



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE COMUNICACIONES

CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EL DISEÑO GRÁFICO EN LA COMPOSICIÓN DE  
MEDIOS MASIVOS:

LA REVISTA Y EL LIBRO. INFOCUS 2019 - 2021

Trabajo de suficiencia profesional para optar el Título  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Autor:

Cesar David Mendoza Moreno Asesor:

Lic. Diana Rossana Romano Nájar

Cajamarca – Perú

2022

## DEDICATORIA

A mi amada familia.

## **AGRADECIMIENTO:**

A Dios por su guía y fortaleza incondicional y a mi amada familia.

## TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE FIGURAS.....	5
RESUMEN EJECUTIVO.....	6
CAPITULO I. INTRODUCCIÓN.....	7
1.1    RAZÓN SOCIAL: .....	7
1.2    RUBRO:.....	7
1.3    UBICACIÓN / DIRECCIÓN .....	7
1.4    RESEÑA HISTÓRICA DE INFOCUS .....	7
1.5    MISIÓN .....	7
1.6    VISIÓN.....	8
1.7    PERSONAL Y ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA EMPRESA.....	8
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO .....	10
2.1    CONCEPTOS BÁSICOS .....	10
2.1.1 <i>El Libro</i> .....	10
2.1.2 <i>Revista</i> .....	16
2.1.3 <i>Grillas o retículas</i> .....	22
2.1.4 <i>LEGIBILIDAD Y LECTURABILIDAD</i> .....	22
2.1.5 <i>LA TIPOGRAFÍA</i> .....	23
2.1.6 <i>La auto edición y los paquetes profesionales (Open Type)</i> .....	39
CAPITULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA .....	46
CAPÍTULO IV: RESULTADOS .....	48
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	49
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	50
ANEXOS. ....	51

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Organigrama InFocus .....	9
Figura 2 Formatos DIN .....	21
Figura 3 Composición de la carátula de la revista Visual Magazine.....	22
Figura 4 Partes de la tipografía.....	24
Figura 5 La altura x.....	25
Figura 6 Muestra de la fuente tipográfica: Georgia .....	26
Figura 7 Muestra de la fuente tipográfica: Bodoni .....	27
Figura 8 Muestra de la fuente tipográfica: Helvetica .....	28
Figura 9 Muestra de la fuente tipográfica: Clarendon.....	29
Figura 10 Muestra de la fuente tipográfica: Zapfino .....	30
Figura 11 Contraste por tamaño .....	31
Figura 12 Contraste por peso .....	32
Figura 13 Contraste por estructura .....	33
Figura 14 Contraste por forma .....	34
Figura 15 Comparación entre una fuente Antigua y Sans Serif en un cuerpo de texto	36
Figura 16 Comparación entre mayúsculas y minúsculas .....	36
Figura 17 Comparación de espaciado de texto .....	38
Figura 18 Activar Versalitas en Word.....	41
Figura 19 Cifras clásicas.....	43
Figura 20 Cifras clásicas 2.....	43
Figura 21 Ligaduras .....	44
Figura 22 Fuentes extendidas y condensadas.....	45

## RESUMEN EJECUTIVO

Aunque la comunicación masiva escrita; con esto me refiero a prensa escrita (revistas y diarios), revistas corporativas, boletines, libros, etc.; en Cajamarca viene mejorado en los últimos años, está todavía presenta grandes deficiencias al momento de plasmar sus mensajes, ya que la calidad de su diseño y el manejo de la tipografía es deficiente, esto hace difícil la lectura de los cuerpos de textos. Esta deficiencia se puede solucionar conociendo y aplicando los conceptos elementales del diseño editorial, los cuales se expondrán en este trabajo.

El presente trabajo está dirigido a alumnos de comunicaciones que tienen inclinación al diseño editorial y necesitan conocer la teoría básica sobre el tema; tiene por objetivo facilitar este conocimiento para ponerlo en práctica además comparto mi experiencia laboral relacionada a este tema. Para ello, desarrollo brevemente la historia de la escritura y la evolución de la comunicación escrita hasta llegar a las herramientas actuales. Además, se identifican las principales características del libro y la revista evidenciando sus diferencias y peculiaridades de cada uno.

Asimismo, se expone los elementos y reglas básicas para realizar diseños editoriales, así como la teoría de la tipografía, la cual es elemental para realizar un diseño editorial con legibilidad y lecturabilidad. Por último se muestran algunos de los trabajos editoriales realizados a diversos clientes en la agencia InFocus.

## CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Razón Social:

Nombre comercial “Infocus”

Ruc: 10417238251

Razón Social: César David Mendoza Moreno

### 1.2 Rubro:

Diseño gráfico editorial y diseño de identidad corporativa.

Consultoría en comunicación para el desarrollo.

### 1.3 Ubicación / Dirección

Jr. San Pablo 489. Br. San Sebastián. Cajamarca.

### 1.4 Reseña Histórica de InFocus

InFocus es una agencia que inició brindando servicios de diseño gráfico en publicitario y diseño de identidad corporativa. Inició su funcionamiento a finales del año 2010,

La agencia ha brindado servicios a marcas locales, nacionales e internacionales en su mayoría relacionadas con el marketing, la publicidad y el desarrollo social. Los servicios editoriales se empiezan a brindar desde el 2012, realizando variedad de diseños desde boletines, revistas y anuarios corporativos.

Paralelo a esto, desde el 2014, se brindan consultorías de comunicación a empresas de minería y construcción en el ámbito de su responsabilidad social, donde una herramienta importante para la comunicación entre la empresa y sus stakeholders es la comunicación editorial y la comunicación visual, realizándose campañas gráficas, boletines y libros informativos.

### 1.5 Misión

Ofrecer un servicio de calidad a nuestros clientes, para cubrir sus necesidades.

## 1.6 Visión

Ser una agencia líder en el norte del país.

## 1.7 Personal y Estructura orgánica de la Empresa

Por ser una agencia pequeña, presenta una estructura básica, está dividida en dos áreas, la creativa y el área administrativa.

### a. Director

Funciones: Planificar y coordinar las actividades de la agencia. Dirigir, delegar y coordinar los trabajos encargados por los clientes.

### b. Programador

Encargado de programar los sistemas de las apps, páginas web.

### c. Asistente de diseño

Puede ser uno o varios, varía según la cantidad de trabajo que se requiera en la agencia.

Funciones: se encargan de ejecutar los requerimientos del coordinador de diseño.

### d. Contador.

Este puesto ha variado muchas veces, ha sido interno o externo, dependiendo de la demanda del trabajo.

Funciones: Llevar la contabilidad de la empresa, en el caso de ser interno, también aporta con la logística.

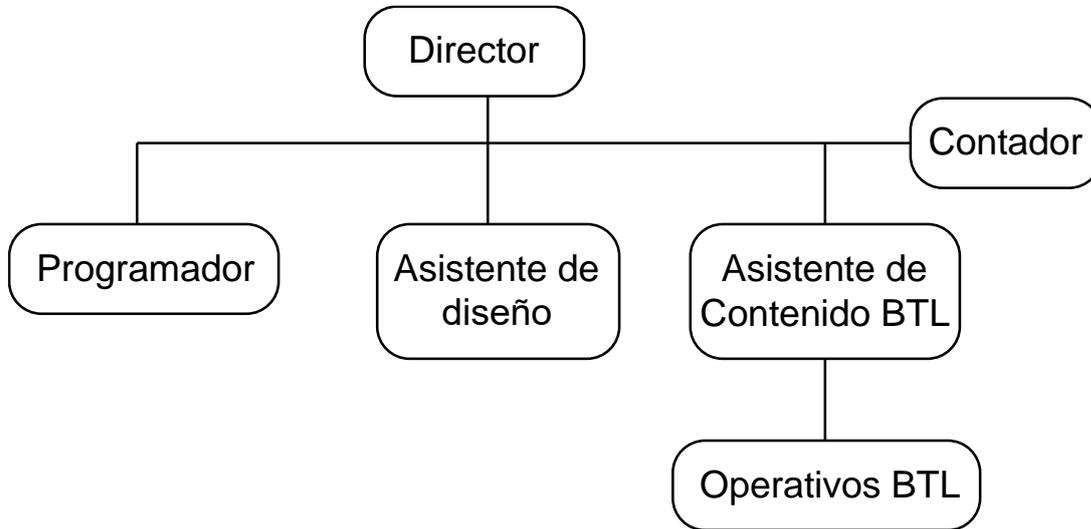
### e. Asistente de Contenido BTL

Funciones: Implementar eventos y campañas BTL (below the line) que soliciten los clientes. Realizar los reportes en lo que respecta al área.

### f. Operativos BTL

Anfitrionas, animadores, músicos, etc.

Organigrama:



*Figura 1 Organigrama InFocus*

## CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

### 2.1 CONCEPTOS BÁSICOS

El presente trabajo pretende ser una guía donde se comparten conceptos útiles y prácticos para realizar la maquetación de material editorial, ya sea impreso o virtual, basados en la experiencia. Es importante conocer también que el diseño editorial está ligado a la historia universal. El hombre por su naturaleza sociable y su necesidad de comunicarse desde sus inicio hasta el día de hoy ha buscado manifestarse, ya sea con geroglíficos o con textos muy elaborados.

#### 2.1.1 El Libro

La Real Academia de la Lengua española indica que el libro es: “Obra científica, literaria o de cualquier otra índole con extensión suficiente para formar un volumen, que puede aparecer impresa o en otro soporte”. Esta obra debe contener escritura, debe poder almacenarse y poder moverse de un lugar a otro, y lo más importante debe desarrollar una idea dentro de él.

El “Sistema de Archivos y Bibliotecas” de México describe al libro como:

Una obra compuesta por un conjunto de hojas de papel o de otro material, encuadernadas y protegidas con una tapa o cubierta, que forman un volumen.

Los libros, para ser considerados como tales, deben poseer por lo menos 49 páginas, pues de lo contrario, si posee menos de 48 y más de cinco, será tenido por folleto, mientras que si tiene menos de cinco se le considerará hojas sueltas.

Durante siglos, la tecnología ha marcado el transcurrir de la historia y la evolución de multitud de factores culturales en nuestro planeta. Así ocurrió con los avances tecnológicos que han dejado huella en la historia del libro: mejora de la calidad de los textos, de su conservación, del acceso a la información, de la manejabilidad, de los costes y producción y de otros aspectos afines.

A continuación veamos como evolucionó.

### **a) Las tablillas de arcilla.**

Pueden ser, los sumerios, los precursores del libro, ellos fueron los habitantes más antiguos de Mesopotamia a quienes la historia les otorga el descubrimiento de la escritura; serían estos también los que utilizarían la escritura como un medio de comunicación perdurable utilizando las tablillas de arcilla en la cual hacían sus apuntes haciendo uso de la escritura cuneiforme, llamada así por la cuña de sus trazos. Esto se dio entre los 6 mil y 3 mil años antes de Cristo. Fue un invento revolucionario para la difusión del conocimiento y la información (Brookfield, 1993). Manguel señala al respecto:

“No todos los libros mesopotámicos estaban destinados a la mano; existen textos escritos en superficies mucho mayores, como la recopilación de leyes asirias, fechada en el siglo XII a.C., encontrada en Assur en un monolito que mide 67 pies cuadrados y cuyo texto está escrito por ambos lados, en columnas. (...) En este caso, el tamaño añadía valor jerárquico; una tablilla pequeña podía sugerir una transacción privada” (1999: 172).

### **b) El Papiro**

De la mano de los egipcios, llegaron los manuscritos, los primeros fueron a base de papiros y se utilizaría la tinta para escribir sobre ellos; el papiro, se fabricaba a partir de las fibras obtenidas de la planta del mismo nombre. Los historiadores coinciden que el papiro tiene su origen entre los 4mil y 3 mil años antes de Cristo, en Egipto. Así Alejandra Ravettino cuenta en su libro Evolución del libro y de las prácticas de lectura: “...el escriba egipcio utilizaba como soporte el papiro y una pluma de caña o un tallo de la misma planta del papiro. La escritura que adoptaba era en sentido de derecha a izquierda en columnas verticales” (Ravettino, 2018, p. 38).

Al inicio solo era utilizado, por lo general, los escribas y la clase sacerdotal del antiguo Egipto, que como en todas las culturas antiguas, la escritura

se inventó para facilitar los primeros intercambios comerciales, pero ya en los inicios del Imperio Antiguo (3000 a.C.) aparecen plenamente formados los géneros literarios como son: la documentación comercial, la literatura religiosa, la literatura sapiencial, los tratados científicos y la creación literaria, tanto poética como de ficción.

Incluso con tales desventajas, el papiro se empleó durante mucho tiempo en la antigua Grecia, Roma y la Europa medieval (los decretos papales tradicionales se publicaron en papiro hasta el siglo XI).

El papiro tuvo unos enemigos muy poderosos: el tiempo, la humedad y toda clase de bichos. En oposición a la tablilla de arcilla mesopotámica, cuya fortaleza al paso del tiempo ha permitido a la arqueología moderna descubrir archivos y bibliotecas muy completas, el papiro no ha sobrevivido al paso del tiempo, y solamente el azar ha permitido que una mínima parte de toda la extensa documentación creada en el pasado se haya mantenido legible hasta nuestros días.

A pesar de esas desventajas se utilizó por muchos milenios, hasta en Grecia, Roma y la Europa medieval y fue empleado en muchos decretos papales que se escribieron sobre el papiro hasta el siglo XI d.C. La mayoría de las grandes bibliotecas de Europa presentan manuscritos en papiro.

### **c) Pergamino**

Para explicar que es el Pergamino, como un soporte de escritura Ravettino (2018), lo hace de la siguiente manera:

El pergamino es una piel de animal tratada bajo un proceso llamado pergaminaje que, a diferencia del cuero, carece de curtición, operación en la que cambia su estructura química. Este proceso consiste en eliminar de la piel la epidermis y la hipodermis, y dejar libre la dermis que conserva, prácticamente, sus características morfológicas originales. La utilización de la piel como soporte escritórico se remonta a los antiguos egipcios, sirios, israelitas y persas pero se atribuye a la creación de la

biblioteca de Pérgamo, el invento del tratamiento idóneo para recibir la escritura.

#### d) **Evolución del libro y de las prácticas de lectura**

Otra alternativa nació en la antigua ciudad de Pérgamo perteneciente al Asia Menor, ellos utilizaron el pergamino, este se basaba en una piel de animal, podría ser de becerro, oveja o cabra. Estas pieles son muy resistentes, toleran una gran manipulación y tratamiento en las manos del curtidor. Puede colorearse, pulirse, flexionarse y decorarse por medio del repujado. En ella se puede realizar incisiones, punzadas y costuras, sin problemas. Tiene un lento envejecimiento, además se puede almacenar sin usar conservando su belleza.

Tiene como características principales su durabilidad y lo agradable que resulta a la vista. Su apariencia nos sugiere antigüedad y calidad, pues ha resistido por cientos de años los rigores del tiempo y del uso. El pergamino nos ha traído, desde la Grecia clásica a la Edad Media, valiosos datos e historias de estas épocas. Muchos pergaminos antiguos sobreviven hoy día como testimonios de la gran utilidad prestada por este valioso material a la humanidad.

La historia considera que el pergamino se usó aproximadamente desde el año 1,500 a.C. Y se cree que Eumenes II, rey de Pérgamo (197 – 157 a.C.) fue el primero en usar este material. Sin embargo, no se consideró como una superficie apropiada para la escritura hasta mucho tiempo después, probablemente alrededor del año 200 d.C., cuando se convirtió en un medio común para la escritura.

Los escribanos de esta época antigua fueron muy cuidadosos al seleccionar la piel para sus libros, asegurándose de que tuviera un color uniforme y una calidad de superficie que les permitiera una encuadernación sin grandes diferencias entre las páginas.

El uso de este material como soporte de la escritura permaneció a través del Renacimiento, aún después del advenimiento en Europa de la imprenta con tipos móviles hechos de bloques de madera.

Se dice que para producir una sola copia de la Biblia se requirieron las pieles de trescientas ovejas.

El empleo del pergamino para la impresión de libros en Europa no llegó más allá del año 1500, pero aún hoy día es demandado para la confección de finos diplomas, certificados, patentes de nobleza, etcétera, ya que los calígrafos lo encuentran como una superficie idealmente apropiada para los detalles finos que requiere una buena escritura.

Sin embargo, fue el papel el que le aportó un verdadero impulso y desarrollo a la impresión, ya que si sólo hubiera existido el caro pergamino no se hubiera realizado la extensa comunicación escrita que hemos disfrutado, y disfrutamos actualmente, desde tiempos remotos.

#### **e) El Papel y la Imprenta**

La llegada de la imprenta vino antecedido por una serie de avances tecnológicos siendo el más importante la creación del papel. Fue en China donde se desarrolló y donde se utilizó por primera vez como herramienta de la escritura, acompañado también por el desarrollo de las tintas.

La imprenta llegó a Europa junto con del Renacimiento. Sin embargo, la gran mayoría de la sociedad era analfabeta por lo que no tuvo una utilidad determinante para la sociedad europea. Los únicos que tenía la capacidad de utilizar esa “tecnología” fueron los monjes, que dedicaban prácticamente toda la vida a la copia de libros. Pero este método inicial era demasiado lento y trabajoso, por lo que esta necesidad empujó la evolución de la imprenta, a finales de la Edad Media.

Este invento se le atribuye al alemán Johannes Gutenberg, quien por la necesidad de acelerar sus trabajos de impresión, acabó desarrollando un sistema de tipos móviles, con el que era capaz de hacer impresiones muy rápidas y con menores costes de producción.

Este avance revolucionó la sociedad europea de la época, en la que el acceso a los manuscritos y libros dejó de ser algo inverosímil, dando alcance a la gran mayoría de la población a la lectura y la información.

La obra maestra de la imprenta de Gutenberg fue la Biblia de 42 Líneas, llamada así por el número de renglones a dos columnas que componían las 1 286 hermosas páginas de la obra. Esta fue impresa en dos volúmenes a tamaño folio. Gutenberg quería demostrar que mediante la imprenta podía elaborarse un libro hermoso como los más soberbios manuscritos de la época, pero haciendo énfasis en su ventaja, podía realizar 200 copias iguales, esa fue la tirada que se hizo para esta obra. Se tardó alrededor de tres años en imprimirla, y se cree que se emplearon cuatro prensas funcionando simultáneamente, seis tipógrafos y una docena de preneros.

El libro, se ha utilizado siempre para compartir información y para registrar la historia o los acontecimientos más importantes de los pueblos, logrando permanecer a lo largo del tiempo. El pasar el tiempo y la evolución de la tecnología ha hecho que el libro encuentre nuevas plataformas haciéndolo cada vez más accesible a las personas.

En la actualidad, muchos de nosotros hemos leído más de un libro en una pantalla y las nuevas generaciones cada vez estén más relacionadas con los libros digitales que con los impresos. Pues la venta de libros electrónicos tiene un constante crecimiento desde el 2010.

Un informe Anual del Libro Digital 2019 realizado por la distribuidora Librandia de España indica que en el 2020, durante el confinamiento por la pandemia del Covid 19, se registraron incrementos del 50% durante los meses de abril hasta agosto. Además reporta cómo el pasado año (2019) los mayores crecimientos se dieron en nuestro país Perú, con un aumento en valores monetarios de un 28%, seguido de Colombia (25%), Chile (21%) y México (20%).

### 2.1.2 Revista

Owen (1991, p.126) afirma que la revista como “un todo continuo formado por portada, contenido, rasgos secundarios, rasgos principales y mezcla, todo bajo una integridad arquitectónica específica que, en este aspecto, difiere de otras formas de materiales impresos”

Un concepto muy completo nos ofrece Valle (1997) y este sostiene que:

Una revista está compuesta por dos partes fondo y forma. El fondo corresponde a la estructura periodística, determinado por la naturaleza de los asuntos que se tratan y la política editorial de cada empresa periodística. En el transcurso de una revista se encuentra la información, base de la publicación, y del contenido que maneja, el que se trata a través de géneros periodísticos. De acuerdo a los géneros, la revista se divide en secciones que pueden ser fijas o temporales. Los géneros periodísticos que más se utilizan son: editoriales, artículos de fondo y reportajes. La forma es la estructura física: estilo, formato, tipografía, distribución de texto, en secciones, tipo papel, impresión, entre otros. (p. 8).

Por otro lado King (2001, p.10) ofrece un más que un concepto, un objetivo práctico para la revista. “Entre tanta experimentación en el ámbito del diseño editorial se olvidó la principal razón de la existencia de una revista: ser leída”

Veamos, a continuación sus características principales.

Actualmente la revista cumple un papel fundamental en las comunicaciones, brindan tanto información y entretenimiento de una manera muy visual. Puede tratar diversidad de temas, además tiene la capacidad de llegar a nichos muy específicos, pudiendo cubrir los temas de manera muy profunda y extensa.

La revista es un medio de comunicación informativo, a diferencia de los diarios, las revistas tienen una periodicidad más prolongada, comúnmente suelen ser: semanales, quincenales, mensuales y bimensuales, también existen ediciones

únicas y ediciones que van desde con una periodicidad más amplia, cada seis meses o más.

La finalidad de una revista es amenizar el ocio de los lectores haciendo publicaciones para diferentes sectores y grupos objetivos. La manera de financiamiento de las publicaciones comerciales se realiza mediante la venta de sus ejemplares y la publicidad que suelen incluir dentro de sus páginas.

Este medio, cuando es impreso por lo general, presenta materiales de calidad, como papel couché, la impresión suele ser a todo color, y para ediciones especiales es común ver acabados en la tapa y contratada como plastificado, sectorizado, hotstamping, entre otros. Cuenta generalmente con una cubierta flexible, es ligera y a menudo es ilustrada.

En cuanto a su contenido, principalmente existen dos tipos: Las revistas de información general y las de contenido específico. Las de información general, son publicaciones que abarcan muchos temas a la vez como política, economía, deporte, entretenimiento, entre otros; estas van desapareciendo y dan paso a las revistas de especializadas. Las publicaciones de contenido específico o especializadas apuntan a nichos de mercado particulares y hablan sobre contenidos muy singular y suelen ser tratar muchos detalles de sus temas. Existen revistas sobre contenidos científicos, religiosos, de video juegos, deportes, medicina, etc. A veces es tanta la segmentación y especialización de la revista que, por ejemplo, dentro de los deportes podrían haber revistas que tratan temas solo de surf o solo de basketball. La especialización de estos contenidos va de la mano con el mercado.

### **2.1.2.1 Reseña histórica de la revista**

La revista, actualmente, se distingue de los diarios por tres razones primordiales: su periodicidad que va de dos veces por semana hasta bimensual y en algunos casos periodos más largos, los temas presentados en las revistas son más detallados profundizados y por último las revistas presentan una mayor calidad de papel y de acabados. En la actualidad es

común encontrar revistas especializadas, como deporte, belleza, salud, viajes, ciencia y muchos temas más. Pero no siempre fue así.

La primera revista del mundo fue la alemana: *Erbauliche monaths-unterredunge* que nació a principios de la década de los 60s en el siglo XIX, presentaba contenido teológico y filosófico contaba con un diseño heredado de los libros y se asemejaba más a uno de ellos que a una revista tal y como la conocemos ahora.

A finales del siglo XIX los avances tecnológicos permitieron que las revistas se produjeran en forma masiva y circularon por toda europa occidental, pero su diseño todavía estaba basado en la composición de un libro con la diferencia que la carátula era más flexible a diferencia de la tapa dura que era propia de un libro, desde entonces surgió una lucha en el diseño para distanciarse cada día más de su predecesor el libro, y que la revista tuviera un formato visual único como la conocemos ahora.

La era dorada de la ilustración de revistas llegó a finales del siglo XIX gracias a la litografía que permitió realizar ilustraciones a color, el color ayudó a otras innovaciones artísticas donde participó el Movimiento Moderno. Owen (1921, p.23) describe el objetivo de la estética moderna como “la creación de un equilibrio de otro tipo que sea capaz de expresar no una mera armonía de masas, o una quietud monumental, si no el cambio, el movimiento, las revoluciones constante de la era de las máquinas: utilizar los elementos fundamentales de la página para expresar tensión y energía al unísono, consiguiendo de esos elementos separados una síntesis que sea más que la suma de sus partes”. En estos tiempos artistas impresionistas tan conocidos como Manet, Renoir, Toulouse-Lautrec colaboraron con distintas revistas, siendo estas una plataforma para los artistas gracias a la flexibilidad que otorgaba el color, la reproducción en masa se desarrollaron gran variedad de temáticas de revistas. Pasaron de ser un espacio noticioso a espacios culturales y de ocio. En esta temporada las revistas artísticas obtuvieron gran calidad de diseño y producción, esto coadyuvó a dividir el trabajo y por ende a crear especializaciones en la creación de una revista permitiendo el reconocimiento a los mejores directores artísticos en el área editorial.

Un gran avance se dio durante la Primera y Segunda Guerra Mundial, donde surgieron semanarios ilustrados, periódicos fotográficos. Estas publicaciones presentaban un nuevo estilo de diseño simplificado y austero encabezado, por ejemplo la revista Life que daba prioridad a la fotografía eliminando elementos decorativos y reduciendo las variantes tipográficas. Un gran impacto en las revistas causó la cámara portátil que apareció en 1923; al tener mayor acceso a las imágenes que brindaba esta cámara las historias se empezaban a narrar por una continuidad fotografías en lugar del texto.

La revista fotoperiodística Life, fue fundada en 1936. En el tema tipográfico aprendieron del diseñador alemán Korff, él enseñó a los inexpertos editores americanos a diferenciar una buena fotografía, así destacaría una portada con una sola fotografía logrando llamar la atención en los puestos de venta, este estilo se convirtió en una tendencia en el fotoperiodismo en el mundo entero. En 1940 Theodore H. White afirmó que las revistas eran el medio político dominante de la nación (Estados Unidos).

En Estados Unidos, en 1961, nació la revista Cosmopolitan que presentaba un innovador diseño la doble página ilustrada; este diseño fue propuesto por el tipógrafo Will Bradley quien había trabajado anteriormente en el American Type Founders.

En la década de los setentas la industria editorial sufrió un golpe como consecuencia de la depresión económica 1972 y 1974 disminuyendo su consumo y aumentando el precio de sus insumos. Esto ocasionó que las revistas se enfocaron en mercados masivos para aumentar sus ventas y sobrevivir, sus diseños estaban llenos de tipografías desatinadas y fotografías pequeñas. Los directores de arte migraron a otras áreas del diseño tanto en Estados Unidos y Europa, las nuevas propuestas surgieron del movimiento independiente y del underground, este último propuso una propuesta visual basada en la psicodelia hippie.

La ilustración empezó a gozar de aceptación y brillo, cuando los diseñadores empezaron a buscar nuevas fuentes y formas de expresión, donde el arte

psicodélico y los estilos premodernos tuvieron una poderosa influencia basada en la tipografía y las ilustraciones; las ilustraciones que impactantes fueron estudiadas por renombrados diseñadores como Milton Glaser, Seymour Chwast, entre otros; cambiando el sombrío realismo social por los vibrantes colores del arte pop.

A finales de los 70's en Estados Unidos se puso de moda la simplicidad y austeridad, siendo la publicación más emblemática Rolling Stones que inició como una revista especializada en música.

Desde los 80's hasta nuestros días, las revistas han sido una evolución de lo aprendido en las décadas pasadas, dando espacio a publicaciones cada vez más especializadas. Y en cuanto al diseño, se las encuentran con diferentes tendencias pero todas basadas en lo escrito en sus inicios.

La llegada del internet y las redes sociales no han hecho otra cosa más que adaptar el diseño y la distribución a un nuevo formato, el digital, pero esto no ha ocasionado que desaparezca la revista tal cual fue concebida en la década de los 60's. La revista sigue adaptándose a las tendencias del lector y el estilo de vida de las sociedades.

### **2.1.2.2 Tamaños y formatos**

Los tamaños y formatos de los libros, revistas, y de cualquier producción editorial son muy variados, por lo que son tan flexibles como los gustos y la funcionalidad que el cliente o usuario y el impacto que se quiera crear al público al que se dirige. Pero muy a menudo estos tamaños se sujetan a los formatos de la imprenta y del papel. Por ejemplo el A4 que es el formato más común.

Es importante saber que en Alemania, el Instituto Alemán de Normalización, en 1922 creó la norma DIN 472 que referida al tamaño de papel que va desde el A0, el cual equivale a un metro cuadrado y va reduciéndose a la mitad a medida que el número después de la letra A aumenta, es decir el A1, es medio metro cuadrado y así sucesivamente. A continuación tenemos las medidas en milímetros para cada uno de los formatos DIN:

A0: 1189x841 mm

A1: 841x594 mm

A2: 594x420 mm

A3: 420x297 mm

A4: 297x210 mm

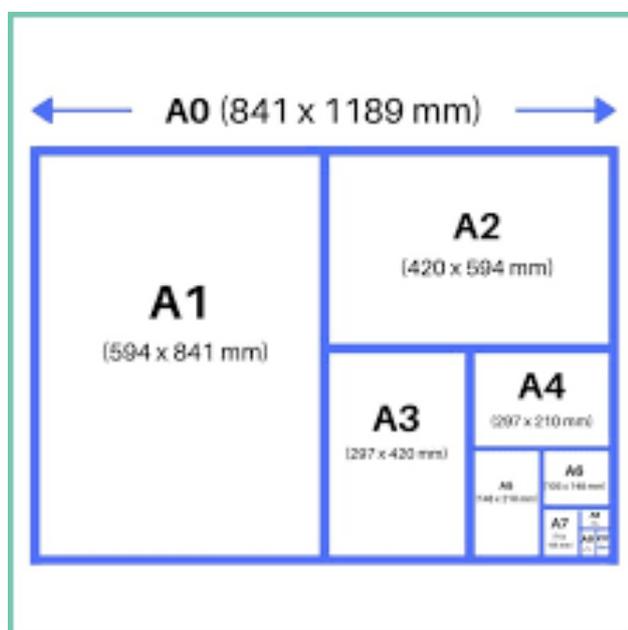
A5: 210x148 mm

A6: 148x105 mm

A7: 105x74 mm

A8: 74x52 mm

Los alemanes crearon esta normativa muy bien pensada, sus proporciones son aureas, es decir buscan ser agradables al ojo y la percepción humana, además de esto, estas medidas son muy prácticas ya que la longitud de sus lados mantienen una relación ideal, de esta manera, al cortar por la mitad — de su lado más largo— una hoja A0, el lado más corto pasa a convertirse en el lado más largo de la nueva hoja A1, y así sucesivamente.

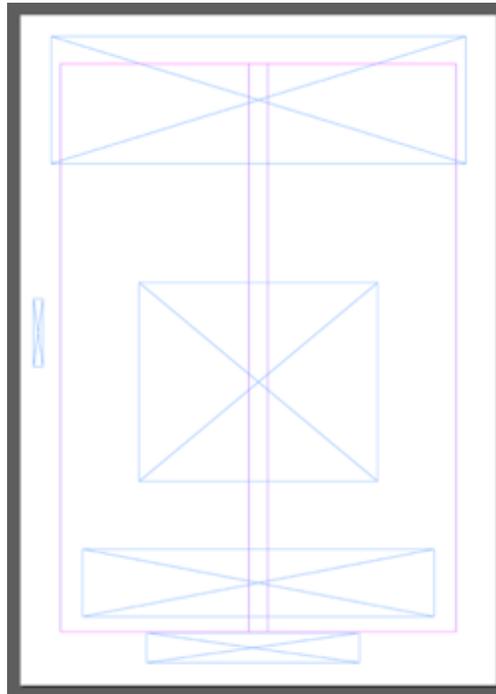


*Figura 2 Formatos DIN*

Los tamaños de esta normativa DIN 472, es un buen inicio para elegir tamaños en la prensa en general y también en los trabajos editoriales.

### 2.1.3 Grillas o retículas

Las retículas son un conjunto de líneas y guías que se trazan sobre el espacio de un proyecto gráfico para poder organizar y unificar el espacio a nivel compositivo. Sobre estas se asientan todos los elementos que componen la producción gráfica: títulos, subtítulos, texto, imágenes, cuaros, etc. Una edición con un diseño apoyado en retículas tiene un orden y una estética. Estos espacios se van regulando y afinando una vez que se tiene elegida la tipografía de texto y su tamaño, todo con la finalidad de facilitar la lectura y la presentación de las páginas.



*Figura 3 Composición de la carátula de la revista Visual Magazine*

### 2.1.4 Legibilidad y lecturabilidad

**La legibilidad** es la facilidad con la que se identifican los distintos caracteres que forman un alfabeto y está basado en las características incluidas en su diseño: contraformas, ojo medio, remates, contraste de los trazos, etc...

Lo primero a tener en cuenta para lograr un texto legible es la tipografía a utilizar, existen tipografías más legibles que otras, por ejemplo las Antiguas son las más legibles que las demás, sin embargo existen fuentes tipográficas San Serif muy legibles. Otros detalles que influyen en la legibilidad de un texto es el kerning, o interlineaje; es decir, el espacio que hay entre las letras de una palabra. Este espacio debe ser proporcional a cada carácter para leer la palabra como un todo y no por letras separadas.

**La lecturabilidad** hace referencia a la comodidad con la que se lee un texto compuesto y entre sus características encontramos: tamaño del tipo, longitud de línea, interlineado, y el espacio entre caracteres y palabras...

Para resumirlo, podríamos decir que la lecturabilidad es la facilidad con la que el texto puede ser leído. La comprensión es el factor clave en términos de lecturabilidad, así como la facilidad de observar rápidamente, y entender, las letras escritas.

### 2.1.5 La Tipografía

La tipografía estructura y organiza el lenguaje visual, es la base de todo documento editorial, por un lado es lo que leerá leyente y por otro lado esta expresará el carácter de la publicación. Es muy importante para mejorar la lectura y el entendimiento de su contenido a los lectores.

La palabra tipografía es una unión de dos palabras griegas: *tipos* y *graphos*. Mientras la primera se refiere a la idea de molde, la segunda significa escribir o grabar, por lo cual la tipografía es la escritura que se realiza a través de diferentes tipos de impresión.

El avance tecnológico y la digitalización permitió el desarrollo y el mejoramiento de la tipografía en general, sobretodo en el ámbito editorial. Por medio de los

procesadores de texto profesionales como Adobe InDesign para trabajos editoriales y Adobe Illustrator, Corel y FreeHand para diseños publicitarios y artísticos.

### 2.1.5.1 Partes de la tipografía

En el siguiente gráfico se mostrarán las partes más importantes de la anatomía de la tipografía, esto es necesario para distinguir los términos tipográficos.

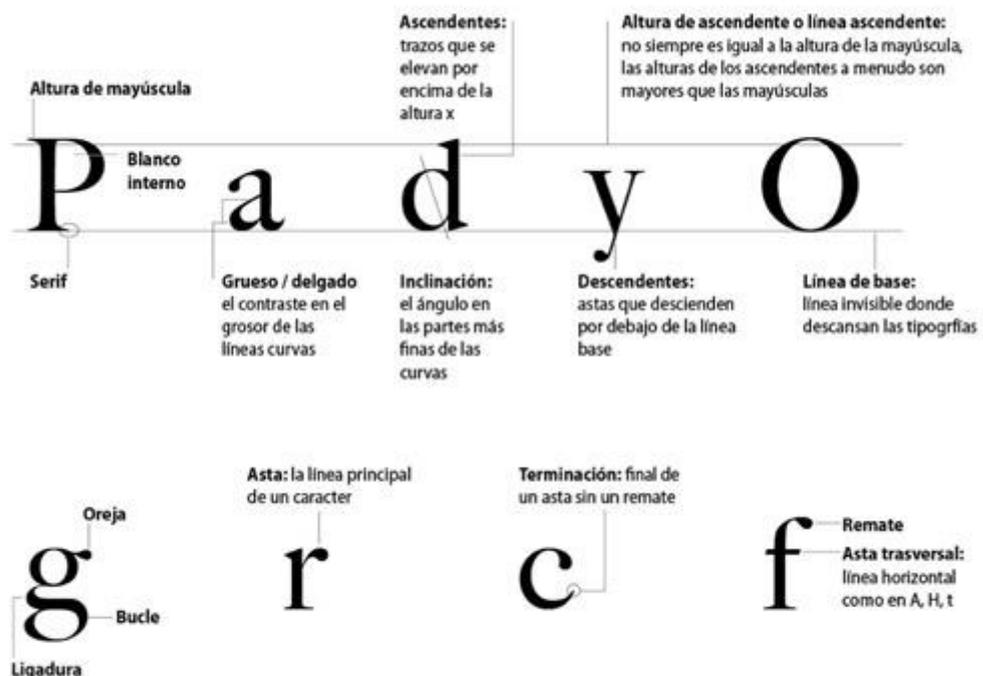


Figura 4 Partes de la tipografía.

### 2.1.5.2 La altura “x”

Se utiliza la letra “x” (x minúscula) para representar el tamaño del cuerpo de los caracteres, ya que la x es la única que ocupa las cuatro esquinas del espacio.

Williams (2006), explica claramente la importancia de la altura x:

Es la altura  $x$  que crea la impresión del tamaño de una fuente. El Tamaño del punto de la tipografía como lo conoce, pongamos 24 puntos, hacía referencia originalmente al tamaño de la pequeña parte de metal en la que se creaba la letra.

En ese espacio de 24 puntos, el diseñador tipográfico puede hacer lo que desee; podría hacer ascendentes largos, una altura  $x$  alta, una altura  $x$  pequeña, descendentes cortos. Incluso no tiene por qué ocupar el espacio de 24 puntos. Así que cuando decimos que una tipografía es un determinado tamaño de punto, solo estamos obteniendo una aproximación del número real de puntos desde la parte superior de los ascendentes de carácter a la parte inferior de sus descendentes.

E incluso si la medida real desde la parte superior a la inferior es idéntica en varias fuentes, la altura  $x$  varía enormemente. Ya que la mayoría de ki qye se ve en una tipografía es la altura  $x$ , es es lo que le proporciona a una fuente su impacto visual.



*Figura 5 La altura  $x$*

### **2.1.5.3 Clasificación tipográfica.**

Aunque existen una gran variedad de fuentes tipográficas, conozcamos las principales, esta información ayudará a todo diseñador editorial a elegir las fuentes adecuadas para su proyecto.

#### **a. Serif o Antiguas.**

Las fuentes antiguas, serif o con serifa tienen su origen en el pasado, cuando las letras se cincelaban bloques de piedra. Estas derivan de las tipografías romanas, las cuales se basaban en círculos perfectos y formas lineales equilibradas, además presentaban en sus extremos unos remates muy característicos, conocidos con el nombre de serifas.

Esta tipografía proporciona el efecto de tranquilidad, autoridad, elegancia y firmeza; pero cuando se las son las que logran ser más “invisibles”, esto quiere decir que no distraen al ojo humano en el momento de la lectura. Esta tipografía contiene un pequeño embellecimiento (sutiles remates) en los extremos de un carácter que cumplen una función de enlazar un glifo (letra) con el siguiente dibujando una línea imaginaria facilitando la continuidad en la lectura, con la finalidad de que se pueda leer grandes de bloques de texto sin cansancio. (Ejemplos: *Garamond / Times / Bembo*).



*Figura 6 Muestra de la fuente tipográfica: Georgia*

## **b. Modernas**

Estas fuentes expresan elegancia y gracia pero además adoptan un aspecto frío y rígido. No son muy legibles, no se recomiendan para textos cortos y mucho menos textos largos ya que el marcado contraste entre sus fino y grueso de sus formas pueden crear un efecto “deslumbramiento”, también presentan remates en todos sus caracteres de manera horizontal y con formas muy finas. Presenta una tensión vertical.

Las tipografías Modernas, presentan las serif as en forma lineal o filiforme y una gran diferencia entre los trazos gruesos y finos. Al igual que las romanas antiguas, derivan de los textos esculpidos en piedra, en las construcciones y monumentos romanos. (Ejemplos: *Bodoni / Modern / Didot*).



*Figura 7 Muestra de la fuente tipográfica: Bodoni*

### **c. San Serif**

Las fuentes Sans Serif o de palo seco no tienen remates en su estructura. Sus trazos son rectos y no existe contraste entre ellos.

Este tipo de fuente crea el efecto de modernidad, sobriedad, alegría y seguridad, es más neutra y aunque son muy populares, dificultan la lectura de textos largos, por lo que se usan sólo en casos de textos muy cortos donde existiera una razón para ello. (Ejemplos: *Avant Garde / Futura / Kabel*).



*Figura 8 Muestra de la fuente tipográfica: Helvetica*

#### **d. Egipcias**

Estas fuentes tipográficas se distinguen principalmente por el serif muy marcado, cuadrangular y horizontales. Algunas pueden presentar diferencia en los trazos de grueso a fino. En general son más pesadas que las romanas, y son utilizadas frecuentemente para títulos o rótulos. Si es que existiera tensión sería vertical. No es aconsejable su uso para textos largos. (Ejemplos: *Clarendon / Serifa / Shadow*).

Clarendon Blk BT Negra

**ABCDEFGHIJKLMN**  
**ÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmn**  
**ñopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

*Figura 9 Muestra de la fuente tipográfica: Clarendon*

#### **e. Manuscritas o Caligráficas**

Estas fuentes emulan la escritura a mano. Estas sirven para aportar en los diseños un toque más personalizado, generalmente se utilizan para invitaciones, o firmas de autor. En algunos casos se podría comprometer la legibilidad donde hay trazos muy finos. (Ejemplos: *Aelfa / Belphebe / Brush / Vivaldi.*)

Zapfino Normal



*Figura 10 Muestra de la fuente tipográfica: Zapfino*

#### **2.1.5.4 Contraste tipográfico**

En el diseño de una revista es importante tener en cuenta el contraste en las tipografías. El contraste consiste en crear una diferencia marcada entre un el texto del cuerpo y los títulos por ejemplo.

Este contraste puede ser muy marcado o puede ser sutil o hasta inexistente, todo depende de lo que se busque, para esto se cuenta con seis formas de realizar un contraste en la tipografía. Lo recomendable en el diseño editorial es no exagerar en el contraste, sobre todo si no es intencional y el tema o el diseño lo requiere de forma imperativa.

Estas reglas son aplicables a cualquier tipo de diseño donde intervenga la tipografía ya sean un trabajo editorial, gráfico, publicitario, artístico, diseño web, aplicaciones, etc.

### a. Dimensión o tamaño

Se logra utilizando dos tamaños de tipografías, dando el mayor al texto más importante. Como el texto que estamos leyendo es de 10 puntos, el subtítulo es de 12 puntos y para los títulos de cada capítulo se utiliza de 14 puntos. Esto ayuda a ubicar las diferentes partes del documento de una manera más fácil que si todo estaría escrito con 10 puntos.

EL TAMAÑO SÍ IMPORTA  
CONTRASTE

*Figura 11 Contraste por tamaño*

### b. Peso

El peso de un tipo de letra se refiere al grosor que poseen sus trazos. La mayoría de las familias de tipos están diseñadas en una variedad de pesos (en mayor variedad las profesionales).

Sobre el uso de contraste de peso Williams (2004) aconseja que:

No contrastes el una fuente regular con una semi negrita, el contraste no será tan notorio. El contraste tiene que estar enfocado.

Ninguno de los tipos de letra que vienen de serie con su computadora personal tiene una negrita muy fuerte en su familia. Le animo de todo corazón a que invierta al menos en una tipografía que presente en su familia un tipo de negrita muy fuerte. Consulte los catálogos de tipos para encontrar uno. Un contraste de peso es una de las formas más fáciles y

efectivas de agregar interés visual a una página sin rediseñar nada, pero nunca podrá obtener ese contraste hermoso y fuerte a menos que tenga una tipografía con trazos grandes y sólidos.

Para crear contraste con el peso,  
**es preferible que sea marcado**

*Figura 12 Contraste por peso*

### **c. Estructura**

El contraste se puede lograr utilizando dos familias pertenecientes clasificaciones tipográficas diferentes. Por ejemplo una tipografía Sans Serif como la Arial que estamos leyendo en este texto se podría contrastar con la fuente Clarendon que pertenece a la familia de las Slav Serif. El contraste más común de este tipo que se utilizan en las revistas es utilizando una Sans Serif en el título y una Antigua en el texto.

Es importante aclarar que hay que tener en cuenta el soporte, y el tamaño de la fuente tipográfica utilizada. Cuando es un material impreso hay que utilizar tamaños de letra mínimos de 8 puntos, ya que en tamaños menores no se notaría las sutiles serifas de una Antigua y se podría confundir con una fuente Sans Serif. En soportes que utilicen pantalla, como es una web o una app, la recomendación es que sea mínimo de 11 o 12 puntos para poder diferenciar los detalles y apreciar el contraste.

Para el contraste por estructura,  
*se utiliza clasificaciones tipográficas  
distintas*

*Figura 13* Contraste por estructura

#### d. Forma

Los caracteres de una misma familia tienen la misma estructura, pero pueden tener diferentes formas. Por ejemplo, una letra mayúscula "G" tiene la misma estructura que una letra minúscula "g" en la misma familia, pero sus formas reales son muy diferentes entre sí. Una manera fácil de pensar en un contraste por forma es visualizando las mayúsculas y minúsculas.

Además de que cada letra mayúscula individual es diferente en forma a su respectiva letra en minúscula, la forma de una palabra escrita en mayúsculas, también difiere mucho a la forma que tiene la misma palabra escrita en minúscula. Las palabras en mayúsculas siempre tendrán una forma rectangular, sin importar las letras que la conformen. No se recomienda utilizar mayúsculas en textos largos por la dificultad para diferenciar las palabras.

Otro tipo de contraste de forma se logra utilizando romana e itálica. La romana cualquier tipo de letra en su sentido más común, se encuentra parada a diferencia de la itálica la cual está inclinada. En los paquetes tipográficos profesionales es común ver que las letras no solo se inclinan, también cambian radicalmente su forma, esto lo hacen los tipógrafos para facilitar su lectura en las tipografías antiguas.

## CONTRASTE POR FORMA

Existen diferentes maneras de realizar este contraste:  
MAYÚSCULAS con minúsculas, romanas e *itálicas*, etc.

*Figura 14 Contraste por forma*

### 2.1.5.5 Configuración del cuerpo de texto. (Legibilidad)

Una revista busca impactar en la sociedad, en este caso “Visual Magazine” tiene como objetivo informar y entretener, creando a la vez una corriente de opinión. Sería imposible lograr dichas metas si las personas no leyeran los párrafos que encierran cada una de sus páginas.

Por lo cual el diseño debe ir en respuesta a su propósito intrínseco: que la revista se lea con la mayor facilidad posible; en 1982 Gillan afirmó que el diseño debe estar enfocado satisfacer las necesidades humanas. En este caso, el diseño gráfico editorial, precedido por los tipógrafos (diseñadores de tipografías) han estudiado durante siglos la facilidad de la lectura sobre todo en textos con grandes extensiones como los libros, y las revistas.

Existen diversidad de factores que establecen si un texto es fácil de leer o no. En esencia una fuente es más fácil de leer cuando logra ser “invisible”, es decir, si no llama la atención del lector no lo distrae y por lo tanto facilita su lectura, por el contrario si una fuente presenta detalles llamativos como astas gruesas, contrastes marcados, caracteres hermosos, decoraciones, etc, harán que la atención del lector se centre en esos detalles y no en la lectura.

Algunas fuentes tipográficas son más fáciles de leer que otras debido a sus características intrínsecas, pero un diseñador gráfico tiene el control de aumenar o disminuir esa capacidad.

Las fuentes más fáciles de leer son las clásicas Antiguas con remates, ya las mencionamos anteriormente. Estas fueron diseñadas en los siglos XV y XVI, ya que todas sus impresiones estaban destinadas a libros extensos como la Sagrada Biblia, que fue el primer libro impreso en el año 1455 aproximadamente por Gutenberg.

Algunas de las características de las fuentes Antiguas son sus **serifas**: es posible que los propios remates sean los que guíen al ojo humano entre las palabras. El **contraste** sutil entre sus trazos no lo poseen otras categorías

tipográficas como las Sans Serif que el contraste es casi inexistente y las Modernas que cuentan con un contraste muy visible.

Un 23 de febrero de 1455, el inventor alemán Johannes Gutenberg inició la impresión del primer libro de la historia: “La Biblia”, proceso que tardó cinco años en concluirse y tiene el estatus de icono por simbolizar el comienzo de la Edad de la Imprenta.

– Andina Agencia Peruana de Noticias

Un 23 de febrero de 1455, el inventor alemán Johannes Gutenberg inició la impresión del primer libro de la historia: “La Biblia”, proceso que tardó cinco años en concluirse y tiene el estatus de icono por simbolizar el comienzo de la Edad de la Imprenta.

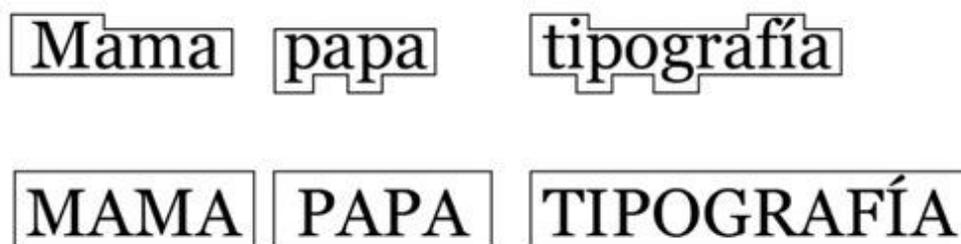
– Andina Agencia Peruana de Noticias

*Figura 15 Comparación entre una fuente Antigua y Sans Serif en un cuerpo de texto*

Como se puede verificar en el ejemplo anterior, el texto de a izquierda escrito con una fuente Antigua (Garamond), es más fácil de leer que el de la derecha escrito con la fuente Sans Serif (Myriad).

### 2.1.5.6 Forma del texto

Una característica de la lectura es que, las personas no leemos letra por letra, lo hacemos palabra por palabra. Esto es dado que reconocemos las formas de las palabras, pero cuando el texto está escrito en mayúsculas las palabras pierden su forma peculiar y todas se transforman en rectángulos.



*Figura 16 Comparación entre mayúsculas y minúsculas*



### 2.1.5.7 Espaciado de letras y palabras

Bajo el concepto que leemos por frases, los espacios entre letras y palabras pueden alterar el patrón de lectura, ya que los ojos invertirían tiempo y esfuerzo para realizar ajustes continuos. Entonces un espacio muy corto o largo perturba la lectura, aunque no existe una regla escrita y comprobada, el diseñador tiene que entrenar el ojo para dejar párrafos con facilidad de lectura.

*El alemán Johannes Gutenberg inició la impresión del primer libro de la historia: "La Biblia".*

*El alemán Johannes Gutenberg inició la impresión del primer libro de la historia: "La Biblia".*

*El alemán Johannes Gutenberg inició la impresión del primer libro de la historia: "La Biblia".*

Figura 17 Comparación de espaciado de texto

### 2.1.5.8 Tamaño y justificación de línea

Determinar el ancho de las líneas en la revista Visual Magazine, era crucial, pues ya contaba con un ancho determinado de la hoja y era menor que en una A4. Este ancho de línea determinaría la cantidad de columnas y el tamaño del texto.

Durante el proceso de lectura el ojo humano debe terminar una línea e inmediatamente buscar la siguiente, si las líneas son muy largas el ojo puede hacer un esfuerzo muy grande para encontrarla perdiendo la hilación. Por otro lado si la línea es muy corta perderá las frases que reconocemos.

El ancho de una columna se determinó bajo los parámetros recomendados por el autor del libro Robin Williams Tipografía Digital “Duplique el tamaño del punto de línea de fuentes de 9 puntos; su longitud de línea debe ser 18 picas. Si su fuente es de 24 puntos, su longitud de línea debe ser 48 picas”

Estas medidas fueron utilizadas para diseñar las fuentes tipográficas en pequeños tipos de metal, hay que realizar la conversión al sistema métrico de la siguiente manera: hay 6 picas en una pulgada y una pulgada es 2.54cm.

### **2.1.5.9 Interlineado o espacio entre líneas de texto**

Como su nombre lo indica, el interlineado, es el espacio entre una línea y otra. Si este es muy ajustado reduce la facilidad de leer porque se crea una aglomeración de formas mientras el ojo va avanzando en la lectura, también se hace más difícil encontrar el inicio de la próxima línea.

Existen motivos concretos para aumentar el espacio entre líneas:

- Si la fuente tiene una pronunciada altura x, esta característica es habitual en las Sans Serif.
- Si el texto se encuentra invertido, es decir texto blanco sobre un sólido.
- Cuando el texto está dedicado a una página web.

## **2.1.6 La auto edición y los paquetes profesionales (Open Type)**

### **2.1.6.1 La tipografía digital**

La tipografía digital nace en la década de los 80s, pero la verdadera revolución sucede con la auto edición, es decir, cuando fue posible realizar la maquetación por medio de un ordenador y ese diseño que se ve en pantalla se imprime en una hoja de papel por medio de una impresora. Ahora es tan normal, pero no existía hasta el año 1985 cuando convergieron tres empresas innovadoras: Adobe, Apple y Aldus.

Adobe desarrolló Post Script, el cual es un lenguaje de descripción de páginas y lograba una comunicación entre el ordenador y una impresora. PageMaker, de Aldus, fue la primera aplicación de maquetación y diseño tipográfico que se diferenciaba de Word Perfect y Microsoft Word por crear una forma de trabajo inspirada en tradicional proceso de maquetación

utilizado en la imprenta. La empresa de la manzana, Apple, fue la que fabricó la impresora Apple Laser Writer que ofrecía 300 puntos por pulgada de resolución.

Después que PageMaker hiciera su debut como el primer software de autoedición, en 1987 llega QuarkExpress y se crea una fuerte rivalidad en el mercado de la autoedición, poco a poco el software de Aldus iba perdiendo cuota en el mercado, en 1994 Adobe compra Aldus, para que después de unos años PageMaker sea mejorado y se presente como InDesign en 1999, ahora es el software que más evoluciona hasta la actualidad y también es el más utilizado.

### **2.1.6.2 Los paquetes Profesionales (Open Type)**

Hace unas décadas, cuando se utilizaba la máquina de escribir, teníamos menos de 100 caracteres entre mayúsculas, minúsculas, números, signos de puntuación entre otros. En la actualidad un paquete tipográfico estándar puede tener hasta 256 caracteres, superando ampliamente lo que nos ofrecía una máquina de escribir.

Lo sorprendente es que ahora también podemos encontrar fuentes tipográficas que contienen más de 65 000 glifos (variaciones de caracteres), estas fuentes son los paquetes profesionales de tipografías, consisten básicamente en añadir conjuntos de fuentes con caracteres específicos al conjunto de fuente básico; estos caracteres ayudan para hacer textos más atractivos, agradables y más legibles. Dentro de estos caracteres podemos encontrar versalitas, cifras clásicas, ligaduras, tipografía extendida y condensada, tipografía de visualización, ornamentos, letras griegas, ligaduras y muchas más opciones.

Veamos los paquetes de tipografía más importantes:

### a. Versalitas:

Las versalitas son letras con apariencia de las mayúsculas pero más pequeñas, aproximadamente del tamaño de las minúsculas. Tienen usos muy prácticos y que también que ayudan a presentar a los textos de una manera elegante.

Cuando introducimos las siglas de una palabra en mayúsculas normales, por el peso visual estas serán innecesariamente llamativas.

Juan del BCP, llegará a las 3:30 P.M.

Juan del BCP, llegará a las 3:30 P.M.

Observando el ejemplo anterior, las mayúsculas llaman mucho la atención, mientras que las versalitas se integran al texto.

La mayoría de programas dedicados a procesar texto, disponen de una opción para para transformar las letras minúsculas en versalitas, como se realizó en el ejemplo anterior en Microsoft Word. Formato > Fuente.



*Figura 18 Activar Versalitas en Word*

Si el software utilizado no cuenta con esta opción se puede hacer manualmente: se escribe en letras mayúsculas y se reduce su tamaño en un 70% del tamaño de punto de la tipografía del texto que se está utilizando.

Estos métodos indicados, se recomiendan para trabajos de bajo nivel, no para una producción editorial de calidad. Para esto se recomienda invertir en una tipografía profesional que cuenta con versalitas diseñadas especialmente. Estas respetarán no solo el tamaño de las versalitas, si no también el grosor de las astas y los trazados de los remates, es decir las versalitas de un paquete profesional están diseñadas especialmente para coincidir con el peso de las mayúsculas de la misma fuente y no interrumpen la lectura.

Además de las siglas, las versalitas se suelen utilizar en leyendas, citas, títulos y subtítulos. Pero hay que tener en cuenta que no son más fáciles de leer que las mayúsculas, por lo que hay que evitar de escribir textos largos. Por lo tanto, no hay que abusar de su uso.

#### **b. Cifras clásicas:**

En tipografía los números son denominados como cifras. La mayoría de paquetes tipográficos utilizan las cifras normales, estas son llamadas “cifras alineadas” tienen la misma desventaja de las mayúsculas cuando están dentro del cuerpo de texto, son muy grandes.

Las cifras clásicas son simplemente hermosas, ya que tienen ascendentes y descendentes como las minúsculas, haciendo que se integren al cuerpo de texto y además facilitando su reconocimiento al momento de leer de forma corrida.

Hola Juan, mi número de teléfono es el 949172171 y mi  
dirección es Jr. Los Rosales 4371, visítame a partir de las  
4:30 p.m. y llámame las 9:37 a.m.

*Hola Juan, mi número de teléfono es el 949172171  
y mi dirección es Jr. Los Rosales 4371, visítame a  
partir de las 4:30 p.m. y llámame las 9:37 a.m.*

*Figura 19 Cifras clásicas*

Las cifras normales no se espacian individualmente, ya que, sin importar el número que sea, todas tienen el mismo espacio; es decir el número 1 tiene el mismo espacio que es 7. Esto es para poder crear columnas de números y estas puedan estar alineadas.

Conejos	122.0
Cuyes	45.5
Aves	1245.0

Pero cuando se utilizan las mismas cifras normales en un cuerpo de texto, el monoespaciado es incómodo y reduce la legibilidad:

Llama a Juan Pérez al 00517194916741

*Llama a Juan Pérez al 00517194916741*

*Figura 20 Cifras clásicas 2*

### **c. Ligaduras:**

Las ligaduras son aquellos caracteres tipográficos que se forman en el encuentro entre dos o más caracteres, las más comunes pueden ser “fi” y “fl”, veamos en la aplicación:

**fichaje / flama**

**fichaje / flama**

*Figura 21 Ligaduras*

Las ligaduras tienen dos propósitos esenciales, el primero es practicidad, por ejemplo el remate de la “f” que choca con el pinto de la “i” y el segundo propósito es meramente estético, ya que algunas ligaduras aportan elegancia. Pero esos detalles son los que separan una producción editorial profesional de una convencional.

#### **d. Extendida y condensada:**

Las familias tipográficas más convencionales traen comúnmente las fuentes normales, cursivas, negritas y negritas cursivas, el siguiente paso para una familia más completa tendría condensadas, negritas condensadas, extra condensadas, extendidas, negritas extendidas, etc.

La tipografía condensada, como su nombre lo indica, tiene una forma comprimida solo horizontalmente. Estas poseen un aspecto elegante. Por el contrario la tipografía es alargada horizontalmente, por lo que tienen un aspecto achatado, pero sin dejar de ser atractivas.

Estas tipografías se utilizan comúnmente cuando se prioriza el espacio, obviamente las extendidas ocupan más espacio y las condensadas menos.

A continuación observemos parte de la familia Myriad Pro, se puede apreciar algunas variaciones, entre condensadas, semiextendidas y las itálicas. Esta familia cuenta con más de 30 miembros, así nos podemos dar una idea que una fuente tipográfica nos abre un abanico de posibilidades al momento de diagramar un documento profesional.

***Black condensada itálica***  
**Black condensada**  
*Light condensada itálica*  
Light condensada  
*Condensada itálica*  
Condensada  
Regular  
Light semiextendida  
*Light semiextendida itálica*  
Semiextendida  
*Semi extendida itálica*  
**Black semiextendida**  
***Black semiextendida itálica***

*Figura 22 Fuentes extendidas y condensadas*

### **CAPITULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA**

Desde el 2011, hasta la actualidad brindé servicios de manera independiente en diseño gráfico, especialmente de logotipos y trabajos relacionados a la identidad corporativa, de manera paralela a mi trabajo dependiente..

Mi primer trabajo desempeñándome como bachiller en Comunicación Social fue en la Asociación Los Andes de Cajamarca (ALAC), aquí desarrollé trabajos de diseño gráfico, y en ese momento, ALAC estaba próxima celebraba sus 5 años de vida y trabajé coordinadamente con el proveedor Kick Off (empresa especializada en el diseño editorial de anuarios y revistas corporativas) en la edición de la de la memoria conmemorativa por su quinto aniversario. Desde entonces retomé la pasión por el diseño editorial que ya me había llamado la atención en la universidad. Poco tiempo después de esa experiencia, empecé a ofrecer servicios de diseño editorial a empresas en el mercado cajamarquino e inicié a trabajar un proyecto de una revista llamada “Visual Magazine” la cual tuvo más de 20 ediciones publicadas e impresas durante más de 5 años. De esa manera nació la agencia de comunicaciones “InFocus”, aunque en un inicio tuvo otro nombre.

Durante más de 10 años, dentro de la línea de diseño y maquetación editorial, se realizaron diversidad de diseños de revistas de corte periodístico y de entretenimiento, boletines corporativos (revistas cortas con información de una empresa en específico), la propuesta del diseño de un diario local, una guía turística de en tres idiomas con más de 200 páginas a todo color, libros de investigación y de corte literario, entre otros materiales editoriales impresos y virtuales.

En este tiempo aprendí que dentro del diseño editorial existe una gran diversidad de publicaciones, cada una con sus características propias de forma (diseño) y fondo (contenido). Por ejemplo, no es lo mismo diseñar un boletín comercial o un boletín informativo estatal, las diferencias se hacen mayores cuando pensamos en diseñar una revista, y si queremos distanciarnos más evaluemos un libro literario. A pesar de las características intrínsecas que puede tener cada una de estas publicaciones, vale recalcar que las bases de diseño son las mismas al igual que el procedimiento creativo. Por ello la importancia de contar conocer la teoría básica del diseño editorial para poder

realizar un proceso adecuado; todo esto ayuda a tener un producto editorial que logre comunicar lo que el cliente (ya sea una empresa, o una persona) quiere transmitir a su público objetivo (lectores).

Los trabajos editoriales dentro del mercado son trabajos especiales de empresas que necesitan comunicar un acontecimiento especial, como las memorias conmemorativas o un libro que estuvo por años en esperando ser publicado, por falta de presupuesto o por que estaba en proceso de construcción, sea cual fuere el caso es importante darle el valor que este significa para su autor, ya sea un escritor, un grupo de investigadores o una empresa.

Para brindar un buen servicio de diseño editorial, creo que es necesario conocer las bases, de diseño antes mencionada en este documento.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

A continuación se presentan experiencia profesional adquirida en la agencia Infocus: Para realizar una producción editorial debemos tener una idea del diseño, esta nace en la mente y luego es necesario plasmarla en una hoja de papel o en en una hoja del ordenador. Así, en este proceso vamos aterrizando y mejorando la idea inicial. Esto ayuda a que cuando iniciamos el proceso propiamente dicho de la diagramación se cuente con una plantilla base.

Por un tema de tiempo y para lograr un resultado profesional en el diseño, aprendí que el mejor programa para diseño editorial es el Indesign. Este cuenta con páginas maestras, que sirven para crear bases de distintos capítulos o secciones, también tiene la opción de numeración automática, visualización a doble hoja, administración de texto para títulos, subtítulos, texto de cuerpo, etc. Estas funciones son muy fáciles de aprender y ahorran mucho tiempo si comparamos con una edición del mismo documento en Illustrator o Corel Draw que son programas creados para ilustrar y trabajar en diseño publicitario. Otra característica determinante para elegir Indesign, es la gestión de las fuentes tipográficas, con este programa se le saca todo el partido a las fuentes profesionales como son las OTF por sus siglas en inglés: Open True Font.

Para realizar documentos editoriales de calidad, el diseñador deberá agenciarse de al menos 10 tipografías profesionales (OTF), tanto para texto (Antiguas) y para titulares (Sns Serif).

Algo importante que aprendí al momento de hacer un contrato para la edición e impresión de un documento editorial, es necesesario tener en cuenta el tamaño de la hoja más grande que se va a imprimir, a veces los clientes buscan tamaños muy grandes donde no es posibles imprimir, y para lograrlo se debe pegar las piezas y el acabado final no sería el optimo. Los formatos más comunes que tienen las imprentas en el norte de nuestro país es de medio formato (50cm x 70cm).

De igual manera, es importante coordinar con el proveedor (imprenta) los tamaños máximos que maneja para no desperdiciar papel, y en base a ellos realizar las propuestas de los diseños.

## CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para lograr publicaciones editoriales de calidad, ya sea un pequeño boletín o libro, es necesario conocer las bases fundamentales del diseño gráfico y del diseño editorial específicamente, conocer de las diferentes tipografías y sus usos, ya que ellas son la principal herramienta que transmitirán el mensaje a los lectores.

Para que un diseñador logre una alta calidad gráfica editorial, es difícil si no se cuenta con el conocimiento y la experiencia. Por lo que se recomienda conocer la teoría básica del diseño editorial sobre todo de la tipografía, además hay que entrenar el ojo, observando material editorial gráfico de calidad, como revistas, libros y brochures de calidad.

Un cliente, ya sea una persona o una empresa, necesita conocer la calidad de productos que ofrece el profesional antes de contratar sus servicios. Por lo que se aconseja que la agencia o el diseñador que busca abrirse un mercado, debe tener un catálogo o un brochure donde muestra sus trabajos, para que el cliente pueda evaluar sus proyectos.

Las empresas comerciales, cuando tienen la necesidad de una publicación editorial impresa, busca un papel de calidad, acabados especiales y un diseño que cumpla sus expectativas. Se sugiere que el diseñador, además de conocer los conceptos básicos de diseño, conozca proveedores y conozca sobre materiales de impresión y acabados.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Robert, G. (1982) *Fundamentos del Diseño*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Víctor Lerú S. A.

Dabner, D. (2008). *Diseño gráfico. Fundamentos y prácticas*. Barcelona: Blume.

Kane, J. (2005). *Manual de tipografía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Krause, K. (2004) *Design basics index* [Índice de conceptos básicos de diseño]. Ohio, F+W Publications.

De Buen, J. (2008) *Manual de diseño editorial*. Madrid, Ediciones Trea.

García et al, (2014). *Manual profesional de Diseño Editorial*. Ciudad de México.

Robin, W. (2006). *Tipografía Digital*. Madrid. Ediciones Anaya Multimedia.

Robin, W. (2012). *The Non-Designer's InDesign Book* [El libro de InDesign del no diseñador]. California. Peachpit Press.

Alejandra R. (2018). *Evolución del libro y de las prácticas de lectura*. Buenos Aires. Teseo Press.

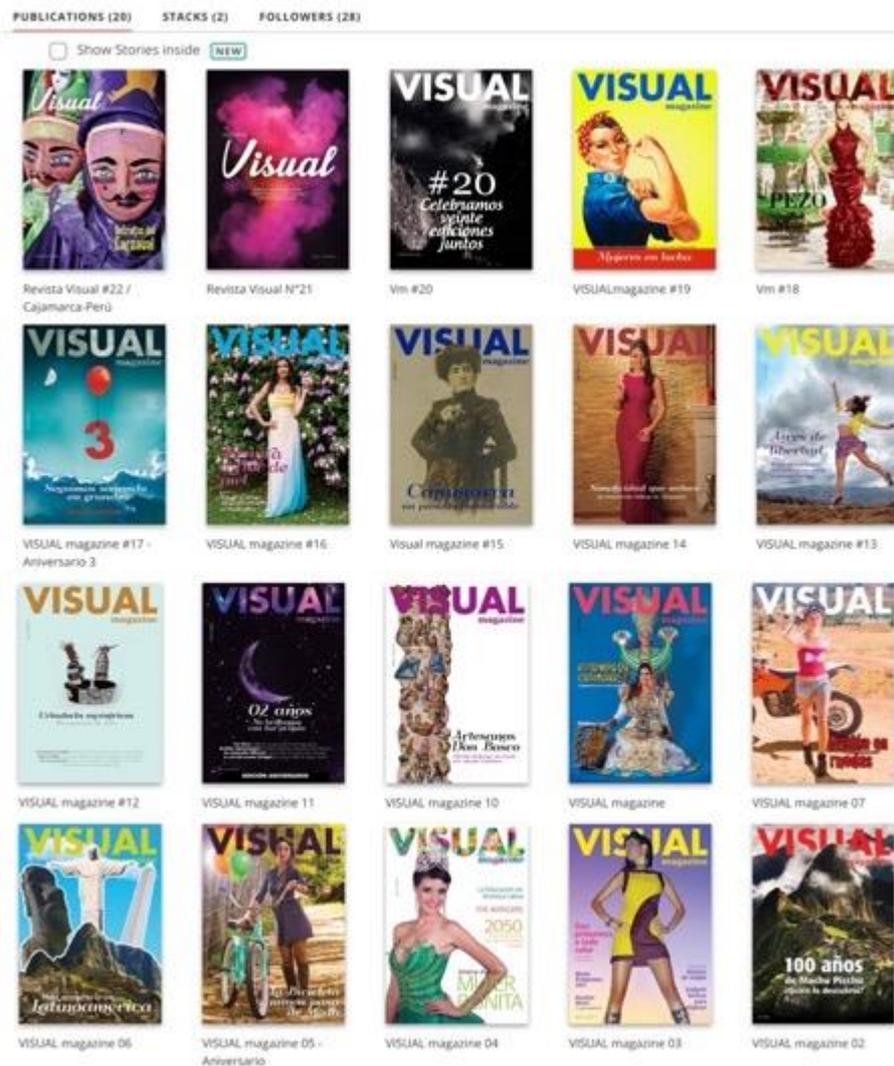
William, O. (1991) *Diseño de Revistas*. Editorial GustavoGili S.A. Barcelona.

## ANEXOS

Como ya se comentó en capítulos anteriores, hubo una variedad de trabajos editoriales, cada uno con un enfoque diferente, ajustado a las necesidades del cliente y su público objetivo. Mostraré algunos de los principales trabajos realizados en los últimos años.

### Visual Magazine.

Veremos este trabajo a detalle, pues



#### 4.1 Formato

- Tamaño cerrado: 24.5cm de alto x 17.6cm de ancho.
- Interiores: papel couché de 115 gramos
- Tapas: papel couché de 250 gramos  
Para ediciones especiales pudo llevar: solapa de carátula, doble carátula y hasta doble contracarátula.
- Acabados: varnizado mate y sectorizado brillante (para ediciones especiales)



#### 4.2 Medidas

- Revista abierta 352mm de ancho x 245mm de alto
- Márgen superior: 18mm
- Márgen inferior: 20mm
- Márgen interior: 15mm
- Márgen exterior: 15mm
- Mediantil: 7mm (espacio entre columnas)
- Cantidad de columnas: 2
- Tamaño de cada columna: 69mm





### 4.3 Fuentes elegidas

Aunque se utilizaron diversas tipografías, a lo largo de todos los diseños, los cambios se dieron en los títulos y los sub títulos; las tipos utilizadas en los títulos y en la numeración nunca cambiaron.

- Cuerpo de texto: Georgia, regular , 10 puntos (Antigua o serif)
- Títulos: Bodoni, bold, 20 puntos, (Moderna)
- Sub títulos: Georgia, bold, 13 puntos (Antigua)
- Numeración: Futura STD, 12 puntos (Moderna)

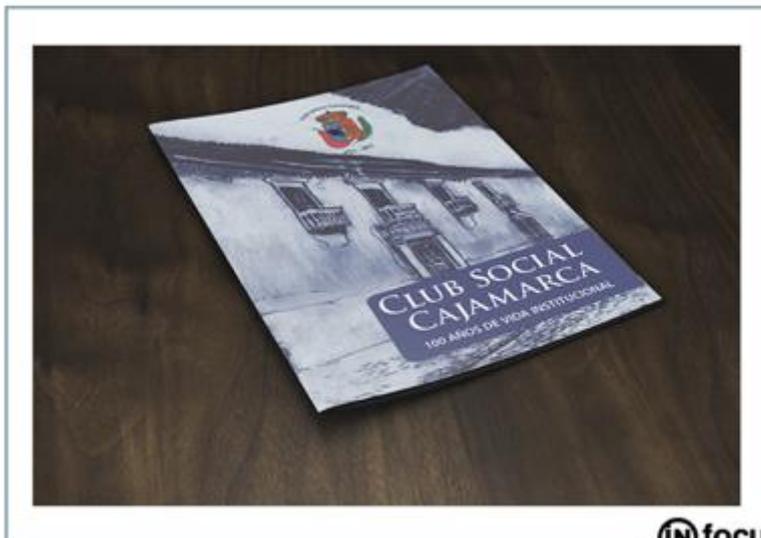
#### 4.4 Formatos de publicidad

- Doble solapa de carátula
- Solapa de carátula
- Doble página central
- Contra carátula
- Página completa
- Media página vertical
- Media página horizontal
- Página de encarte
- Tercio de página de encarte

### Publicidad en redes sociales, para los servicios de Diseño Editorial.



**Anuario del “Club Social Cajamarca”, por sus 100 años de vida  
institucional.**



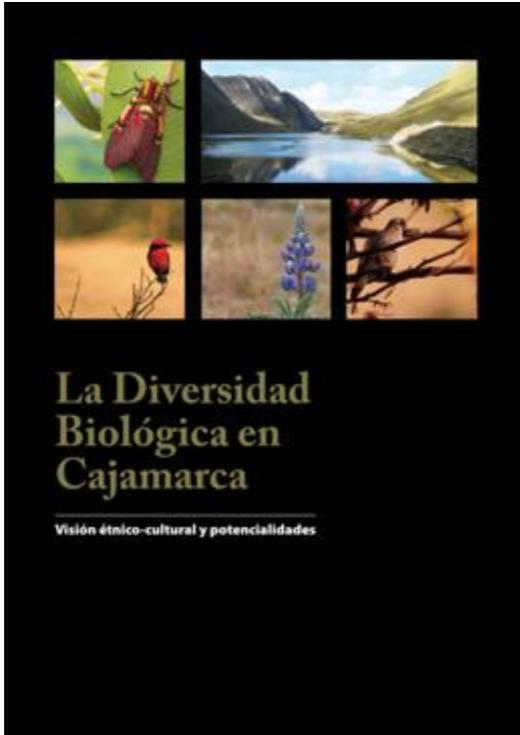
**IN focus**



**IN focus**

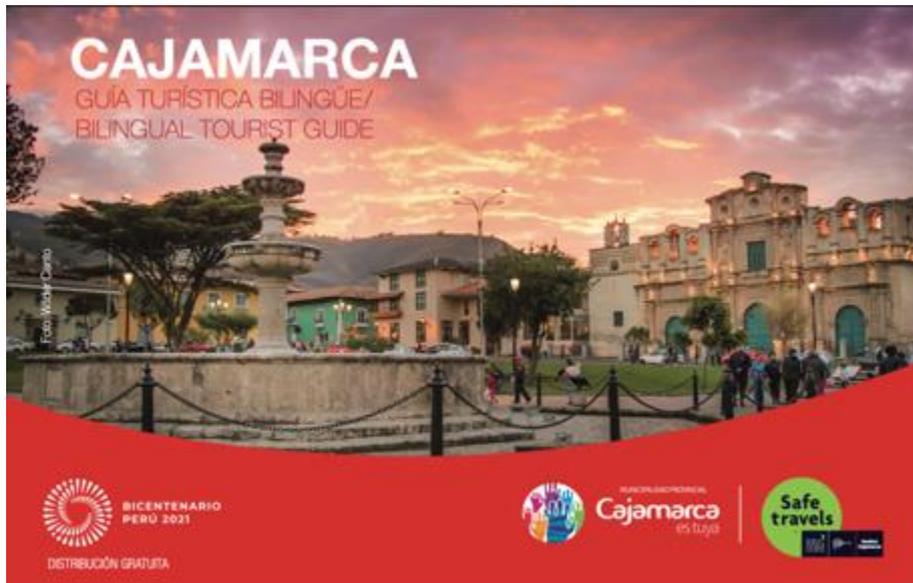


**La Diversidad Biológica en Cajamarca.**





**Guía Turística Bilingüe de Cajamarca. En dos versiones.**



## I. ATRACTIVOS DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA

### CUARTO DE RESCATE

Es el único vestigio de arquitectura inca en la Ciudad de Cajamarca; fue construido en piedra, con los muros ligeramente inclinados brindando a la estructura una forma trapezoidal, característica de las edificaciones incas. El Inca Atahualpa, que estuvo prisionero en esta habitación, ofreció a Francisco Pizarro llenar el cuarto dos veces con plata y una con oro a cambio de su libertad.

El Cuarto de Rescate, es uno de los ocho aposentos que conformaban el Uchiro (llamado por los españoles “Fuente del Inca”), el cual a su vez fue uno de los tres pabellones que se encontraban en la plaza incaica de Cajamarca.

Se ubica en el Jr. Armilla Puga N° 750, a media cuadra de la Plaza de Armas.

10

#### HORARIO DE ATENCIÓN:

Miércoles a domingo:

9:00 a.m. a 1:00 p.m.

2:30 p.m. a 5:00 p.m.

El ingreso es con boleto, incluye la Iglesia Belén, Cuarto del Rescate y museos arqueológico y etnográfico.



### CONJUNTO MONUMENTAL BELÉN

Ubicado en la intersección de los jirones Belén y Junín, está comprendido por tres monumentos arquitectónicos del siglo XVII.

La Iglesia Belén, consta de una sola nave, es la iglesia más representativa del arte barroco colonial cajamarqués. Su fachada no tiene torres pero está adornada con columnas y arabescos de singular hermosura y conjugación. El Altar Mayor está recubierto con pan de oro, el pórtico está tallado progresivamente en madera y todos los retablos y altares menores tienen similar estilo de fabricación.

El Ex Hospital de Varones, edificado en forma de capilla, con bóveda de cañón, cuya planta forma una cruz latina, cuenta con pequeños compartimientos en las gruesas muros de piedra, que servían para albergar a los enfermos.

El Ex Hospital de Mujeres, separado del resto del Conjunto por una calle, cuenta con una portada de abundante ornamentación en la que destacan dos canchales de cuatro senos, símbolo al paracer de la fecundidad femenina. Su

12

#### HORARIO DE ATENCIÓN:

Miércoles a domingo:

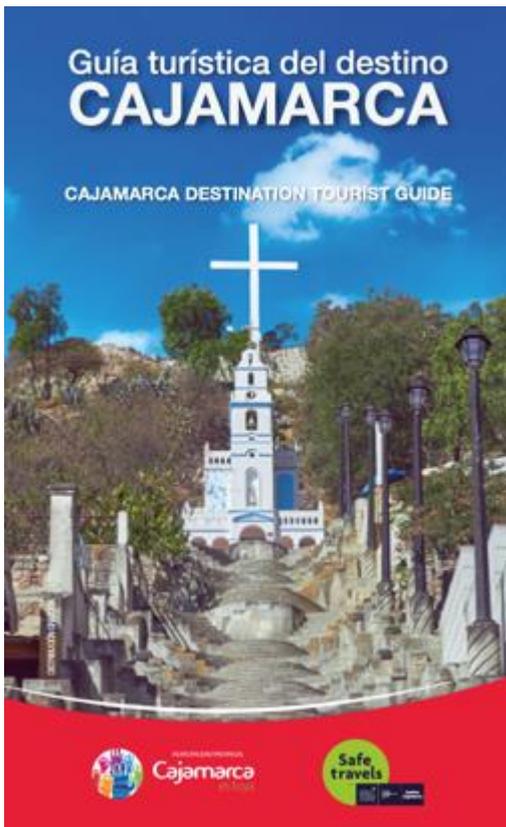
9:00 a.m. a 1:00 p.m.

2:30 p.m. a 5:00 p.m.

El ingreso es con boleto, incluye la Iglesia Belén, Cuarto del Rescate y museos arqueológico y etnográfico.



ÍNDICE	
Cajamarca	8
<b>I. Atractivos de la Ciudad de Cajamarca</b>	<b>10</b>
Cuarto de Rescate	10
Conjunto Monumental Belén	12
Iglesia San Francisco	14
Iglesia La Catedral de Cajamarca	15
Centro Cultural Municipal Miguel Espinoza	16
Mirador Natural Santa Apolonia	18
Convento e Iglesia La Recoleta	19
<b>II. Atractivos, alrededores de Cajamarca</b>	<b>20</b>
Ventanas de Otisco	20
Complejo Arqueológico Cumbemayo	22
Diente de Jacón	24
Granja Páez	25
Santuario de la Virgen del Rosario de Polloc	26
Ex Hacienda La Colpa	28
Alameda de Los Incaes	30
Laguna San Nicolás	31
Sesmejón	32
San Juan de Yerbabuena	33
Laguna Chavilagón	34
<b>III. Turismo</b>	<b>35</b>
Complejo Turístico Baños del Inca	36
<b>IV. Fiestas</b>	<b>37</b>
Carnavales de Cajamarca	38
Calendario Turístico	40
<b>V. Gastronomía</b>	<b>42</b>
Mapa del Centro Histórico / Map about the Historic Center	54
Mapa Alrededores de Cajamarca / Map about the surroundings of Cajamarca	66
Cajamarca, la Ciudad del Encuentro de Dos Mundos / Cajamarca City Meeting of Two Worlds	68
Ruta Turística Artesanal de Mollampampa / Tourist and Handcrafted Route of Mollampampa	90
Prestadores de Servicios Turísticos / Tourist Service Providers	92
Información básica de Cajamarca / Basic Information of Cajamarca	97
Números de Emergencia / Emergency Numbers	98



**CONJUNTO MONUMENTAL BELÉN / BELÉN MONUMENTAL COMPLEX**

Vista de la fachada de la iglesia Belén, frente a ella se encuentra la plaza del mismo nombre. /  
View of the facade of the Belén church, in front of it is the square of the same name.

**U**bicado en la intersección de los jirones Belén y Junín. Está compuesto por tres monumentos arquitectónicos del siglo XVII.

La iglesia Belén, coronada por una sola nave, es la iglesia más representativa del arte barroco colonial cajamarqués. Su fachada no tiene torres pero está adornada con columnas y arquivoltas de singular harmoniosa y complejidad. El Altar Mayor está recubierto con pan de oro, el pulpito está labrado prodigiosamente en madera y todos los retablos y altares menores tienen similar estilo de fabricación.

El Ex Hospital de Varones, edificado en forma de capilla, con bóveda de cañón, cuya planta forma una cruz latina, cuenta con pequeños compartimientos en las gruesas muros de piedra, que servían para albergar a los enfermos.

El Ex Hospital de Mujeres, separado del resto del Conjunto por una calle, cuenta con una portada de abundante ornamentación en la que destacan dos cardones de cuatro brazos, símbolo al parecer de la fecundidad femenina. Su interior es una amplia sala con bóveda de cañón hecha íntegramente de piedra, con compartimientos en forma similar al Hospital de Varones.

**HORARIO DE ATENCIÓN:**

Miércoles a domingo:  
9:00 a.m. a 1:00 p.m.  
2:30 p.m. a 5:00 p.m.  
El ingreso es con boleto, incluye la Iglesia Belén, Cuarto del Resaca y museo arqueológico y etnográfico.

**HOURS OF ATTENTION:**

Tuesday to Saturday  
9:00 a.m. to 1:00 p.m.  
2:30 p.m. to 5:00 p.m.  
Admission is with a ticket, it includes the Belén Church, the Resaca Room and archaeological and ethnographic museums.

12

13



**COMPLEJO ARQUEOLÓGICO  
CUMBEMAYO /  
CUMBEMAYO ARCHAEOLOGICAL COMPLEX**

Vista desde la carretera al Bosque de pinos de Cumbemayo /  
View from the road to the pine forest of Cumbemayo

Fue descubierta en 1937, está ubicada a 20 km, a una hora aproximadamente de la ciudad de Cuzco, en un paraje de singular belleza, formado por un escarpe donde se conjugan el trabajo del hombre y la acción del tiempo, el complejo está rodeado por interesantes bosques de pinos que parecen reproducir las siluetas de piedras talladas, conocidas como "Las Fraturnas".

En el recorrido encontramos una sorprendente obra de ingeniería hidráulica de aproximadamente 9 km de longitud, construida durante el periodo pre-incario. Realizado por antiguos pobladores cuzqueños, consiste en un canal abierto en roca con tramos lineales y quebrados en algunas secciones determinadas.

Fue construido con la finalidad de derivar y aprovechar las aguas que fluyen de la vertiente del Pacífico hacia la del Atlántico.  
El recorrido lleva una duración aproximada de dos horas.

**HORARIO DE ATENCIÓN:**

Miércoles a domingo  
9:00 a.m. a 4:00 p.m.  
El ingreso es con boleto.

It was discovered in 1937, it is located to 20 km, approximately one hour from the city of Cuzco, it is a place of singular beauty, formed by a scarp where the work of man and the action of time are combined, the complex is surrounded by interesting pine forests that seem to reproduce the silhouettes of pine trees, known as "Las Fraturnas".

On the way we find of hydraulic engineering of approximately 9 km in length, built during the pre-Inca period. Made by ancient Cuzco settlers, it consists of an open rock channel with linear and broken lines at right angles in certain sectors.  
It was built in order to derive and take

advantage of the waters that flow from the Pacific slope to the Atlantic slope.  
The tour lasts approximately two hours.

**HOURS OF ATTENTION:**

Tuesday through Sunday  
From 9:00 a.m. to 4:00 p.m.  
The entrance is with ticket.



**SANTUARIO DE LA VIRGEN DEL  
ROSARIO DE PÓLLOC /  
SANCTUARY OF THE VIRGIN OF  
THE ROSARY OF PÓLLOC**

Plaza principal al Santuario de la Virgen del Rosario, donde se puede apreciar hermosas esculturas /  
Main entrance to the Sanctuary of the Virgin of the Rosary, where you can see beautiful models.

Ubicado en el centro poblado "El Rosario de Polloc" perteneciente al distrito de La Encarnación, a 24 km, y a 45 min. de la ciudad de Cuzco, este complejo religioso cuenta con paredes, columnas, techos y pisos decorados bajo la técnica del mosaico.

La misión italiana, desde hace aproximadamente diez años viene construyendo esta hermosa edificación, recubierta con hermosos trabajos desde el piso cotidiano, columnas capiteles a vitrales, puentes y estufas en su escuela de arte "Don Bosco", quienes participan en los acabados de las edificaciones y en la creación de obras sueltas artísticas de madera y piedra que se encuentran a la venta en su tienda de artesanías.

El complejo cuenta con una iglesia, un hermoso

santuario con techos de madera tallada y una gruta de agua, entre otros hermosos espacios, todo rodeado de un paisaje maravilloso entre un cielo despejado y un campo verde vibrante.

**HORARIO DE ATENCIÓN:**

Lunes a sábado  
de 9:00 a.m. 12:00 m.  
2:00 p.m. a 6:00 p.m.  
Domingo 9:00 a.m. a 4:00 p.m.  
El ingreso es con boleto.

Orto de la Virgen del Rosario /  
Orto of the Virgin of the Rosary.

Ubicado en el town center "El Rosario de Polloc" belonging to the district of La Encarnación, 24 km, and 45 min. from the city of Cuzco, this religious complex has walls, columns, ceilings and floors decorated using the mosaic technique.

The Italian mission, for approximately ten years has been building this beautiful building, covered with mosaics brought from the old continent. It also trains children, youth and adults in its "Don Bosco" art school, who participate in the finishing of the buildings and in the creation of other artistic wood and stone sculptures that are for sale in its craft shop.

The complex has a church, a beautiful sanctuary with carved wooden balconies and a

water grille, among other beautiful spaces, all surrounded by a wonderful landscape between a clear sky and a vibrant green field.

**HOURS OF ATTENTION:**

Lunes a sábado  
de 9:00 a.m. 12:00 m.  
2:00 p.m. a 6:00 p.m.  
Domingo 9:00 a.m. a 4:00 p.m.  
El ingreso es con boleto.