineado: 13 pt

Tracking: 0

Alineación horizontal: al centro

Alineación vertical: sin alinear a línea base

Espacio después: 0p8

Color: negro 100 %

BIBLIOGRAFÍA

- Ambrose, Gavin, y Paul Harris. *Fundamentos de la tipografía*. Segunda edición, Barcelona, Parrámon, 2007.
- Cassany, Daniel. *La cocina de la escritura*. Vigésima edición, Barcelona, Anagrama, 2011.
- Marin Álvarez, Raquel. *Ortotipografía para diseñadores*. Barcelona, Gustavo Gili, 2017.
- Real Academia Española. “Símbolo”. *Diccionario de la lengua española*, 05 feb. 2021, <https://dle.rae.es/s%C3%ADmbolo>
- Zavala Ruiz, Roberto. “El libro y sus orillas. Tipografía, originales, redacción, corrección de estilo y de pruebas”. *Libros sobre libros*. Ciudad de México, Fondo de Cultura Económica, 2019.

Cuernavaca, Morelos, a 19 de noviembre de 2021.

Dr. Rodrigo Bazán Bonfil
Coordinador Académico de la Maestría en Producción Editorial
Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades
Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales
Universidad Autónoma del Estado de Morelos

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis «**Rescate y promoción de la rotulación como parte de la gráfica popular mexicana**» que presenta el alumno:

José Arturo Rodríguez Ruiz

Para obtener el grado de Maestro en Producción Editorial. Considero que dicha tesis está terminada, por lo que doy mi **voto aprobatorio** para que se proceda a la defensa de la misma.

Baso mi decisión en lo siguiente:

El proyecto editorial presentado es original y de calidad. La planeación, desarrollo y producción del libro *Rótulos salvajes. Safari fotográfico* implicaron una serie de tareas editoriales que el estudiante realizó de manera adecuada y completa, cumpliendo así con los requisitos de la maestría.

Reconozco el esfuerzo de Arturo durante este proceso. A pesar de las dificultades y retos surgidos, atendió las sugerencias y terminó en tiempo. Espero que continúe con los ajustes y gestiones necesarios para la publicación de su libro.

Sin más por el momento, quedo de usted.

A t e n t a m e n t e

Mtra. Zazilha Lotz Cruz García



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

ZAZILHA LOTZ CRUZ GARCIA | Fecha:2021-11-21 20:41:40 | Firmante

IKgO6mRYYasgli+eGjolK8L8UwEQ8ZsB62HcNCnXpGicdtfhOI4ErHIMwVybQK+euZHTTTGpE3KRYQKBQaQ4Xl/pNYaAlqLbRtEChjDi76VxVFIFF11/+dZCNhAdKqRzjd0izK7Gw6RHVn2wbU4NtVct4E4eN9OyRFU4uE5KCEDIEUWA4p+GAU79PeUCArWsOXd45o+3zMeH2rabU8SS/+Cu7r03UXyekZ5Gj/al7ChyTN67ELqhmOrue1dAzW09yIN6Y1EQIGgGMgxbT7Y2u+o8SZ3Y2K4le9/+q2JSubCnYc2tHYACoXDGf4wdDQGGvApj5/jGfGKR8bYIEqQ75g==

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



[7pyknJ9io](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/RQqORS7aNZ6h68zH6NylceLqhFStmwD>



26 de abril 2021

Dr. Rodrigo Bazán Bonfil
Coordinador de la Maestría en Producción Editorial
Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades
Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales
Universidad Autónoma del Estado de Morelos
PRESENTE

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis **Rescate y promoción de la rotulación como parte de la gráfica popular mexicana** que presenta:

José Arturo Rodríguez Ruiz

para obtener el grado de Maestro/a en Producción Editorial.

Considero que dicha tesis está terminada por lo que doy mi **voto aprobatorio** para que se proceda a la defensa de la misma. Baso mi decisión en lo siguiente:

- El proyecto es valioso a nivel de revaloración cultural de la práctica de la rotulación.
- La investigación está correctamente ejecutada, es suficiente y coherente para los objetivos de la maestría.
- Los contenidos del producto editorial, así como el diseño, están adecuadamente ejecutados, además de planteados y justificados en la tesis.
- Los contenidos generados para el producto editorial cubren una necesidad cultural.



Marina Ruiz Rodríguez



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

MARINA RUIZ RODRIGUEZ | Fecha:2021-05-30 03:17:18 | Firmante

aMCEyVDvTG4pNLwPinWfvBWV+LIDpVi7MfgWAHtnmJu+mSMWiOeKRmAk98bFJYqg4GcsYUYdNck8dwCy1QT7QAIdrcbkbmBbb9lNiN6m6BhoXwQPrUwzRpuO3iAbftAeeD+kJeTjbKfmu90EmvwMSJrOB2Vz862kYnIO+9R91Hfx4ifMxI1OZKYLbKQmMK1gJ4h5pO8NathZ4w7Dfa5dez5kyD59nWl8aB/9fzkw69b5wAGCdGimvTx3yR6ZyggJTt3g+ta9ug0tJVisfoAFfSnBWtJA6uO2Vu5SDbbhNCwilpPLox55D9j6xv75b8NJwTG2/LbUWlatyMb5sgMaw==

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



0c7CjP

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/l2zphlQatXamNuamgwTJ7aT7mB672e>





abril 26 del 2021

Dra. Beatriz Alcubierre Moya
Encargada de Despacho de la Dirección del
Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades
Universidad Autónoma del Estado de Morelos

PRESENTE

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis **“Rescate y promoción de la rotulación como parte de la gráfica popular mexicana”** que, para obtener el grado de **Maestro en Producción Editorial**, presenta el alumno **José Arturo Rodríguez Ruíz.**; que considero que dicha tesis está **terminada** y que, en consecuencia, otorgo mi **voto aprobatorio** para que se proceda con su defensa, toda vez que el trabajo del Lic. Rodríguez cumple cumple a cabalidad con lo que se espera de una tesis de grado en un programa profesionalizante como la Maestría en Producción Editorial.

Sin más por el momento, quedo de usted

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Rodrigo Bazán Bonfil", written over a horizontal line.

Dr. Rodrigo Bazán Bonfil
mped / ciuh / iihcs / uaem

Universidad 1001, Chamilpa 62210, Cuernavaca, Morelos / (01-777) 329 7082



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

RODRIGO BAZAN BONFIL | Fecha:2021-04-26 14:40:34 | Firmante

DWYThu9gH/wJqs9z8EoUflE5P0/+pDyMQ1fn7ks1Trum0BdTBFg5KaVj22oFKPbHAtkYGUEL+YsTeXlCBAhFi8wziWcG+FznXLIYRi5wSdrt/4mc7HAT9/8pUAHzmC+r+usXSVZK
kexT+4B+IoAHcncSBxrrHfyZHX8Wk1r/XDjkH/J1CCkmgum6RdO8yOgx8aZf6LFb1fMLmgOLNaUly8qQPdV+h8/tneDbcTqygODF17+iArgja9oVZLuv2y9betGS7Vunpopq+rbxP7q
eiqauwWiANH9dsm9UFLvp+K3osjv/YHi+L4bZYiMeALZs4VYt44pmGOGK42SbUswizA==

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



[doQHNR](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/kuFf7QbMbccc0DivaE34kvmKoc5XhYgr>



Cuernavaca, Morelos, a 29 de noviembre de 2021.

Dr. Rodrigo Bazán Bonfil
Coordinador Académico de la Maestría en Producción Editorial
Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades
Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales
Universidad Autónoma del Estado de Morelos

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis «**Rescate y promoción de la rotulación como parte de la gráfica popular mexicana**» que presenta el alumno:

José Arturo Rodríguez Ruiz

Para obtener el grado de Maestro en Producción Editorial. Considero que dicha tesis está terminada, por lo que doy mi **voto aprobatorio** para que se proceda a la defensa de la misma.

Baso mi decisión en lo siguiente:

El libro y la tesis son adecuados. Se trata de un producto pertinente y con unidad de sentido, que cumplió con los objetivos planteados. Para llevar a cabo el proyecto, el alumno tuvo que solventar problemas de gestión de contenidos, todo lo cual logró sin menoscabo de la calidad del producto. La tesis y el producto cumplen los lineamientos establecidos.

Sin más por el momento, quedo de usted.

A t e n t a m e n t e

Dra. Irene Catalina Fenoglio Limón,



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

IRENE CATALINA FENOGLIO LIMON | Fecha:2021-11-29 13:52:35 | Firmante

esOWRoVLkRlcrRragowwjejs/tuyiwn35NFpfoejDucc3+Wgm/pxXyB+LkUbpfWIZGaXKBKrDEjlkHIEbEeJlIdvKQFTAAnda9Yei2HvhsehktJ1T++hyfWVfFo3gwKZUbuizpobNtDKL2Yfhe9BldfmqktflAn1gnluayVYHKxFR4KikfMTxVfn1Mv8MTxcuHUHV3NuyY7zaJauu/uHyusL3B97VdNIKENfJFPRLhNAeLUWTTMncw9yz0zEkoqltClvyXydfUI094MG7FCPAOieNi1Y+OuiZHxlesPxQ3AYgEPIXOP4/e8WkgroATLctf0glm4apF2ELEAoFn2A==

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



01eTcvFQr

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/QCbRrhU2iPf1uPlqbBRYRABxS8Kir5xl>



Hermosillo, Sonora a 26 de agosto de 2021

Dr. Rodrigo Bazán Bonfil
Coordinador Académico de la Maestría en Producción Editorial
Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades
Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales
Universidad Autónoma del Estado de Morelos

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis «Rescate y promoción de la rotulación como parte de la gráfica popular mexicana» que presenta el alumno:

José Arturo Rodríguez Ruiz

Para obtener el grado de Maestro en Producción Editorial. Considero que dicha tesis está terminada, por lo que doy mi voto aprobatorio para que se proceda a la defensa de la misma.

Baso mi decisión en lo siguiente: El documento de tesis se encuentra bien redactado, estructurado y fundamentado.

Sin más por el momento, quedo de usted.

A t e n t a m e n t e



Mtro. Andrés Abraham Elizalde García



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

ANDRÉS ABRAHAM ELIZALDE GARCÍA | Fecha:2021-08-26 12:07:29 | Firmante

pUQHn/4ohIR8qAceZh0+QCpDbVVI6jY5YrYc1C/CfyQBCIVklkU5bV0zwJ/5PbSt2zy+3SEWcGZv2Gjzt8ZRN6/krh8WwCbc3IQcHa/EbUgqsuYD42ZVFVlrk4RMC741J6cOs3DFG
VnzZH+SeOy0Xd24GCtuJxJBYy1ptVLurOKYkXP0YIkli8BTO3nX5C2NrREQksQwaWqRDYcrXnXLqGBRjr0E30OBVo/4xJSUzeXuLbehLrm9Vfkw14Fg4bXDipe0xFEvk6uoQCCR
uvx0qmnebWipQBrPXDcTYOnJc2XGHYgJsvAerCw0pgnOOx1tj/C0mLCMsejOmdwmzpMltw==

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



pa8CPV

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/edRF8F6bEqvuzabvzHuD47Y1c2Pkyrcg>

