



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Universidad de San Carlos De Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico

Diseño de material gráfico de apoyo

para fortalecer el aprendizaje
del Diseño Editorial, dirigido a los estudiantes
de la Licenciatura de Diseño Gráfico, USAC.

Diseño de material gráfico de apoyo

para fortalecer el aprendizaje
del **Diseño Editorial**, dirigido a los estudiantes
de la **Licenciatura de Diseño Gráfico, USAC.**

Proyecto desarrollado por
Pablo Andrés Higueros López

Para optar al título de
Licenciado en Diseño Gráfico

Guatemala, Marzo 2018.

"El autor es el único responsable de las doctrinas sustentadas, contenido y originalidad del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala".

Nómina de Autoridades

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón

Decano

Arq. Gloria Ruth Lara Corón de Corea

Vocal I

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini

Vocal II

Msc. Arq. Alice Michele Gómez García

Vocal III

Br. María Fernanda Mejía Matías

Vocal IV

Br. Lila María Fuentes Figueroa

Vocal V

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos

Secretario Académico

Tribunal examinador

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón

Decano

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos

Secretario Académico

Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada

Asesora Metodológica

Licda. Larisa Caridad Mendoza Alvarado

Asesora Gráfica

Licda. Cindy Gabriela Ruano Palencia

Tercera Asesora

Dedicatoria y agradecimientos

Primeramente quiero agradecer a Dios por permitirme llegar a esta etapa de mi vida, por darme el talento y la creatividad y por fortalecer mi vida en momentos cuando ya no podía más. Esto es posible gracias a su amor en mi vida.

A mis padres, por todo su apoyo a largo de mi vida, durante mi etapa universitaria y profesional. Gracias por aguantarme en mis momentos de estrés y desvelo, pero también gracias, por estar en los momentos alegres y de celebración. A mi mamá, muchas gracias por ser mi compañera creativa en mi casa. *Gracias por estar ahí escuchando mis propuestas, ideas y darme tus opiniones de todo.* A mi papá, gracias por apoyarme y alentarme a seguir adelante. Los amo mucho.

A mis hermanos, Gaby y Diego, quienes siempre me apoyaron en toda mi carrera y han estado ahí, aguantandome en mis momentos de estrés y desvelo y también por estar en los mejores momentos de mi vida. Gracias por la paciencia.

A mis amigas, Sara, Koraima y Joselyn. Gracias por estar presentes en mi vida y gracias por compartir conmigo todos estos momentos, por apoyarnos , por aconsejarme, por ayudarme a ser mejor persona. Sin ustedes este camino hubiera sido más difícil, juntos nos apoyamos y salimos adelante. Gracias por las risas y ocurrencias en momentos de estrés para hacer de los momentos amargos los mejores.

A mis asesores, Lic. Lourdes Pérez, Lic. Larisa Mendóza, Lic. Cindy Gabriela Ruano y Lic. David Bozareyes, quienes me apoyaron en cada decisión y alentaron con sus consejos a hacer realidad este proyecto.

Hay más personas a quienes les debo mil gracias por estar en esta última etapa de mi vida, a todos gracias. Sin ustedes todo este esfuerzo habría sido en vano.

Índice

Capítulo 1 Introducción

11

| | |
|-----------------------------|----|
| Presentación | 12 |
| Introducción | 13 |
| Identificación del problema | 14 |
| Justificación del problema | 17 |
| Objetivos del proyecto | 18 |



Capítulo 2 Perfiles

21

| | |
|--------------------------|----|
| Perfil de la institución | 22 |
| Grupo objetivo | 34 |

Capítulo 3 Planeación operativa

39

| | |
|------------|----|
| Flujograma | 40 |
| Cronograma | 42 |

Capítulo 4 Marco teórico

45

| | |
|---------------|-------|
| Marco teórico | 46-55 |
|---------------|-------|

| | |
|-------------------------------|----|
| Técnica ów's | 56 |
| Proceso creativo | 62 |
| Insight | 66 |
| Concepto creativo | 68 |
| Propuesta de códigos visuales | 70 |
| Nombre del proyecto | 76 |

Capítulo 6
Producción gráfica **79**

Capítulo 8
Conclusiones **157**

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Nivel 01 de visualización | 80 |
| Nivel 02 de visualización | 86 |
| Nivel 03 de visualización | 98 |
| Propuesta final | 116 |
| Vista preliminar de la pieza gráfica | 124 |

| | |
|--------------|---------|
| Conclusiones | 158-159 |
|--------------|---------|



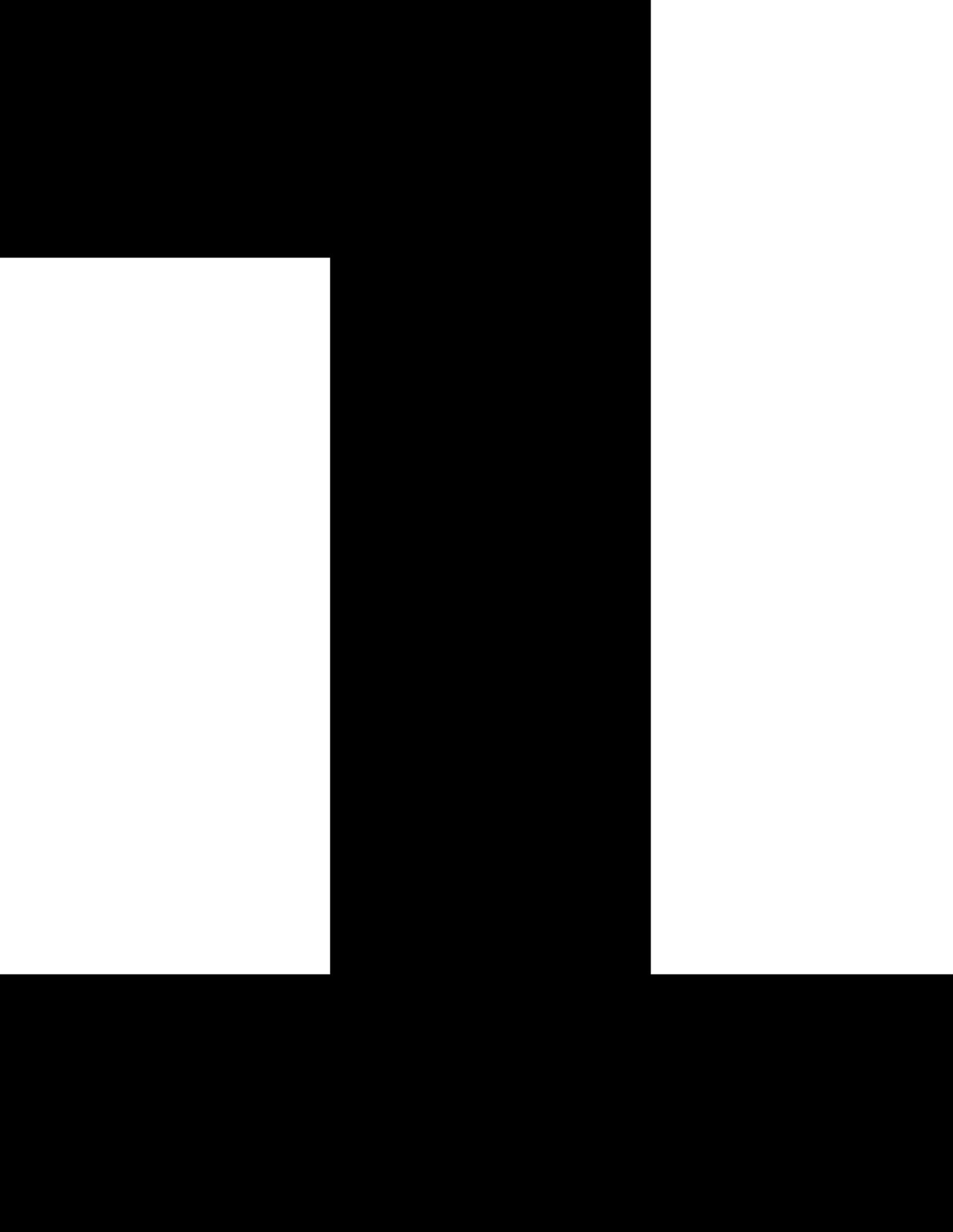
Capítulo 9
Recomendaciones **161**

| | |
|-----------------|---------|
| Recomendaciones | 162-163 |
|-----------------|---------|

Capítulo 7
Lecciones aprendidas **153**

| | |
|----------------------|---------|
| Lecciones aprendidas | 154-155 |
|----------------------|---------|

| | |
|---------------------|-----|
| Fuentes consultadas | 164 |
| Glosario | 166 |
| Anexos | 168 |
| Apéndice | 186 |



Introducción

11

Presentación

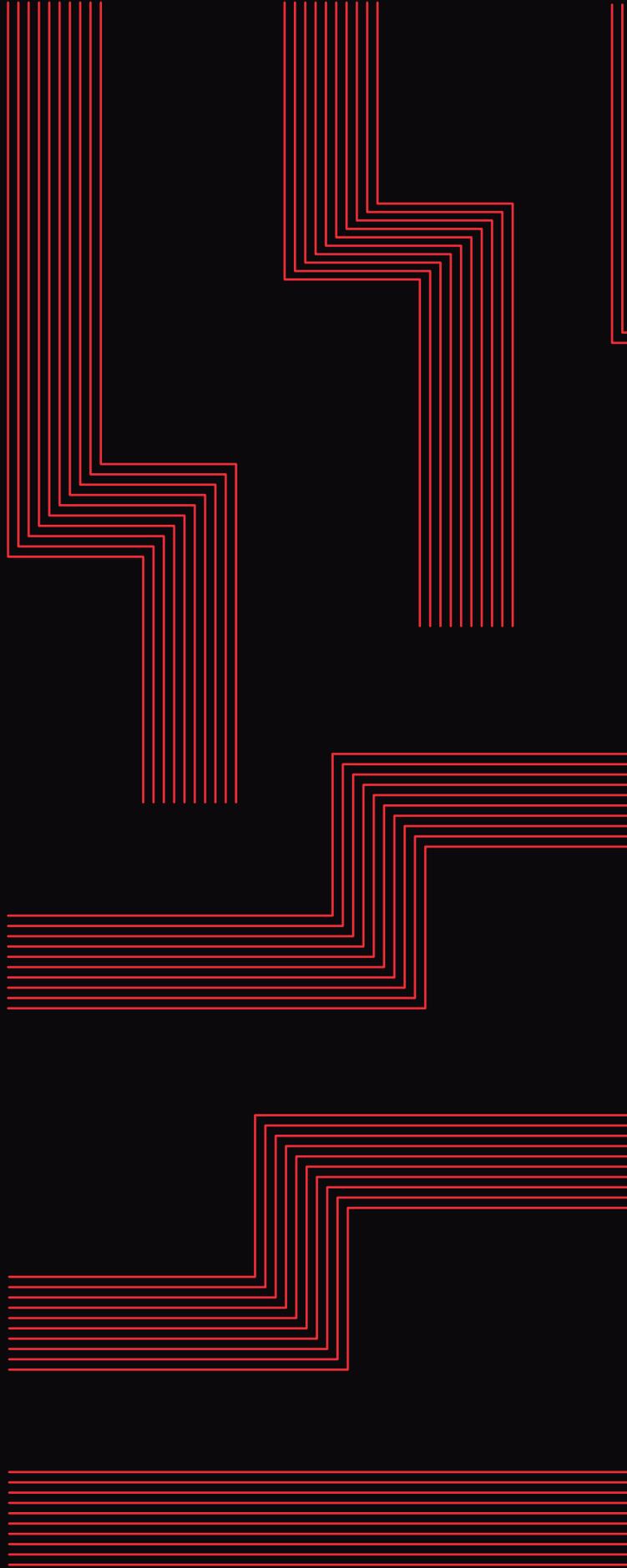
M

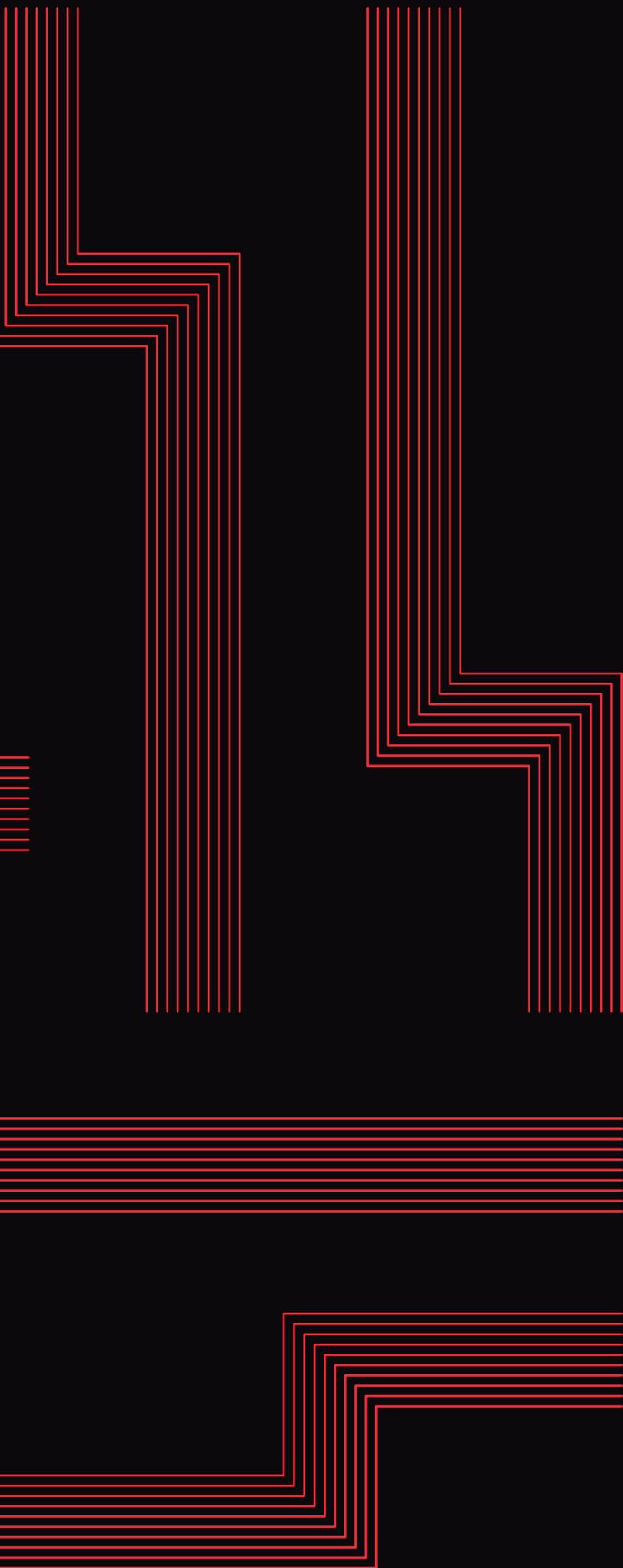
uchos creen que el diseño editorial solo es lo que se ve superficialmente en las publicaciones, pero es más que eso. Hay todo un fundamento y proceso de usos correctos de los conceptos del diseño editorial. Es un rama importante que no solo aplica para realizar publicaciones impresas, sus fundamentos son utilizados para todas las áreas de diseño, desde la creación de un ícono para el logotipo, hasta la creación y distribución de la información en una página web.

El diseño editorial es la rama de diseño que su fin es realizar un diseño estético y organizado, usando cada elemento a su favor y utilizando la retícula como cimiento. El buen desarrollo del diseño editorial tiene la responsabilidad de guiar al lector y darle un recorrido visual en una pieza determinada. Partiendo de la importancia del diseño editorial, se prosigue a analizar el área de la enseñanza del diseño editorial en la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Ante el problema detectado, se propone la solución a la problemática fortaleciendo el aprendizaje del diseño editorial en la Escuela de Diseño Gráfico, con el fin de darle la importancia necesaria que tiene el diseño editorial en los estudiantes de la Licenciatura en Diseño Gráfico.

El proyecto tiene como objetivo fortalecer y apoyar al proceso de enseñanza – aprendizaje para que los estudiantes de la Escuela de Diseño Gráfico aprendan no solo conceptos teóricos, si no que los pongan en práctica, los entiendan en perfección y los usen para generar y producir diseño bajo criterios editoriales. Creando una vinculación más profunda en la teoría con la práctica se contribuiría en fortalecer las competencias específicas de las asignaturas editoriales y así favorecer a la formación del perfil del egresado que la Escuela de Diseño busca formar. En el presente informe se puede encontrar desde la semilla del proyecto, que son los objetivos y la problemática y todo el desarrollo y proceso tanto metodológico como gráfico para resolver esta problemática, obteniendo un resultado final exitoso.

Identificación del problema





“El diseño editorial es un pilar importante que todo estudiante debe manejar a la perfección, ya que es necesario para todo tipo de diseño”.

P

Para identificar el problema en la institución, se realizó un diagnóstico para detectar los problemas de comunicación. Se investigaron y recopilaron antecedentes que ayudaron a nutrir las áreas detectadas. El área de enseñanza editorial fue detectada dentro de este proceso.

Apartir del análisis de la información recopilada en los antecedentes, se podría suponer que existe una debilidad en el aprendizaje de diseño editorial en el estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico. Tal afirmación se puede deber a múltiples factores: la desvinculación de teoría con la práctica, la metodología, la didáctica, y/o material de apoyo inadecuado ya que no considera provocar una vinculación con el estudiante. Estos provocan ruido en el proceso de enseñanza – aprendizaje. Podría decirse que los estudiantes saben de conceptos y los manejan pero no lo están resolviendo en el diseño editorial.

Cabe mencionar que el material existente para esta rama de diseño toca únicamente conceptos básicos y no provoca incidir en la práctica del estudiante para sus diferentes aplicaciones. El diseño editorial es un pilar importante que todo estudiante debe manejar a la perfección ya que es necesario para todo tipo de diseño.

Teniendo en cuenta esta importancia en el diseño, se ve necesario aportar a la profundidad de enseñanza del diseño editorial y a ayudar a mejorar el material de apoyo para la asignatura que está establecida para el desarrollo de temas editoriales. El espacio para fortalecer la práctica de los usos técnicos del diseño editorial se encuentran en la asignatura de Diseño Visual 7. Se pretende que el estudiante salga de la Escuela de Diseño preparado para resolver el diseño editorial en el mercado.

Justificación del problema

Actualmente hay 1,206 estudiantes asignados en cada semestre del año de la Licenciatura de Diseño Gráfico, lo cual equivale de 320 estudiantes que reciben la asignatura de Diseño Visual 7.

Transcendencia

Según datos del departamento de Control Académico de la Facultad de Arquitectura, la Escuela de Diseño Gráfico cuenta con un promedio de 1,206 estudiantes asignados en cada semestre del año, lo cual equivale de 320 estudiantes que reciben la asignatura mencionada con anterioridad. Por lo que tanto el proyecto tiene un impacto directo tanto estudiantes actuales y catedráticos que imparten las asignaturas. Se puede decir que a nivel gráfico y de comunicación visual, el curso puede optar por una nueva identidad y por medio de un material de apoyo con temas de editoriales, establecer una referencia metodológica diseñada especialmente para la asignatura mencionada con temas esenciales del área editorial. Esto ayudará al que el estudiante pueda tener un acceso rápido y fácil a temas editoriales.

A nivel macro en la sociedad, ayudar a la formación de competencias en el estudiante que cada curso requiere y así alcanzar la formación del perfil del egresado de la carrera. Esta formación ayudará para que los egresados puedan optar a mejores oportunidades laborales en Guatemala y en otros países resolviendo así, el diseño bajo criterios editoriales.

Incidencia

El contenido del curso de Diseño Visual 7 puede verse beneficiado con el material de apoyo. Este material ayudaría a que los estudiantes puedan comprender de mejor forma la estética editorial, el manejo de elementos, etc., y así resolver el diseño gráfico bajo criterios editoriales, ya que el diseño editorial es fundamental para todo tipo de diseño. Si dicho material no se realiza, probablemente las competencias requeridas por los cursos no se formarían en su totalidad. Se busca que el estudiante sepa manejar de una mejor forma los criterios editoriales y así, le de la importancia y el valor que tiene estos fundamentos en la carrera de diseño gráfico.

Factibilidad

La realización de este proyecto se ve apoyado por la institución y por docentes de la asignatura que aportarían con información para la formación del material ya que consideran de suma importancia el refuerzo de estos temas en los estudiantes. Además de contar con habilidades formadas como diseñador gráfico y de experiencias propias y laborales que ayudarán a la formación actualizada de temas sobre diseño editorial para el desarrollo de material a realizar.

OB

JE

TI

VOS



General

Contribuir con la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, a través del diseño de material gráfico, para fortalecer el aprendizaje del diseño editorial en los estudiantes que cursan la Licenciatura de Diseño Gráfico.

Específicos

1. De comunicación

Favorecer los procesos de enseñanza - aprendizaje, a través de la gestión de contenidos relacionados con temas de diseño editorial que construyan una experiencia significativa en los estudiantes de la Escuela de Diseño Gráfico.

2. De diseño

Diseñar material de apoyo editorial para la asignatura de Diseño Visual 7 que oriente a los estudiantes a vincular la teoría con la práctica mostrando distintos estudios de casos, aplicaciones y procesos en los usos de los elementos del diseño editorial.



Perfil de la





Edificio de Facultad de Arquitectura, USAC. Recuperado de: <http://www.panoramio.com/photo/66857292>

institución

Antecedentes

“Nuestro paso por las escuelas de diseño nos sirve para aprender y nos capacita para un trabajo...”

1

Nivel Nacional

El diseño gráfico en Guatemala ha sido sumamente importante para la evolución del país, ya que con la tecnología y las nuevas tendencias ha ido marcando un desarrollo visual constante y ha ganado valor a comparación de años atrás. El diseño está presente en nuestro entorno y la competencia en el medio cada vez se hacen más grande. Sin embargo, Guatemala va rezagada en diseño gráfico, por eso existe una tendencia en imitar lo que se genera en mercados más avanzados ocasionando que se imite en lugar de innovar. Por eso, la importancia en la educación en diseño gráfico cada año crece y se vuelve mucho más importante por la presión del mercado, ya que las nuevas generaciones crecen con habilidades mucho más rápidas y con la tecnología de la mano. Esto demanda a las Universidades a innovar constantemente la metodología, el material educativo, etc., para que el estudiante, el cuál está en su formación como diseñador gráfico, pueda formarse de una manera más profesional y preparada para el mercado laboral.

La Escuela de Diseño es un pilar importante para la formación de diseñadores actualmente, ya que fomentan los principios básicos del diseño. Según Del Pilar, M (2014) "Nuestro paso por las escuelas de diseño nos sirve para aprender y nos capacita para un trabajo, pero también nos ayuda a madurar, a ser personas responsables y comprometidas con nuestro entorno". La escuela de diseño nos da las bases para nuestra formación como diseñadores. Sin embargo, algunos creen que ciertos lineamientos establecidos por la escuela están desactualizados y limitan la creatividad de los estudiantes. Como comenta Navarro, E. (2012) "estos fundamentos académicos que de forma subjetiva rigen el pensamiento del diseñador, orientándolo y direccionándolo hacia las convenciones del mercado... Desde la óptica general del entorno social y el ambiente laboral, estas directrices programadas son claramente el índice de confiabilidad y de éxito, pero desde el punto de vista de una agencia publicitaria o de un diseñador experimentado, esta formación académica puede a veces ser un obstáculo para la creación de elementos que verdaderamente sean innovadores, funcionales y extraordinarios".

Para identificar el proyecto de comunicación visual, se realizó un diagnóstico para determinar las necesidades que existen en la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Según comentan los estudiantes del séptimo y noveno semestre en una encuesta realizada, existen temas relacionados con diseño gráfico que la escuela pasa por alto o no indaga lo suficiente. Esto perjudica al desarrollo del diseño en Guatemala, ya que tiene un impacto muy grande en el vida cotidiana de las personas. Si no hay una profunda educación en diseño, se seguirá generando diseño promedio y sobre todo, se seguirá la tendencia de imitación de diseño de otros países en vez de generar sus propias tendencias. La enseñanza debería enfocarse aún más en las áreas específicas para poder salir de una manera mucho más profesional al mercado. Así lo comenta Ferreyra, A (2011) "Lo que se necesita es hacer profesionales en áreas específicas, con los que el mercado se pueda segmentar y las remuneraciones por un trabajo especializado puedan ser mayores. Se necesitan licenciaturas que den una mejor opción a los jóvenes para salir a competir en este mundo globalizado. No todos tienen las mismas habilidades por lo que hay que empezar a fijarse más en cada individuo y menos en el grosor de las masas".

Nivel Institucional

Parte del diagnóstico para entender los antecedentes institucionales y de la red curricular se realizó una entrevista y se recopiló documentación donde se identificaron los siguientes aspectos importantes:

La Escuela de Diseño tiene como objetivo y propósito la formación de profesionales para que sean capaces de desarrollar proactivamente soluciones creativas de comunicación visual con carácter científico, social, ético y empresarial. Para cumplir el propósito, los egresados utilizarán diferentes ámbitos de acuerdo con las características culturales y sociales, los avances científicos y tecnológicos, así como aspectos administrativos, legales y financieros actuando con valores y adecuados al entorno. (Penados, Jiménez e Hidalgo, 2010)

Según el informe Avance de títulos Universitarios 2012 -2016, el Departamento de Registro y Estadística de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) deja en evidencia que en promedio hay 90 egresados que son titulados como Licenciados en Diseño Gráfico por la Escuela de Diseño Gráfico USAC por año, y que son expuestos a un mercado laboral. Existen muchas causas en un modelo educativo, que originan las dificultades de la dinámica enseñanza-aprendizaje del diseño en la Escuela de Diseño, como lo reflejan los resultados de la entrevista. Se menciona que en la red curricular existen temas de clase que se repiten, desvinculan, o que por cuestión de tiempo no se terminan de abarcar con la profundidad necesaria de un semestre a otro. Otros factores que dificultan el proceso de enseñanza-aprendizaje es la metodología y la didáctica del docente, así como la falta de interés de los alumno y la disposición para el aprendizaje. (Mercedes, 2013)

También es necesario mencionar que existe un especial énfasis en las dificultades presentadas en la forma de presentar la metodología a los estudiantes, ya que la educación presentada en las generaciones pasadas debe ser expuesta y desarrollada, adecuándose a las necesidades de las nuevas generaciones. Como lo comenta Bautista, F, (2012) "Uno de los grandes problemas que enfrentamos los académicos en las aulas de diseño gráfico, es la complejidad y dinamismo que nuestra disciplina y los estudiantes imprimen a cada sesión. Nos enfrentamos a jóvenes inquietos, multifuncionales, absortos en los medios digitales, críticos y conscientes de que las soluciones de diseño deben ser inmediatas... Sugiriendo además alejarse del esquema clásico en el cual el profesor habla y el estudiante escucha de manera pasiva. La diversificación en el aula implica también que el estudiante sea el actor principal en su proceso de aprendizaje. Para fomentar este nuevo proceso, se sugiere el seguimiento de proyectos cortos de diseño en el salón de clase, discusión de lecturas entre compañeros, organización de debates para poder profundizar en los conceptos de diseño, experimentos visuales y análisis de estudios de caso." Por lo tanto, las instituciones educativas por ende los docentes, deben estar alertas a los cambios generacionales con el fin de que la enseñanza sea efectiva y eficaz.



3

Nivel Red Curricular

Dentro la Red Curricular de la Licenciatura de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala existen una serie de asignaturas especializadas en la formación de diferentes ramas del diseño gráfico en los estudiantes. Dos de estas asignaturas se inclinan por la rama del diseño editorial, siendo estas Diseño Visual 3, que se especializa en la creación de folletería y Diseño Visual 7, especializado en su totalidad al diseño editorial.

La asignatura de Diseño visual 7, es un curso teórico - práctico que tiene como objetivo formar en los estudiantes las competencias relacionadas con el desarrollo sistematizado del proceso de diseño editorial y su aplicación en diferentes medios y publicaciones. Este curso es impartido en el octavo semestre de la carrera de la Licenciatura en Diseño Gráfico. El diseño editorial es un pilar sumamente importante para la formación profesional de los estudiantes, ya que los principios editoriales se aplican a todo tipo de diseño, desde una portada de una revista hasta la creación de un logotipo. Desde el cambio de pensum del 2011, el área editorial de la Escuela se ha debilitado por muchas razones. Una de ellas por cuestión de tiempo donde los catedráticos no logran abarcar todo el contenido en una semestre y otro que no cuentan con un material de apoyo con los temas esenciales del diseño editorial, como: El uso de retículas, tipo de retículas, jerarquías tipográficas, módulos, etc.

Actualmente existe un material de apoyo que es utilizado muy poco en la asignatura de diseño visual 7. Este material fue realizado en el año 2016. Dicho material cuenta con contenido y conceptos básicos editoriales como: ¿Qué es una revista? ¿Qué es un periódico? entre otros, estos no abarcan el contenido global de la asignatura, ni contienen ejercicios que fomentan destrezas editoriales en el estudiante. No contiene información sobre los fundamentos del diseño editorial, uso de retículas, diagramación, pesos, etc. Según entrevistas con catedráticos, la mayor deficiencia de los estudiantes es que no saben utilizar de manera adecuada una retícula, y por ende la diagramación. Estos conceptos deben ser reforzados y enseñados en todo el transcurso de la carrera.

La debilidad editorial en los estudiantes es notoria por lo que la escuela a optado a realizar talleres y/o conferencias sobre estos temas y así los estudiantes refuercen su habilidad editorial. Estos temas se abordan de un manera muy superficial y se desvinculan en ciertas asignaturas. Esta desvinculación podría afectar el aprendizaje significativo en los estudiantes. Como lo comenta Torres, A. (s.f) "el conocimiento verdadero sólo puede nacer cuando los nuevos contenidos tienen un significado a la luz de los conocimientos que ya se tienen. Esto significa que los nuevos aprendizajes conectan con los anteriores; no porque sean lo mismo, sino porque tienen que ver con estos de un modo que se crea un nuevo significado y se pone en práctica para reforzar los conocimientos aprendidos." Por lo que es importante reforzar en los estudiantes la práctica de estos conceptos y temas, para que puedan desarrollar de mejor manera el diseño. Para que el aprendizaje del estudiante sea significativa se necesita vincular la teoría con la práctica. Este escaso material sobre diseño editorial, la desvinculación de teoría con la práctica son una de las razones de la dificultad de la formación de competencias en el estudiante que requiere cada curso. Esto afecta a que no se alcance el perfil que como Escuela de Diseño busca formar.

**Escuela de Diseño Gráfico
de la Facultad de Arquitectura,
Universidad de San Carlos de Guatemala.**

Sector Social: Educación Superior sector público

Miembros

1. Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura.
2. Decano de la Facultad de Arquitectura.
3. Las autoridades de la Escuela de Diseño Gráfico.
4. Los profesores.
5. Los alumnos
6. El personal administrativo y de servicios.

3,468

Alumnos

Población inscrita
(febrero, 2017)

64%

De los alumnos

Porcentaje inscritos Arquitectura
(Octubre 2014)

36%

De los alumnos

Porcentaje inscritos Diseño Gráfico
(Octubre 2014)

220

Títulos

Títulos emitidos
(ambas carreras)

FARUSAC

Reseña histórica

La carrera de Arquitectura fue creada según Punto DÉCIMO, del Acta No. 657, de sesión celebrada por el Consejo Superior Universitario el 7 de junio de 1958. La Escuela de Arquitectura es la instancia de administración académica encargada de formar profesionales en el área de la arquitectura, con competencias técnicas, científicas y social-humanísticas, para abordar y plantear opciones de solución a los problemas del país (farusac.com, 2014).

Misión

La Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala es la unidad académica responsable de ordenar y producir conocimientos y de formar profesionales creativos en el campo de la arquitectura, el diseño visual y especialidades, con principios éticos, comprometidos y competentes con propuestas de soluciones a los problemas de la sociedad dentro de sus competencias. Los que se desempeñará en el campo laboral con excelencia y disciplina por el bien de la cultura del mejoramiento de las necesidades de la planificación, organización, desarrollo espacial y comunicación visual.

Visión

La Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Es una institución líder en la formación de profesionales creativos y éticos en los campos de la arquitectura, diseño visual, especialidades y otros que demanden la sociedad guatemalteca. Con programas académicos acreditados internacionalmente por su actualización, calidad y excelencia. Con capacidad de proponer soluciones a los problemas nacionales dentro de su ámbito y brindar respuestas a los requerimientos del mercado laboral con un gobierno democrático. Una administración efectiva y con capacidad de gestión. Con condiciones adecuadas de la infraestructura financiamiento y recursos tecnológicos.

Objetivos

1. Contribuir con el desarrollo científico y social-humanístico del país en el área de la arquitectura y diseño gráfico, por medio de sus programas de docencia, investigación y extensión, en función de las características del medio y oportunidades y necesidades sociales.
2. Contribuir en la solución de los problemas y necesidades de la sociedad guatemalteca en el ámbito de la arquitectura y el diseño gráfico.

Funciones

1. Formar profesionales de alto nivel académico en el campo de la arquitectura, diseño gráfico y otras especialidades en ramas afines, orientadas a atender con calidad, eficiencia, eficacia y pertinencia, las demandas de la sociedad guatemalteca.
2. Generar conocimientos científico-tecnológico y social-humanístico, por medio de programas de investigación, en función de las características del medio, oportunidades y necesidades sociales.
3. Vincular el proceso formativo y la investigación a los programas de extensión para contribuir en la solución de los programas y necesidades de la sociedad guatemalteca en el ámbito de su competencia.

Escuela de Diseño Gráfico

Reseña histórica

Los estudios de Diseño Gráfico en la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se remontan al año de 1987 con la puesta en marcha del primer diseño curricular. En 1995 tuvo lugar la primera readecuación curricular con lo que empezó una dinámica de análisis y revisión de contenidos para mantener la vigencia y actualidad. En el año 2003 luego de una readecuación del pensum, se elevó el nivel de estudios al de licenciatura en Diseño Gráfico.

En el año 2008 un equipo de docentes de la Escuela de Diseño Gráfico, elaboró una propuesta para la creación de la Primera Maestría en Ciencias para el Mercadeo para el Diseño, la cual fue aprobada en el año 2009 y empezó a servirse en el año 2010. A partir del año 2011 se implementó un nuevo pensum en el marco de un currículum con enfoque por competencias. (farusac.com, 2014).

Objetivo Institucional

La carrera de Diseño Gráfico tiene como propósito la formación profesional del egresado para que sea capaz de desarrollar proactivamente soluciones creativas de comunicación visual con carácter científico, social, ético y empresarial. Para ello utilizará diferentes ámbitos de acuerdo con las características culturales y sociales, los avances científicos y tecnológicos, así como aspectos administrativos, legales y financieros actuando con valores y adecuados al entorno.

Áreas y red curricular de la Licenciatura en Diseño Gráfico

Las áreas representan la esfera de formación dónde se gestionan y organizan los contenidos temáticos a nivel de programación, desarrollo y evolución. La red curricular de la Licenciatura en Diseño Gráfico se divide en cuatro áreas: área de tecnología y expresión, áreas de diseño, área de teoría, áreas de métodos y proyectos.

Servicios que presta a diversos usuarios

1. Licenciatura en Diseño Gráfico
2. Maestría en Ciencias para el Mercadeo para el Diseño





Población alcanzable

La población alcanzable con la que será beneficiada con el proyecto, se comprende por a los estudiantes de la Escuela de Diseño, con los siguientes datos:

20-25

Años

Estudiantes que cursan el octavo semestre de la carrera de Diseño Gráfico

320

Estudiantes

Promedio aproximado de estudiantes asignados al curso de Diseño Visual 7, (Datos proporcionados por Control Académico de la Facultad de Arquitectura a la fecha)

04

Catedráticos

Número de catedráticos que imparten el curso. 1 catedrático en la jornada Matutina y 3 catedráticos en la jornada vespertina.

400

Personas alcanzadas aproximadamente

La implementación de estos materiales de apoyo sería alcanzado y beneficiado con su totalidad aproximadamente a 400 personas incluyendo alumnos del semestre, de otros semestres y demás catedráticos

Antecedentes gráficos de la Institución

Actualmente existe un material de apoyo que es utilizado muy poco en la asignatura de diseño visual 7. Este material fue realizado en el año 2016. Dicho material cuenta con contenido y conceptos básicos editoriales como: ¿Qué es una revista? ¿Qué es un periódico? entre otros, estos no abarcan el contenido global de la asignatura, ni contienen ejercicios que fomentan destrezas editoriales en el estudiante. No contiene información sobre los fundamentos del diseño editorial, uso de retículas, diagramación, pesos, etc. Este material tiene una calidad de diseño muy baja, por lo que a los estudiantes no podría llamarle la atención o no generar impacto en ellos.



Los cuentos infantiles son creaciones literarias basadas en hechos reales pero con un elemento o varios elementos ficticios.

En la medida en que el relato se va desarrollando así también los hechos se van entrelazando y desviando de la realidad establecida inicialmente.





Perfil del grupo objetivo



Grupo objetivo

Edad

20-25 años

Género

Femenino
y Masculino

Ciudad

Guatemala

Educación

Superior, cursando
el 8vo semestre
de la Licenciatura
en DG, USAC.

El grupo objetivo está conformado por estudiantes que cursan la asignatura de Diseño Visual 7, un promedio aproximado de 320 estudiante. Para establecer las características del grupo objetivo, se hizo de una documentación y análisis de los aspectos importantes de cada generación (“Y” y “Z”) según la segmentación del mercado.

Características sociodemográficas

En su mayoría residentes de la ciudad de Guatemala, jóvenes Guatemaltecos de 20-25 años, estudiantes de la Licenciatura de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, especialmente cruzando el octavo semestre. Son nacidos entre aproximadamente 1983 y 1999, se pueden considerar como la población más importante de estudiantes universitarios. La mitad de esta generación está actualmente en la universidad y otra cuarta parte entrará en ella muy pronto. (Silvestre y Cruz, 2016).

Han sido testigos y protagonista de importantes fenómenos socioculturales asociados a internet como el inicio de las redes sociales y acceso masivo a la información; además, de los cambios en la conformación y dinámica de las familias (Elam, Stratton & Gibson, 2007, como se cita en Sepúlveda, 2013). Por ende, son jóvenes que tiene una cultura visual mucho más amplia. Como diseñadores es un factor importante estar en constante innovación.

Características socioeconómicas

Nivel socioeconómico C / medio. Los nuevos profesionales de esta generación, en el ámbito organizacional, esperan que las empresas se adapten a sus sueños y que les genere otros. Desean un presente estable y seguro que mantenga balanceada su autoestima. En su área laboral necesitan que se marquen nuevos retos que generen cambios y experiencias diversas. Necesitan un espacio personal tecnológico que refleje su imagen y donde puedan ser reconocidos instantáneamente (Sánchez, 2015). Son jóvenes que trabajan en estudios de diseño, agencias y/o call centers.

Características psicográficas

Son jóvenes en contacto constante con la tecnología, ya que es una necesidad importante como diseñadores. Se caracterizan ya que han sido formados por la tecnología y se sienten cómodos compartiendo toda su vida en línea. Según Silvestre y Cruz (2016), tienen la fortaleza de adaptarse a los cambios y prefieren un trabajo que “les llene”, en lugar de un salario considerable. Para los Millennials, la información, el entorno colaborativo y la flexibilidad frente a los cambios están fuertemente arraigados a su forma de ser. Se caracterizan por ser positivos, activos y se puede decir que es la generación con mayor nivel de formación educativa (Estrategia y Negocios, s.f). Usan constantemente las redes sociales y el internet para tener una rápida información y crear círculos de amigos. Son personas que compiten entre ellos para demostrar mejor sus habilidades. Personas con responsabilidad social, buscan y opinan sobre lo que es lo mejor para Guatemala.

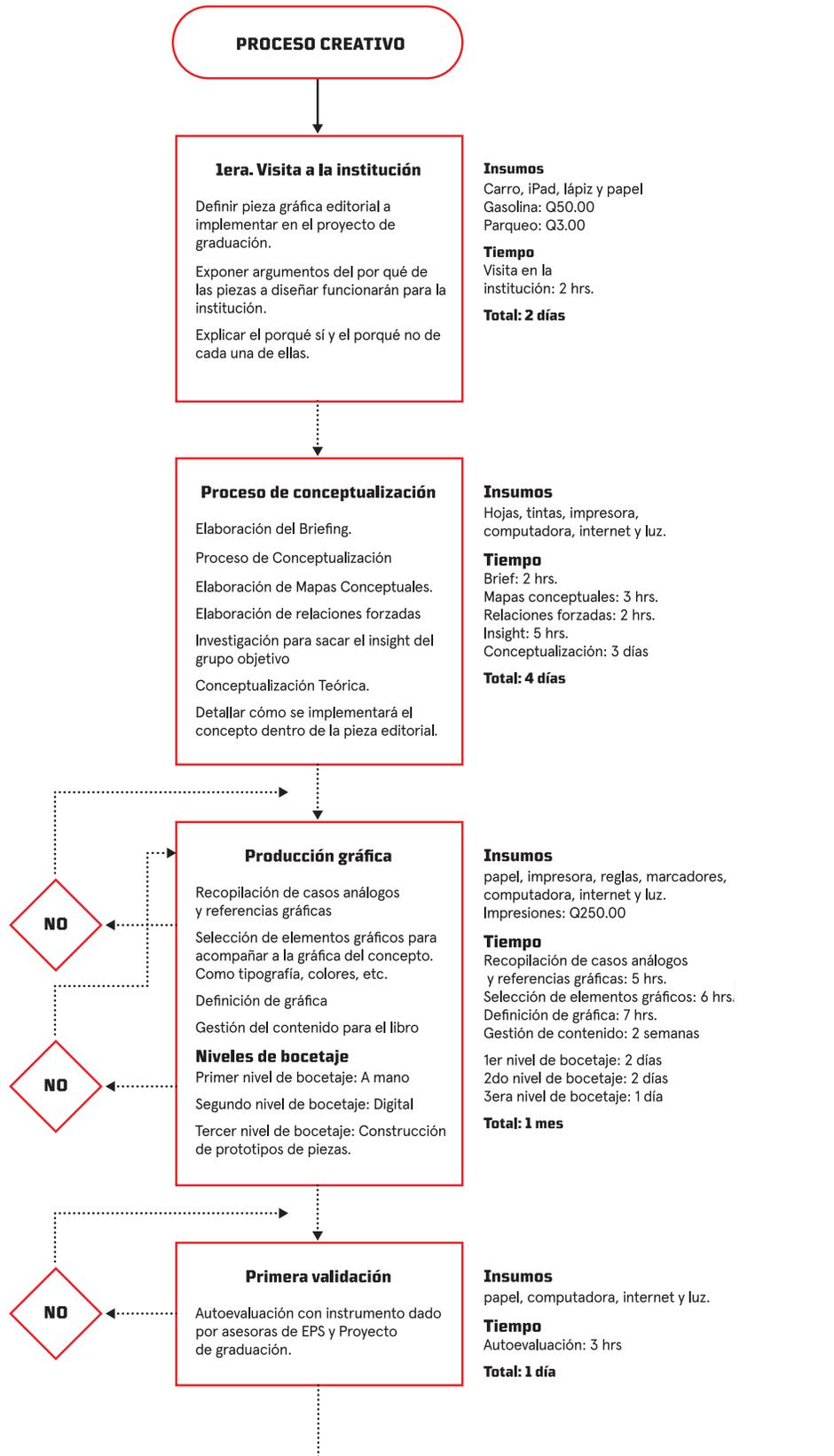
Relación entre en el grupo objetivo y la institución

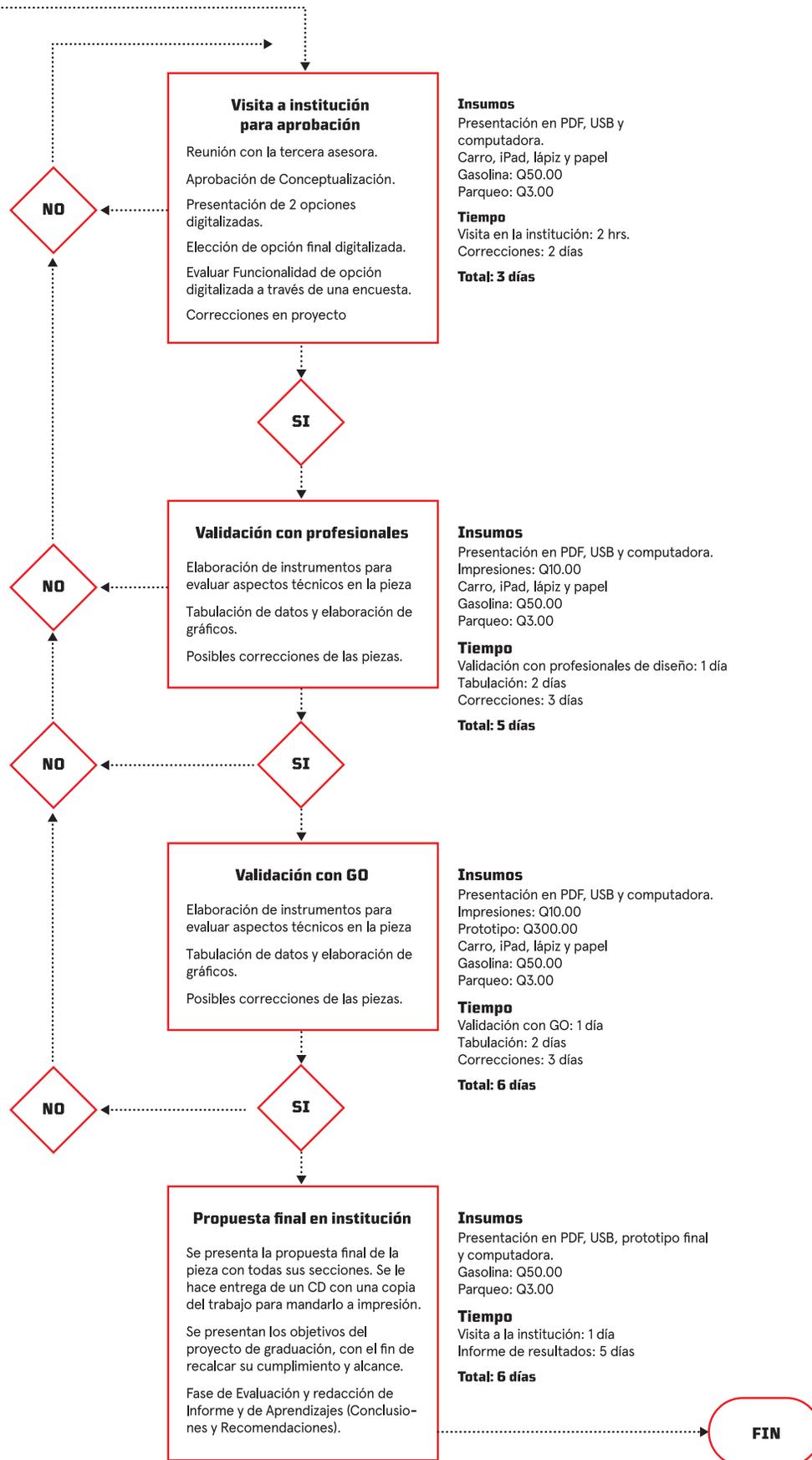
El grupo objetivo se mantienen en un contacto cercano y directo con la institución, en este caso, La Escuela de Diseño Gráfico ya que es el lugar donde pasan la mayor parte de su día estudiando y reciben conocimientos del profesional en diseño gráfico.



Planificación operativa

Flujograma





Cronograma de trabajo

Agosto

| Actividades | Semanas | | | | |
|--|---------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Revisión y ajuste de protocolo | ■ | | | | |
| Reunión con Institución | ■ | | | | |
| Definición de contenido para el proyecto | | ■ | | | |
| Análisis y selección de piezas a diseñar | | | ■ | ■ | |
| Estudio de grupo objetivo para sacar insight | | | | ■ | |
| Concepto creativo de diseño | | | | ■ | |
| Definición de códigos visuales | | | | ■ | |
| Primera fase de bocetaje | | | | | ■ |
| Validación 1. Autoevaluación | | | | | ■ |

Septiembre

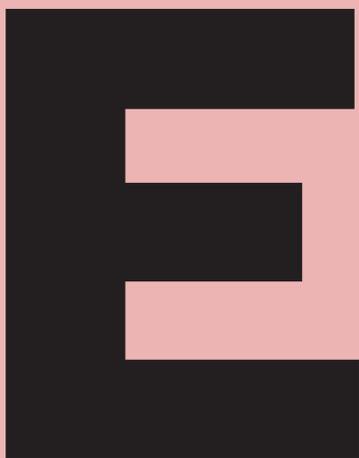
| Actividades | Semanas | | | |
|--|---------|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Segunda fase de bocetaje | ■ | | | |
| Gestión de contenidos para el proyecto | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Redacción de ensayos | | ■ | ■ | |
| Diseño y maquetación de proyecto | | ■ | ■ | ■ |

Octubre

| Actividades | Semanas | | | | |
|---|---------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Validación 2. Validación con profesionales | ■ | | | | |
| Realización de prototipo 1 | | ■ | | | |
| Realización de prototipo 2 | | | ■ | | |
| Validación 3. Validación con grupo objetivo | | | | ■ | |
| Verificación de resultados | | | | ■ | |
| Artes finales y presentación final | | | | | ■ |
| Redacción y maquetación de informe final | | | | | ■ |



El impacto de la responsabilidad social del diseñador gráfico y su aprendizaje



En Guatemala, el rol del diseñador es expuesto ante diferentes circunstancias que hacen que su responsabilidad social sea más definida. Los alcances del diseño gráfico son grandes, ya sean para bien o para mal. No basta con tener grandes ideas para cambiar el contexto, si no la manera de que las que se van a poner en práctica. Por esto es importante tener claro la responsabilidad de usar los conocimientos adquiridos para el bien social. Este ensayo pretende amarrar el rol de diseñador como agente social en el país con la responsabilidad de la educación superior en diseño que por medio de metodologías de enseñanza – aprendizaje para construir aprendizajes significativos en el estudiante de diseño con el fin de que sean competentes en las diferentes áreas profesionales, resultados de la metodologías activas que hacen que la enseñanza tome un nuevo significado en los estudiantes.

Los diseñadores gráficos son agentes de control social, como lo comenta Carpintero (2007) “Todos so-

mos agentes de control social. Nuestras acciones o inacciones tendientes a evitar o reducir desvíos participan, reproducen y legitiman las estructuras de control. Los diseñadores son agentes sociales porque reproducen a través de sus acciones modelos de identidad socialmente aceptables.” Por lo que cada decisión que se tome en el diseño, tiene que ser pensado en el contexto que se va desarrollar, como va aportar y que resultados puede llegar a tener. Esto no solo convierte al diseñador en un profesional que soluciona problemas de comunicación visual con creatividad y eficiencia, si no también, como lo menciona De las Casas (2014) “Ser agentes de cambio con un alto sentido de responsabilidad social.”

En la educación en diseño respecto a su contexto se convierte en un reto en la formación de los diseñadores, ya que es importante generar competencias, no solo creativas si no competencias para que tengan claro su rol que les toca cumplir dentro la sociedad donde viven. Así lo comenta

también De Las Casas (2014) “Es una labor que no es fácil si consideramos que vivimos en un mundo cada vez más globalizado y donde las personas se van sintiendo menos identificadas con su medio inmediato y más parte de un mundo que es físicamente lejano.” La responsabilidad social del diseñador va más allá de crear piezas de alto impacto que llamen a la reflexión, la responsabilidad y el rol del diseñador en la sociedad abarca desde el desarrollo del entorno, el cuidado del medio ambiente, de utilizar medio y/o materiales que no tengan un impacto negativo en el medio ambiente. (Morales, R. 2010). Si hablamos del lado visual y creativo el rol del diseñador en la sociedad también abarcar la manera de transmitir mensajes que pueden ayudar a resolver de una mejor forma diferentes tipos de problemas tales como educación, salud, valores, solidaridad, identidad, como mucho otros. Teniendo en cuenta tanto la responsabilidad ética como profesional hacer que la profesión del Diseño gráfico sea una herramienta útil

y fundamental en la educación de diseño en el país.

Ante la sociedad, el rol del diseñador también está el cambiar el concepto sobre qué es y de qué trata el diseño gráfico, muchas personas lo ven como un gasto o requerimiento y muchas de ellas no le dan el valor que en verdad tiene una pieza de diseño. El diseño es una necesidad importante para cualquier organización, empresa, marca, etc. Es como se van a vender ante la sociedad con mensajes efectivos obteniendo el feedback que buscan, y todo con la ayuda del diseño. Se debe educar a las personas del valor de lo que rodea a los ojos cada día. Todo esto empieza con la adecuada educación a los mismos diseñadores, para que aprendan hacer adecuadamente las cosas y valorarse a sí mismos por eso la educación en el diseño gráfico es una pieza fundamental.

La Escuela de Diseño es un pilar importante para la formación de diseñadores actualmente, ya que fomentan los principios básicos del diseño. Según Del Pilar (2014) "Nuestro paso por las escuelas de diseño nos sirve para aprender y nos capacita para un trabajo, pero también nos ayuda a madurar, a ser personas responsables y comprometidas con nuestro entorno". La escuela de diseño da las bases para la formación de diseñadores. Sin embargo, algunos creen que ciertos lineamientos establecidos por la escuela están desactualizados y limitan la creatividad de los estudiantes. Como comenta Navarro (2012) "estos fundamentos académicos que de forma subjetiva rigen el pensamiento del diseñador, orientándolo y direccionándolo hacia las convenciones del mercado... Desde la óptica general del entorno social y el ambiente laboral, estas directrices programadas son claramente el índice de confiabilidad y de éxito, pero desde el punto de vista de una agencia publicitaria o de un diseñador experimentado, esta formación académica puede a veces ser un obstáculo para la creación de elementos que verdaderamente sean innovadores, funcionales y extraordinarios." Cabe mencionar que dicho comentario puede ser subjetivo, ya que depende de cada persona el investigar más y alimentarse de otros medios para su formación profesional.

En todo tipo de educación es importante tener en cuenta la didáctica y como se emplea para que la enseñanza – aprendizaje sea más efectiva para sus receptores. Según Carvajal (2009) "es parte de la pedagogía que se in-

teresa por el saber, se dedicada a la formación dentro de un contexto determinado por medio de la adquisición de conocimientos teóricos y prácticos, contribuye al proceso de enseñanza – aprendizaje, a través del desarrollo de instrumentos teóricos prácticos, que sirven para la investigación, formación y desarrollo integral del estudiante."

Se puede decir que la didáctica es, con el respaldo de otros autores, una "técnica de enseñanza" donde el profesor debe comprobar y garantizar que el receptor, en este caso el estudiante, no solo recuerde lo fundamental si no que reflexione sobre lo que debe hacer y la aplicación del mismo. El proceso de aprendizaje del estudiante se establece en estas tres etapas: la comprensión, la asimilación y la aplicación. Aquí es donde se ve resuelto la teoría con la práctica donde el estudiante no solo se queda con la teoría y conceptos que sabe, si no que la pone en práctica; todo esto hace que la enseñanza se vuelva mucho más significativa para el estudiante.

Los centros educativos utilizan muchos materiales didácticos para facilitar este proceso, que es una herramienta fundamental para lograr los objetivos. Un material didáctico es un material que reúne recursos que ayudan mucho y facilitan la enseñanza – aprendizaje. Ayuda para aprender y reforzar conceptos, habilidad, destrezas, etc. El objetivo de un material di-

dáctico es lograr que el estudiante tenga una aprendizaje significativo en su formación profesional. También ayuda a aportar a la creación de nuevas metodologías que hacen que la enseñanza se vuelva más innovadora, ayudando a los estudiantes a adquirir con facilidad los conocimientos y habilidades que les sirvan en su vida profesional, académica y personal. Como lo comenta Rosique (s.f) "Proporcionan información y guían el aprendizaje, es decir, aportan una base concreta para el pensamiento conceptual y contribuye en el aumento de los significados; desarrollan la continuidad de pensamiento, hace que el aprendizaje sea más duradero y brindan una experiencia real que estimula, la actividad de los alumnos; proporcionan, además, experiencias que se obtienen fácilmente mediante diversos materiales." Entonces es una herramienta sumamente importante, donde se pueden encontrar contenidos acompañados de estrategias de aprendizaje que ayudan a la formación del estudiante.

Para acompañar la didáctica, existen un sinnúmero de estrategias para que el docente pueda comprobar diferentes objetivos en los estudiantes. Según Pimienta (2012) "Las estrategias de enseñanza-aprendizaje son instrumentos de los que se vale el docente para contribuir a la implementación y el desarrollo de las competencias de los estudiantes" Este tipo de estrate-

"LA ESCUELA DE DISEÑO DA LAS BASES PARA LA FORMACIÓN DE DISEÑADORES"

gias ayudan a el estudiante a que forme las competencias específicas que se requieren, así lo manifiesta el mismo autor "Con base en una secuencia didáctica que incluye inicio, desarrollo y cierre, es conveniente utilizar estas estrategias de forma permanente tomando en cuenta las competencias específicas que pretendemos contribuir a desarrollar." En este tipo de estrategias se pueden encontrar desde lluvias de ideas, que sirven para saber conocimientos previos, hasta diagramas radiales, estrategias para la comprensión, mapas conceptuales, estudios de casos, proyectos, entre otros.

Todas las estrategias aportan a la enseñanza significativa en el estudiante. Feldman (2005) define al aprendizaje como "un proceso de cambio relativamente permanente en el comportamiento de una persona generado por la experiencia." La enseñanza se vuelve significativa cuando se vuelve valioso para uno mismo, ya que es proceso personal. Todo este proceso depende de la situación, intereses, motivaciones, etc., la enseñanza significativa es diferente para cada persona. Del Prado, I (2011) afirma que "Se puede hacer una analogía entre aprendizaje significativo y un sistema de engranajes, en que cada elemento que interviene en el aprendizaje, debe "enganchar" con otro, para que logren los alumnos ensamblar con los contenidos, con las personas que median, que

orientan el proceso, con otros alumnos con quienes y de quienes también están aprendiendo; con la metodología, con la forma y ritmo con que dichos engranajes pueden calzar y provocar el movimiento, el cambio. De acuerdo a los principios del aprendizaje significativo, el mediador, el adulto será quien equilibre el ritmo, de acuerdo al tipo de dispositivo presente." Entonces para que a enseñanza sea significativa en el estudiante hay que reforzar la teoría con la práctica para que así toda la teoría no solo se quede en sentido memorístico, si no que sea puesto en práctica ya que la clave del aprendizaje significativo está en la relación de nuevo material con ideas ya existentes en la manera cognitiva del estudiante. Estos nuevos conocimientos pueden ir reforzados con las metodologías activas de enseñanza para que sea más significativo para el estudiante.

Las metodologías activas de enseñanza proponen ser una enseñanza enfocada en el estudiante como un proceso constructivo. Esto se centra en 2 elementos fundamentales, en el proceso constructivo y en el aprendizaje autodirigido, que se enfoca en las habilidades metacognitivas que permite al estudiante juzgar los problemas desde su dificultad. Con este tipo de metodologías activas el estudiante aprende a trabajar en equipo, a discutir, crear feedbacks constructivos y argumentar lo que aprenden sobre ca-

sos reales, problemas del mundo real o de práctica profesional. Johson, D. (2000) afirma que "Se deben presentar situaciones lo más cercanas posibles al contexto profesional en el que el estudiante se desarrollará en el futuro." Los estudios y análisis de casos son una herramienta utilizada con regularidad en la formación de competencias, esto constituye a una metodología que describe un caso real y permite que el estudiante pueda analizar y ver en práctica como la teoría que es impartida es utilizada por profesionales en la vida real. Ayuda a que los estudiantes entiendan y apliquen sus conocimientos y habilidades como contenidos conceptuales, actitudes en contexto, para desarrollar habilidades de pensamiento crítico, competencias comunicativas, aprendizaje colaborativo, etc. Esto promueve la actitud positiva en los estudiantes hacia el aprendizaje y su motivación. Permite además que el estudiante experimente estos problemas reales que a nivel de dificultad puede llegar a encontrarlos a la hora de estar laborando profesionalmente. Estas técnicas son muy valoradas por los estudiantes de diseño gráfico ya que pueden aprender conociendo como los profesionales se envuelven en el ámbito laboral.

Estas metodologías son bien aplicables a la enseñanza de diseño editorial, por su objetivo de generar competencias en áreas específicas por

**"UN DISEÑADOR NECESITA
UN AMPLIO BAGAJE DE COMPETENCIAS
Y CONOCIMIENTOS PRÁCTICOS,
TÉCNICOS E INTELECTUALES"**

medio de poner en práctica la teoría. Tal como lo menciona Cardwell & Zappaterra (2014) "Un diseñador necesita un amplio bagaje de competencias y conocimientos prácticos, técnicos e intelectuales". La enseñanza del diseño editorial en estudiantes de diseño gráfico es un pilar importante en la trayectoria y paso del diseño gráfico ya que con el diseño editorial y sus bases perfectamente enseñadas se puede dimensionar de una mejor manera el diseño.

Una de las técnicas que según investigaciones sirve para que la enseñanza – aprendizaje sea efectiva, es utilizar el humor como gancho para que sea más memorable para los estudiantes. Así lo menciona Pirowicz, D. (S.f) "El uso del humor relacionado con el contenido es una forma que se vuelve parte de la enseñanza, ya que los estudiantes consideran que la introducción del humor les facilita el aprendizaje de algunos temas, cuya comprensión, de otro modo, les hubiera parecido difícil". El humor ayuda a dirigir de una forma diferente temas que pueden ser difíciles de aprender y de entender. El humor crea momentos y experiencias cognitivas que hacen que sean memorables. Esto podría ayudar a la enseñanza en diseño editorial, ya que según lo investigado en el diagnóstico, a los estudiantes se les dificulta retener aspectos técnicos del diseño editorial que podría emplearse esta técnica para

que sea memorables para los estudiantes. El diseño editorial es ligado tanto a lo teórico como a lo práctico, por lo cual estas metodologías que se mencionaron con anterioridad pueden ser aplicadas perfectamente a la enseñanza de diseño editorial.

En conclusión, en la educación superior en diseño gráfico es importante tener estos puntos claros ya que generar la formación de mejores profesionales para la sociedad. El rol del diseñador ante la sociedad siempre será tener la responsabilidad de ejercer de una manera ética y moral basándose en sus decisiones, cómo esas decisiones pueden afectar positivamente y negativamente a la sociedad. Darle valor a la carrera y siempre trabajar de la mejor manera para que las piezas a diseñar cumplan sus objetivos. Es importante fomentarlos desde la educación en las escuelas de diseño. Por eso es esencial que la enseñanza sea significativa para los estudiantes, para que no solo puedan entender los conceptos o teorías que se les es impartido, si no que también las pongan en práctica con un pensamiento constructivo, donde se apropien de los temas que se les imparte y se vuelve importantes para cada estudiante.

Las metodologías activas en la enseñanza ayudan de una manera significativa a la educación en el diseño ya que ayuda a que, por medio de sus elementos fundamentales, el estudiante

pueda desarrollar una perspectiva más crítica usando el análisis de casos y entendiendo la situación y el contexto de la misma. Para el diseñador gráfico es muy valioso ese tipo de enseñanza ya que no solo se queda con el conocimiento, si no la ve poniéndose en práctica en el medio profesional donde se va enfrentar al salir de la universidad. Esto hace más valioso el diseño, entenderlo desde estas perspectivas hace que logremos crear piezas más potentes, bien construidas y sólidas.

La importancia del diseño editorial y sus aspectos técnicos para ejecutarlo adecuadamente.



Una de las ramas con más variaciones en sus aplicaciones dentro de la profesión de Diseño Gráfico, es el diseño editorial. Muchos no le dan la importancia o creen que es un camino fácil, cuando en realidad el diseño editorial es un mundo complejo de elementos donde cada uno tiene su función. El siguiente ensayo tiene como objetivo establecer esos elementos importantes del diseño editorial y el rol de cada uno para su producción, tales como el formato, la tipografía, la retícula, el color, la imagen, etc., que son parte de la maquetación de los tipos de publicaciones como lo es el diseño de un libro. Todo el proceso de diseño para determinar el insight y concepto creativo que será el inicio de la gráfica de la publicación. Siendo logrado por una secuencia de pasos determinados por las metodologías de diseño.

Las metodologías de diseño ayudan a darle un enfoque al diseñador gráfico del camino donde se va llevar el proyecto. Es un proceso ordenado por lo que se busca llegar a los resul-

tados de los objetivos, para lo cual es necesario un orden o jerarquización de las herramientas, técnicas y operaciones en el proceso de creación y de investigación. Este orden ayuda a que se pueda documentar todo la evolución de una idea hasta la fase final.

Una de las metodologías utilizadas, según encuesta realizada por los estudiantes del programa de Diseño de la facultad de Diseño, Imagen y Comunicación, Universidad el Bosque; Bogotá, Colombia, (Sierra. 2012) demuestran que el Pensamiento de Diseño o *Design Thinking* es la tercera metodología más utilizada por los diseñadores seguido por la metodología de los Seis Sombreros o *Six Thinking Hats* y la Lluvia de Ideas o *Brainstorming*. La metodología de Pensamiento de Diseño o *Design Thinking*, es una metodología que fue desarrollada por el grupo IDEO con el objetivo de propiciar el pensamiento de diseño. Esta metodología esta basada en como se puede convertir el desarrollo de los bienes y servicios por medio del pensamientos del diseñador,

no busca que sea una secuencia nada más de pasos si no como que sea una interacción conjunta de los pasos a resolver para llegar a tener resultados inesperados que sobre pasen los objetivos establecidos.

Según Lupton (2014) lo define como "Es una metodología que suele hacer referencia a los procesos de generación de ideas, investigación y documentación, generación de prototipos e interacción con el usuario." Esta metodología se presenta con cinco etapas: empatizar, definir, idea o acción, prototipar o creación y testear. Todas estas etapas ayuda a que el diseñador explore su creatividad, las posibilidades de lo que podría ser y así crear los resultados deseados que beneficien al usuario final. Esto ayuda a tener un proceso de diseño más correcto y asertivo.

La etapa de empatizar trata sobre investigar todo lo posible las necesidades de los usuarios y su entorno para así ponernos en el lugar del usuario y generar soluciones consecuentes a la realidad. Esto es esencial en el diseño gráfico ya que si no se entiende el contexto no se puede generar soluciones asertivas. La etapa de definir, consta en analizar la información recopilada para poder abstraer lo que realmente aporta valor y lleva al alcance de nuevas perspectivas interesantes.

La etapa de ideación tiene como objetivo la generación de todas las ideas posibles con tal de encontrar soluciones innovadoras, esto va acompañado de técnicas creativas que ayudan a estimular el pensamiento creativo para la creación de nuevas ideas. La etapa de prototipar consiste en realizar la ideas y ayuda a visualizar las posibles soluciones, acompañado de esta etapa viene la etapa de testear que sirve

para recibir un feedback e identificar mejoras significativas, fallos a resolver, entre otros.

Como se mencionó con anterioridad, a estas etapas del Pensamiento de Diseño o *Design Thinking*, son acompañadas con diferentes técnicas creativas que sirven para alcanzar objetivos creativos, permitiendo direccionar el pensamiento en etapas o procedimientos concretos y ayudan a sacar las ideas de nuestro pensamiento y hacerlas tangibles. Lupton (2014) comenta que "las técnicas creativas nos ayuda a darles una forma externa a nuestras ideas que permite verlas, compararlas, ordenarlas y combinarlas, clasificarlas y compartirlas. El pensamiento no solo tiene lugar dentro del cerebro. Toma cuerpo a medida que unas ideas huidizas se convierten en objetos tangibles: palabras, bocetos, prototipos o propuestas." Por lo que es sumamente importante tener en cuenta que tipo de técnicas podemos aplicar en nuestro proceso de diseño ya que con la ayuda de estas técnicas creativas se puede lograr tener conceptos innovadores y diferentes.

Entre estas técnicas creativas, encontramos técnicas que ayudan para definir el problema, para generar ideas y para definir la forma. Aquí podemos encontrar la lluvia de ideas, mapa mentales, el volcado visual de datos, relaciones forzadas, figuras retóricas, entre otros. Esto hace el proceso del diseño más enriquecedor y así tener un concepto creativo más fuerte. El concepto

creativo es una palabra o idea abstracta que da origen a un resultado mediante una metodología. (Listopad, 2012) Es una palabra que ayuda a sintetizar todos los elementos que nos permiten transmitir la información necesaria y comunicar al grupo objetivo el mensaje. Es parte de lo más importante del proceso creativo, ya que en base al concepto se desarrollará los demás pasos a dar e influirá en las decisiones que se tomen. El concepto creativo promueve una solución visual coherente entre todas las piezas diseñadas, da unidad a todos los elementos utilizados para el proyecto. Esto nace del resultado del análisis de la información recopilada del grupo objetivo, las necesidades y los objetivos que genera insights.

El *insight*, según lo define Quiñones (2013) "constituyen verdades humanas que permiten entender la profunda relación emocional, simbólica y profunda entre un consumidor y un producto. Un *insight* es aquella revelación o descubrimiento sobre las formas de pensar, sentir o actuar del consumidor frescas y no obvias, que permiten alimentar estrategias de comunicación, branding e innovación." Esto quiere decir que un *insight* poderoso tiene la capacidad de conectar una marca con el usuario final de una forma mucho más de lo evidente, y no solo vender. En lo personal se considera el *insight* como lo más potente de un producto y que ofrece una experiencia o significado emocional/simbólico de mucho mayor valor.

A menudo, el *insight* da origen a la gran idea creativa. Ayudan a conferir una visión más humanada del consumo y del *marketing*, se trata de siempre poner en prioridad a las personas. (Quiñones, 2013) Es una verdad que no se dice o que no se expone pero que todos tienen en común. Prácticamente aquí empieza todo, con un *insight* y es lo que ayuda a que el consumidor final cree esa conexión con el producto diseñado ya que se sentirá parte o sentirá que cumple con sus necesidades. Como se dijo con anterioridad, del *insight* se basa para poder sacar un concepto creativo potente.

El *insight* y el concepto son pilares importantes para toda pieza de diseño que se vaya a diseñar, ya que como se ha mencionado con anterioridad, ayudan a generar un sentir, una emoción y/o un valor en el mensaje. Esto es aplicado a toda rama del diseño gráfico, sea ilustración, creación de marcas o *branding*, diseño de página web, diseño editorial, etc. En el caso del diseño editorial, el *insight* y concepto juegan un papel protagónico en el proceso de diseño ya que para una publicación como un libro necesita tener un contacto con el consumidor más allá de solo contenido teórico, si no que también genere una conexión de pertenencia. El diseño editorial, según Bhaskaran (2006) en su libro "¿Qué es diseño editorial?" comenta que "es una rama de diseño que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, re-

"UN INSIGHT PODEROSO TIENE LA CAPACIDAD DE CONECTAR UNA MARCA CON EL USUARIO FINAL"

visual en el diseño. Cada tipo de fuente tiene una personalidad propia y ayudan a comunicar el sentir del mensaje.

Como lo define Scher (2017) "La tipografía es pintar con palabras." Es un protagonista estelar en el diseño de una página, hay que saber cómo combinarlas, cómo jerarquizarlas por su peso, tamaño, entre otros. Bringhurst (2014) define la tipografía como "Es el arte de dotar el lenguaje de una forma visual duradera y por tanto de una existencia independiente." La tipografía comprenden un conjunto limitado de elementos básicos como lo son: las letras de caja alta y caja baja, números y signos de puntuación. A pesar de que los años avanzan y consigo la tecnología, la forma básicas de estos elementos se han mantenido durante los últimos dos mil años. Kunz (2003) comenta que "Ningún otro sistema de comunicación visual ha demostrado ser tan poderoso y tan versátil, y a la vez tan preciso y conciso en su transcripción de hechos, ideas y sentimientos". La tipografía tiene un poder impre-

sionante en el diseño, la jerarquía del tipo es la guía visual usada para distinguir entre diferentes titulares y cuerpos de textos. Ello se consigue a través del uso diferentes de tipos de fuentes y diversas variaciones de tamaño (Bhaskaran, 2006).

El color en el diseño editorial es otro factor importante, es una herramienta que puede utilizarse para llamar la atención del usuario, orientar, dirigir el ojo del observador para el recorrido visual en la página y además de informar todo tipo de reacción ante la información. Ambrose & Harris (2006) definen el uso del color como: "El color puede emplearse de muchas formas en el diseño. Puede destacar información que mucha gente pase por algo, llamar la atención, provocar compasión y dar una clave cultural para interpretar y dar la información". En una página el color sirve como punto focal que atrae al usuario a una publicación, y sirve como un elemento para guiarlo al sentir que se buscan en el diseño, por medio de la codificación por colores creando una armonía visual entre todos los elementos maquetados. El color también puede establecer una identidad fuerte con el libro o la publicación diseñada. Por eso la mayoría de autores deciden un color para su publicación, ya que así es más fácil que el lector lo recuerde. El color suele ser lo único necesario para que un lector habitual reconozca fácilmente una revista, un libro, una fanzine y en consecuencia, a la marca o identidad visual. (Bhaskaran, 2006). Robson, D (2014) menciona que "Los seres humanos ha encontrado que los colores cálidos puede tener un profundo efecto sobre nuestro estado de ánimo, nuestras percepciones y acciones, además de llamar la atención muy fácil por su alto contraste con los

demás colores." Por lo que expertos recomiendan siempre cuando se vaya a emplear una paleta de color, siempre debe haber un color cálido para tener este impacto visual.

La imagen e identidad visual en el diseño editorial es esencial para cada publicación ya que así es como el usuario la va a reconocer. Como lo comenta Cardwell & Zappaterra (2014) "Lo primero que tiene que establecer una publicación nueva es el mensaje de marca, es decir, su identidad, su manera de expresarse y las sensaciones que desea transmitir." El proceso del branding para libro es el mismo proceso de crear una marca convencional, la imagen debe de reflejar lo que el libro o el estilo de publicación va comunicar en su contenido, lo que cambia son los objetivos ya que este no será utilizado con fines corporativos. Se toman encuentra los elementos del diseño de marca que son: identidad, paleta de colores, tipografía, fotografías, ilustraciones, etc. La identidad visual de un libro se enfoca más que todo en el diseño de la portada, porque la portada será el primer impacto que va tener ante los usuarios, por lo que debe ser única y original y cada elemento debe aportar al sentido del libro. La identidad visual de una publicación debe someterse a una revisión que garantice sus frescura y dinamismo, siempre manteniendo los valores de la marca ya que es importante que la marca se adapte a cada formato. Por eso es importante lograr que el estilo de una publicación resulte fácil de reconocer pero que también tenga esa adaptabilidad para que en cada edición pueda adaptarse al mensaje que se quiere comunicar (Cardwell & Zappaterra, 2014).

Un publicación que es predominante en el diseño editorial es el libro. Un libro es, como lo define Ambrose & Harris (2008) "Es un modo de organización y presentación de múltiples unidades de información en un solo continente. Sea mediante compilación de viñetas relacionadas, aplicación de un orden secuencial o cualquier modo de combinación aleatoria de unidades, un se libro se convierte en la suma de sus partes." Un libro entonces es, toda la documentación de una gama de temas con el objetivo de ser un producto educativo o didáctico para enseñanza en los usuarios. Muchos creían que los días de los libros en la era digital estaban contados, sin embargo, este tipo de publicación más bien se ha visto reforzado como resultado de la revolución digital. Puede que

la tecnología nos ofrezca editoriales más baratos, más rápidas y más fáciles de producir pero nada puede compararse con el tacto y sensación que comunica un libro. Consigo la experiencia de la profundidad, los tipos de papeles, aromas, etc. Estos pueden diseñarse en toda una variedad de formas, desde los de gran formato que pueden estar maquetados por fotografías y una tipografía destacada hasta las tradicionales novelas de ficción diseñadas con una retícula simple ya que su prioridad es la legibilidad del texto. Los libros de textos educativos o didácticos y los libros de referencia, por lo general utilizan complejas jerarquías para ayudar a mover al usuario por ellos. Los libros están compuestos por cubierta, páginas de portada, páginas preliminares; donde encontramos el índice, introducción, prólogo, etc., cuerpo principal (donde se desarrolla todo el contenido del libro) y las partes finales como el apéndice, glosarios, créditos, etc. Cuando se realiza el diseño y creación de un libro es importante que el diseñador esté familiarizado con el contenido del libro del principio al fin, ya que el formato, estructura y contenido del diseño deben estar relacionados con él. (Bhasaran, 2006).

El diseño de un libro tiene una triple función, así lo comenta Kapr (1985) "Debe reflejar el texto, y con él, el objetivo del autor de una manera eficaz y de acuerdo con su sentido. Debe adecuarse al lector y finalmente producir un libro hermoso sin que transcienda a un primer plano la intención de lograr un bello diseño" Todo libro debe sentirse como si el mismo autor le está contando sobre su contenido. Desde la creación de la identidad y la gráfica que va acompañar al diseño del libro, se debe establecer el tono de co-

municación y/o código lingüístico que va tener la publicación ya que dependiendo esto el usuario va poder lograr entender de mejor manera el contenido. Los tonos de comunicación, según Villamizar (2004) "los tonos de comunicación son muy numerosos y pueden combinarse para crear unos nuevos. Algunos pueden ser: serio, tradicional, descriptivo, académico, infantil, técnico, humorístico, joven, natural, agresivo, etc." El tono de comunicación se define en base a la personalidad de la gráfica y se le es acompañado con el código lingüístico escrito, ya que todo el contenido que se comunica se plasma en el interior del libro para que el usuario final lo lea y así alimente su conocimiento.

Un aspecto importante al diseñar un libro es el formato en el cuál será diseñado. Se debe buscar, en base al formato la manejabilidad que debe caracterizar al libro para comodidad del usuario final. Por lo que, uno de los tamaños más accesibles de un libro por si comodidad y ahorro dentro de un pliego a la hora de impresión es el 8vo Medium tamaño 241 x 152 mm y el Foolscap Quarto tamaño 216 x 171 mm, (Ambrose & Harris, 2008) ya que su tamaño hace que sea un libro de mano fácil de leer y permite que en su maquetación se pueda jugar diferentes retículas jugando con los módulos para distribuir los elementos tipográficos como imágenes.

Según autores como Ambrose & Harris (2008) comentan que se considera un libro cuando su contenido pasa de 49 páginas para arriba. Para esta cantidad de hojas, los autores proponen diferentes tipos de encuadernado: la encuadernación a la americana; es un método usado normalmente para libros en rústica, cubiertos de pasta

dura y lomo. Y la encuadernación de lomo cuadrado que es un método la tapa suele ser de cartón y es pegado con las hojas y cocido en cuadernillos. Este tipo de encuadernación es muy útil para una publicación de uso académico, ya que por su fácil manejo y apertura entre las páginas logra que su reproducción sea fácil. Si esta reproducción es por medio de fotocopias, el encuadernado en cuadernillo permite que el libro se pueda plegar sin ninguna dificultad para reproducir las copias. Es un sistema donde se puede personalizar tanto su portada como contra portada, así como el lomo de la publicación ya que su anchura es variable.

En conclusión, para el diseñador gráfico es importante tener presente las diferentes metodologías de diseño para llevar un control correcto de proceso del diseño para cualquier tipo de proyecto. En lo personal, en la definición del enfoque que llevará todo el proceso de diseño en cuanto al proyecto de graduación, en este caso el *Design Thinking*, ya que por su

orientación en las etapas se considera apropiado para abordar el proyecto. En cuanto al diseño editorial, es esencial conocer los aspectos que componen esta rama de diseño, sus componentes como: la tipografía, la retícula, el color, formatos, etc., para saber de manera correcta y funcional de utilizarlos en una maquetación para el mensaje establecido en producto/publicación editorial llegue de una manera visual agradable hacia el grupo objetivo y cada elemento en la maquetación responda a la intención que se quiere dar.

En lo personal, para el proyecto de graduación, conocer estos términos y sus usos ayudan a establecer primicias de diseño que serán amarrados con el concepto creativo. El predominio de la tipografía, la forma, el color y la retícula en la editorial es esencial y más para la creación de un libro ya que son los cimientos más grandes para expresar mediante el ritmo y la armonía la intención de la publicación y su mensaje. Teniendo en cuenta el formato en que será diseñado el libro para esta-

blecer anchura de columnas, el tipo de retícula, tamaño de tipografías, distribución de imágenes, creación de dummies y el uso de colores cálidos en la paleta de colores, como lo mencionan los autores, etc. Por ello se recalca la importancia de cada elemento ya que en el diseño editorial, estos elementos no juegan un papel independiente, todos hacen la forma y todos tiene su función en conjunto que hace de la maquetación tener un resultado brillante.

**" TODOS LOS ELEMENTOS CONSTRUYEN UN DISEÑO,
LOS VISUALES, LA TIPOGRAFÍA, EL COLOR,
LA RETÍCULA Y LOS GRÁFICOS.
TODO APORTA Y TODO SUMA AL BUEN DISEÑO"**



Definición creativa

57

6

w

s

¿Qué?

Un material de apoyo para la asignatura de Diseño Visual 7 sobre la importancia de aspectos esenciales en el desarrollo del diseño editorial. Tales como uso tipográfico, selección tipográfica, alineaciones, marcador de párrafos, construcción de retícula, bocetaje, mancha tipográfica, uso de márgenes, la anatomía de la página, formato, acabados, técnicas de impresión, entre otros.

¿Para qué?

Para contribuir con la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, a través del diseño de material gráfico, para fortalecer el aprendizaje del diseño editorial en los estudiantes y favorecer los procesos de enseñanza - aprendizaje a través de la gestión de contenidos y así vincular la teoría con la práctica para que la enseñanza en los estudiantes sea más significativa.

¿Con qué?

A través de la gestión y mediación de contenidos sobre el diseño editorial, copilados en un libro impreso y/o digital que sirva como material de apoyo para los estudiantes.

Otro materiales: Cuadernillo de ejercicios editoriales para estudiantes. Esto va servir para ejercitar los criterios desarrollados en el contenido del libro.

¿Con quién?

Involucrados directos: En el proyecto se ven involucrados diferentes personas que se ven beneficiados con el proyecto, tales como: el grupo objetivo, conformado por estudiantes de 8vo semestre de la Licenciatura en Diseño Gráfico y catedráticos que imparten la asignatura de Diseño Visual 7. También se ve apoyado por: la jefa directa y tercera asesora, cuarto asesor, asesora gráfica y asesora metodológica.

Involucrados Secundarios: Estudiantes de la Licenciatura de Diseño gráfico que formar parte de otros semestres en los cuales podrían usar el material de apoyo para alguna asignatura que requiera conocimientos editoriales.

¿Cuándo?

El proyecto se pondrá en práctica en el segundo semestre, en los meses de julio, agosto, septiembre, octubre y noviembre del año 2018.

¿Dónde?

El proyecto se desarrollará dentro de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

CONCEPTO
CONCEPTO
CONCEPTO
CONCEPTO
CONCEPTO

**Proceso de definición
de concepto creativo.**

**CREATIVO
CREATIVO
CREATIVO
CREATIVO
CREATIVO**

Proceso creativo

El proceso creativo es una secuencia de pasos que ayudan a encontrar y establecer soluciones de un problema de comunicación. Se utilizan técnicas creativas para encontrar el insight y el concepto creativo para la pieza a diseñar y así establecer códigos visuales que cumplan y se vean reflejados con ese concepto.

Técnicas creativas

Las técnicas creativas, como lo menciona Lupton (2011) nos ayudan a darles forma externa a nuestras ideas que permite visualizarlas de diferentes maneras utilizando diferentes métodos, ayuda compararlas entre sí y poder hacer una selección objetiva y crítica, permite ordenarlas y combinarlas.

Las técnicas que se muestran a continuación fueron seleccionadas para establecer el insight del grupo objetivo y definir el concepto creativo que dará lineamientos gráficos para la pieza a diseñar.

Mapa de empatía

El mapa de empatía se utilizó para entender qué piensa, qué escucha, qué cree y qué ve el grupo objetivo. Además de analizar sus miedos y sus fortalezas. Esta información se obtuvo con una investigación de observación y platicando cercanamente con algunas personas pertenecientes del grupo objetivo.

En el mapa de empatía se pudo recopilar los siguientes aspectos: Los estudiantes usualmente se estresan mucho por la universidad ya que algunos de ellos buscan ser mejores diseñadores y ser competencia ante los demás. Tienen metas claras como graduarse y ser un profesional capacitado para el mundo laboral y tratan de estar al pendiente de lo que se está realizando en el mundo de diseño, entre otros. Estos aspectos y más sirvieron como análisis para empezar a entender mejor al grupo objetivo y obtener luces de posibles *insights*. Para ver la técnica empleada ver **anexo 01**.

Relaciones forzadas

Lupton (2011) menciona que las relaciones forzadas + son una asociación forzada entre dos conceptos o palabras que no tienen nada que ver entre sí y se buscan vínculos entre ellos para crear conceptos frescos y novedosos. Para esta etapa se utilizó las relaciones forzadas vinculando la palabra "editorial" + la palabra al azar "camino".

| EDITORIAL | CAMINO |
|--------------|--------------|
| Reticula | Espacio |
| Márgenes | Límites |
| Composición | Distribución |
| Procesos | Secuencias |
| Tipografía | Señales |
| Columnas | Bloqueos |
| Texto | Calles |
| Letras | Detalles |
| Libro | Orden |
| Color | Explorar |
| Visual | Señalética |
| Construcción | Destino |

Se realizó las relaciones forzadas, obteniendo primicias de posibles insights y conceptos, esto siendo apoyado con el análisis obtenido de la técnica del mapa de empatía.

Visual + Explorar

El diseño editorial es un camino que necesita ser explorado y su composición de elementos dentro de la retícula debe formar un impacto visual. "Los diseñadores somos cazadores visuales y cuando los encontramos, los sabemos porque lo sentimos" Este insight hace referencia al momento que los diseñadores entran en un sentido de cazadores y exploradores de elementos y de códigos visuales para generar impacto visual en sus diseños.

Proceso + Bloqueo

Todo diseño tiene un proceso creativo y gráfico. Dentro de este proceso se pueden encontrar caminos fáciles o difíciles, caminos despejados o con barreras bloqueando el paso. Esto es una analogía de el proceso creativo que se realiza a la hora de diseñar. En todo proceso de diseño siempre se van a encontrar bloques creativos en los cuales como diseñadores se debe saber como salir de ahí y resolver de una manera exitosa el problema planteado.

Construcción + Secuencia + Destino

La construcción de la retícula lleva un proceso con una secuencia de pasos, en el cuál cada paso hace que la retícula se vuelva más eficiente. Esto es un tipo de evolución que creando una analogía, el estudiante diseñador pasa por una evolución como profesional en todo su transcurso de la carrera. Según el análisis del mapa de empatía los estudiantes buscan llegar a ser profesionales, por lo cuál la evolución es un factor importante en su carrera.

Partiendo de la premisa de "proceso + bloqueo" se prosigue a desarrollar de mejor manera el insight. Esta opción fue escogida ya que es un factor que afecta a la mayoría de los diseñadores a la hora de diseñar. Es un común denominador en el grupo objetivo. Y siendo reforzado con el análisis del mapa de empatía, donde se estableció que los estudiantes se estresan en su vida universitaria ya que dentro el proceso de diseño tienden a tener dificultades para resolverlo, estas dificultades se podría afirmar que son los bloqueos creativos o visuales.

El insight se construye en base a la experiencias del grupo objetivo. El bloqueo creativo es un factor que más afecta a los creativos y diseñadores por lo que los obliga a buscar técnicas o formas de salir de ese bloqueo.

Mapa mental

Luego de definir la idea del *insight*, utilizando la primicia de "procesos + bloqueos", se prosigue a realizar un mapa mental. Como lo comenta Lupton (2011) los mapas mentales son una forma de indagación mental que permiten explorar rápidamente un concepto o tema definido. Se inicia con una palabra clave y se descompone de tal manera que se pueda sacar de él nuevos conceptos.

En este caso se seleccionó una palabra clave de la primicia del *insight* para establecer el concepto creativo del proyecto. Se seleccionó la palabra "bloqueo" y se descompuso con el fin de encontrar las palabras claves para el concepto. Las palabras claves más sobresalientes como resultado de esta técnica fueron las siguientes:

1. Salida
2. Resolver
3. Escape
4. Solución
5. Desafío
6. Reto
7. Cambio
8. Nuevo camino

Se analizaron las palabras claves y se seleccionó la palabra "escape" ya que es un antagonista de la palabra clave del *insight* "bloqueo" por lo que se podría decir que cuando se está en la situación del bloqueo creativo, se busca la forma de escapar de ahí y lograr salir. . Esto ayudó a darle una mejor solidez al *insight* y por ende, establecer el concepto para el proyecto.

Investigación

Partiendo de la palabra clave seleccionada en la técnica del mapa mental, se prosiguió a realizar una investigación para conocer el origen de la palabra y así terminar de definir el concepto creativo. Se encontró que la palabra "escape" se deriva de la palabra escapismo. La palabra escapismo es una técnica que utilizaban los ilusionistas para distraer a su grupo objetivo por medio de efectos visuales los cuales los ayudaban a salir del acto. (Porto, J. 2010) El escape es un acto de supervivencia de una situación donde se está encerrado o bloqueado.

Esta síntesis investigada ayuda a determinar de mejor manera el concepto creativo que sale de la esencia del *insight* del grupo objetivo, la forma de escape del bloqueo creativo.

Insight
Insight
Insight
Insight
Insight

“

**CUANDO SIENTO QUE MIS IDEAS
NO FLUYEN, ME DOY CUENTA
QUE ES PORQUE ESTOY BLOQUEADO.
BUSCO LA FORMA DE SALIR DE AHÍ.**

”

Concepto creativo

Escape Visual



El concepto "Escape visual" sale como respuesta del insight *"cuando siento que mis ideas no fluyen, me doy cuenta que es porque estoy bloqueado. Busco la forma de salir de ahí"* haciendo referencia al proceso creativo y estético de diseño editorial. Muchos de los estudiantes del grupo objetivo desconocen aspectos técnicos en el desarrollo del diseño editorial que hace que se produzcan "bloqueos" en el proceso. El material de apoyo establecido como proyecto busca ser el escape visual para los estudiantes de diseño para revolver de una manera profesional el diseño editorial.

La palabra "visual" en el concepto, hace referencia a los antecedentes de la palabra "escape", que como se mencionó antes, los ilusionistas usaban el efecto óptico visual para distraer al público y mostrarles una salida. En diseño gráfico, todo es visual y es un pilar importante en la profesión. Amarrándolo al concepto y al insight, el material de apoyo será una ayuda visual para los estudiantes, para que puedan consultar diferentes temas y así poder escapar de su bloqueo.

El grupo objetivo tiene muchas formas de salir de su bloqueo, cada quien a su manera encuentra la técnica para escapar de ahí. Para saber esto se realizó una encuesta al grupo objetivo para conocer las formas que ellos realizaban para salir del bloque creativo (**Ver anexo 02**). Analizando los resultados, se creó una analogía para ilustrar de mejor forma el escape visual. Se utilizó la figura del laberinto ya que tiene muchos caminos pero solo una salida, al igual que la forma de trabajar del grupo objetivo. Utilizando esta primicia, los códigos visuales aplicados en el desarrollo del proyecto serán dirigidos bajo las formas y recorridos de un laberinto.

El laberinto como representación gráfica del "Escape visual" también se aplica dentro el desarrollo del diseño editorial. La composición de la mancha tipográfica dentro la retícula crea una lectura visual formando un recorrido visual óptico en forma de laberinto. Las columnas también son una forma metafórica de un laberinto donde los elementos se componen empleando formas y recorridos diferentes. El laberinto también representa un reto, por lo que el buen desarrollo del diseño editorial debe ser un reto con un fin exitoso para el grupo objetivo.

Propuesta de códigos visuales

Para establecer las propuestas de códigos visuales aplicados para el proyecto, se realizó una encuesta (ver anexo 03) con el fin de conocer la cultura visual del grupo objetivo y así establecer códigos visuales orientados a su cultura.

Código Tipográfico

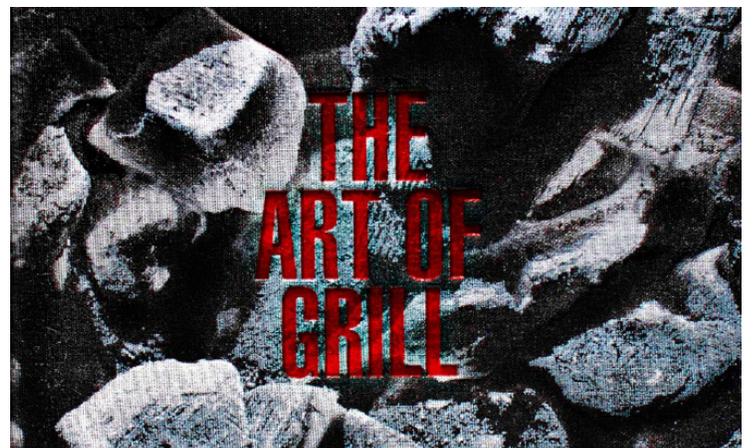
Según el análisis de los resultados de la encuesta realizada, se puede afirmar que el grupo objetivo tiene una inclinación por tipografías sans serif grotescas, decorativas y humanísticas. Esto ya que el grupo objetivo considera que son legibles a cualquier escala, a excepción de las decorativas, que deben usarse a gran escala. Las tipografías humanísticas y grotescas las consideran adaptables para titulares y cuerpo de texto. Se usará tipografías decorativas o display para los títulos y tipografías grotescas para el cuerpo de texto.



Código cromático

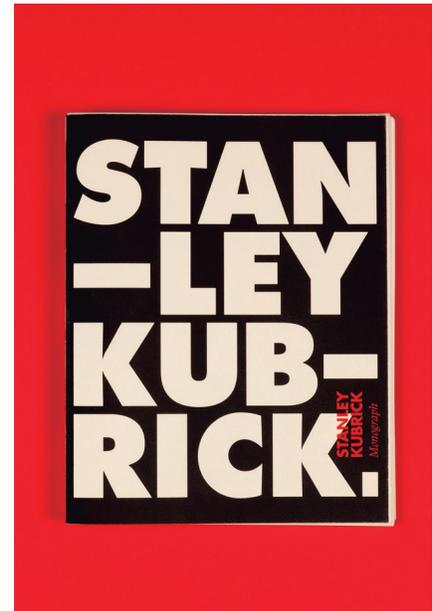
El grupo objetivo se inclina por colores cálidos para su preferencia. Ya que según comentarios, los colores cálidos atraen más su atención por el fuerte contraste que tiene con algunos colores fríos. Usualmente prefieren la predominancia de colores cálidos en una paleta de colores y un color frío para hacer contraste. Investigadores y científicos concuerdan que el ser humano tiene una inclinación por los colores cálidos ya que estimula fácilmente nuestro cerebro. (Robson, D. 2014) Por lo que la paleta de colores del proyecto se inclinará con esta gama de colores para generar impacto en el grupo objetivo.

Los colores cálidos, el rojo para ser exacto, tiene la finalidad de dirigir la mirada del usuario hacia partes importantes en una publicación. Además, según la psicología del color, significa: fuerza, pasión, éxito, liderazgo y atracción.



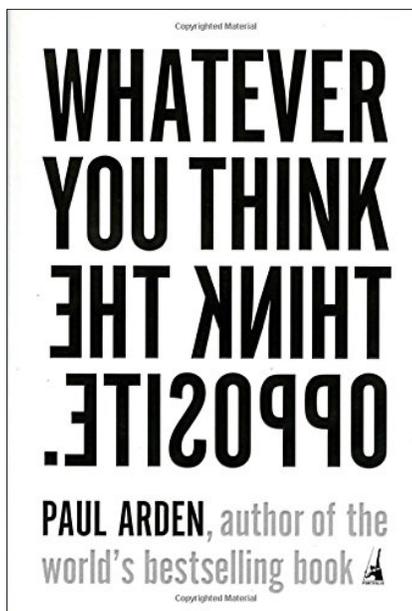
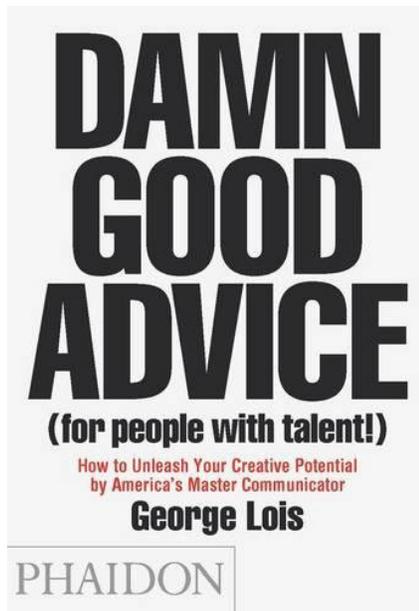
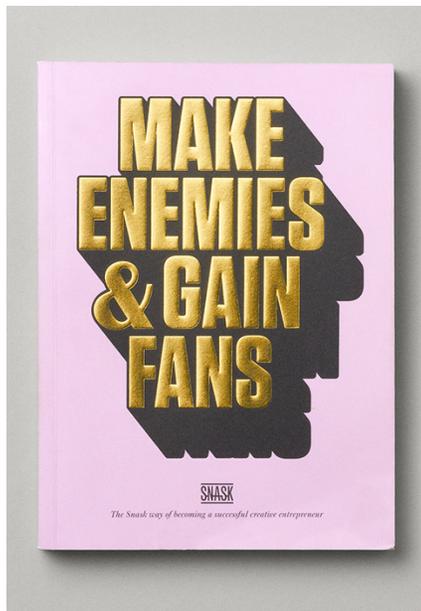
Códigos de composición y retícula

El grupo objetivo tiene una preferencia por el uso tipográfico como elemento gráfico principal en una pieza editorial ya que consideran que genera más impacto visual. Se toma en cuenta esta primicia para el diseño de la portada del libro, utilizando una retícula modular para su composición.





En los interiores, el grupo objetivo se inclina por una retícula de múltiples columnas, de entre 3 a 5 columnas. Consideran más llamativo jugar con los espacios en la columna para distribuir texto y las imágenes compuestas entre el texto en páginas separadas. Se podría utilizar retícula compuestas, que es la combinación de retículas simétricas y asimétricas. Esto hace que la composición de los elementos sea experimental y se pueda jugar con la lectura visual del usuario.



Para el título del libro se utilizará el humor como gancho para atraer al grupo objetivo. Según los estudiantes consideran que los libros con este tipo de títulos son más memorables para ellos. Como se mencionó en el marco teórico, Pirowicz, D. (S.f) menciona que el humor es utilizado en la enseñanza para enseñar de una diferente forma a los estudiantes, temas que se con difíciles de entender. Por lo que se considera una buena primicia ya que por un tema editorial y por tener muchos aspectos técnicos, se utilizará el humor en el título del libro para atraer al grupo objetivo y así les interese leer y utilizar el material de apoyo.

Código de formato y tamaño

El grupo objetivo se inclina por un formato cuadrado y/o vertical para el libro, ya que según la encuesta, este tipo de formato lo consideran cómodos para la lectura y fáciles de transportar. Esto es reforzado con lo que se investigó en el marco teórico y como lo menciona Ambrose & Harris (2008) sobre los tipos de formato, afirmando que el formato de 8vo Medium (9 x 6.8 pulgadas) por su aspecto vertical puede ser una buena opción para el grupo objetivo ya que por cuestiones de lectura y de poder sostenerlo a la hora de estar en contacto con el material, es cómodo y práctico.



Nombre del proyecto

Para establecer el nombre del libro del proyecto se realizaron diferentes técnicas como mapa mentales y relaciones forzadas. Se tomaron en cuenta la información recaudada de la encuesta y se decidió utilizar el humor como un factor de atracción.

Técnicas creativas

Mapa mentales

Se realizó nuevamente la técnica de mapa mental para poder determinar el nombre de la publicación editorial a diseñar. Es importante saber que el nombre es la identidad que va tener el libro, por lo cuál debe construirse pensando que será una marca plasmada en una portada. Se realizaron 2 mapas mentales con 2 palabras claves para luego con las palabras descompuestas. Las palabras escogidas fueron "Editorial" y "Laberinto".

Se deribarón las palabras de ambos mapas mentales para adquirir nuevas palabras que pudieran funcionar como primicias para el título del libro. Se seleccionaron 5 palabras por mapa mental. Las palabras seleccionadas fueron las siguientes:

| Mapa mental "Editorial" | Mapa mental "Laberinto" |
|-------------------------|-------------------------|
| 1. Medianil | 1. Salida |
| 2. Retícula | 2. Camino |
| 3. Limite | 3. Paraíso |
| 4. Módulos | 4. Líneas |
| 5. Frases | 5. Reto |

Relaciones forzadas

Partiendo de la selección de las 10 palabras, se prosigue a realizar relaciones forzadas entre ellas para obtener opciones de títulos.

1. *Medianil + Camino*

El medianil es el espacio entre columnas en una retícula que forma calles o caminos entre sí. Esto es una analogía de un laberinto ya que el laberinto también contiene dos paredes que forman un camino.

Propuesta de título No.1: "Entre medianiles"

2. Retícula + Paraíso

Se realizó una investigación rápida de los antecedentes de la palabra "laberinto" y se encontró que existen libros como: *La señora de los laberintos* (por Karl Schroeder, 2014) que mencionan que al final del laberinto hay un "paraíso". Se creó una analogía partiendo de este pensamiento y se concluyó que llegar al paraíso es llegar a la meta o llegar a la solución ideal. En diseño llegar al paraíso puede ser llegar a tener un diseño exitoso.

Las retículas son un factor importante en el diseño editorial, sin ellas, un estudiante o principiante no puede diseñar. Realizando una asociación forzada con estos dos pensamientos, se realizó una metáfora de la novela de Gustavo Bolívar "Sin tetas no hay paraíso", y se orientó al desarrollo del diseño editorial, dándole así, la importancia necesaria al elemento más importante en editorial, las retículas.

Propuesta de título No.2: "Sin retículas no hay paraíso"

Validación

Se realizó una validación con el grupo objetivo para saber cuál de las dos opciones de títulos (Entre medianiles y Sin retículas no hay paraíso) les llamaba más la atención para un libro de diseño editorial (**ver anexo 04.**)

El título "Sin retículas no hay paraíso" fue el título con más reacciones positivas ya que para los estudiantes era chistoso y memorable y les recordaba la novela de Gustavo Bolívar. El 70% del grupo objetivo lo considera muy bueno para el diseño editorial ya que entendieron que le daba la importancia al uso correcto de la retícula. Creían que es original y les llama la atención saber de que "paraíso" se habla. Por lo cual, se pudo confirmar que los estudiantes se inclinan por títulos con humor, ya que se les hace llamativo y memorable y "Sin retículas no hay paraíso" cumple con esos aspectos.

"Sin retículas no hay paraíso"

El título seleccionado para la publicación es "Sin retículas no hay paraíso" ya que el 75% del grupo objetivo recibe de forma positiva la opción. Este título acompaña al concepto creativo "escape visual" ya que en diseño editorial si no se usa de una forma correcta las retículas no se tendrá el "paraíso", como metáfora de un buen diseño. Las retículas son el cimiento de cualquier publicación editorial y es lo que el título del libro quiere comunicar al lector. Además de utilizar el humor, hay una conexión rápida entre las palabras, es fácil de pronunciar y crea un insight en las personas. Responde a la forma visual del laberinto ya que, como se mencionó antes, al final del laberinto siempre hay una salida y llegar a ahí hace que esa salida o escape se convierta en un "paraíso".



Producción Gráfica

79

1

Nivel uno de visualización

Objetivos

1. Evaluar utilizando un instrumento de autoevaluación, la primera fase de la producción gráfica con un enfoque objetivo y crítico.
2. Depurar y seleccionar ideas de propuestas que comuniquen de mejor forma el objetivo y conduzcan a una posible solución de diseño.

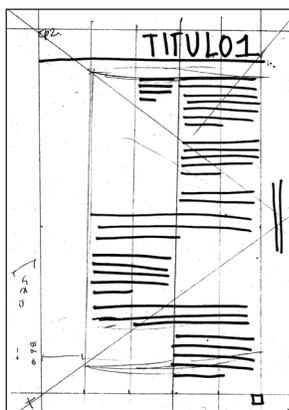
Proceso

Para establecer el número de columnas, la composición de elementos y el estilo de la mancha tipográfica para el libro del proyecto se bocetaron alrededor de 8 bocetos a mano de la retícula de las páginas primarias basándose en el concepto creativo.

Se analizaron los bocetos y se escogieron 5 de ellos. Esos 5 bocetos de retículas fueron evaluados con el instrumento de autoevaluación y así poder determinar los 3 mejores. El libro tendrá un tamaño de 9.20 x 6.5 pulgadas, (Formato 8vo Medium) ya que según autores como Ambrose & Harris (2008) lo consideran un formato cómodo para manejarlo a la hora de la lectura.

Luego de analizar las 3 opciones de bocetos para la página maestra, se escogieron 2 opciones para realizar la serie de páginas secundarias y terciarias. Se decidió por la opción 01 y la opción 03, ya que representan mejor el concepto creativo de "Escape Visual". También porque aportan ritmo y dinamismo a la página y la lectura visual es fluida.

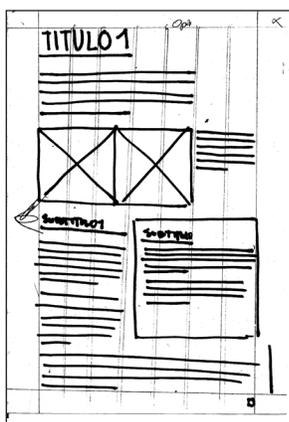
Bocetos de página primaria



01.

Esta propuesta de retícula está basada en 5 columnas, con un margen de 0.75 de pulgada interior y exterior y 0.5 de pulgada inferior y superior.

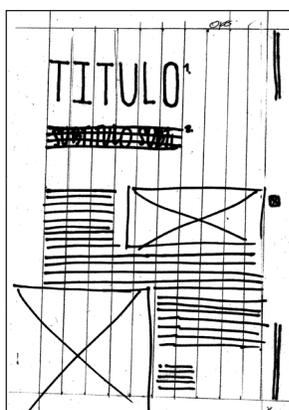
La diagramación hace referencia al concepto creativo, formando con bloques de texto la forma de un laberinto. El texto abarca 2 columnas hasta 4 columnas. Se coloca una jerarquía con marcas gráficas, donde se puede observar: título, entradillas, texto, marcadores y numerales. En esta propuesta las imágenes irán colocadas en otra página y nunca intervenidas con el texto en la página primaria.



02.

En el boceto no.2 los márgenes están colocados desde la misma manera, 0.75 interior y exteriores, 0.5 inferior y superior. Está compuesta por 7 columnas, lo cuál da mucho más opción de distribución de los elementos dentro la retícula.

La mancha tipográfica se divide en niveles de jerarquía, título, subtítulos, texto, notas informativas, el marcador y numeral. Los textos abarcan entre 3, 5 y 7 columnas, formando un efecto de ilusorio de laberinto. El texto es intercalado con imágenes para reforzar el contenido expuesto y la opción de colocar "fun facts", recordatorios o notas importantes dentro su composición que abarca 4 columnas de la retícula. Esto hace que la diagramación sea dinámica.

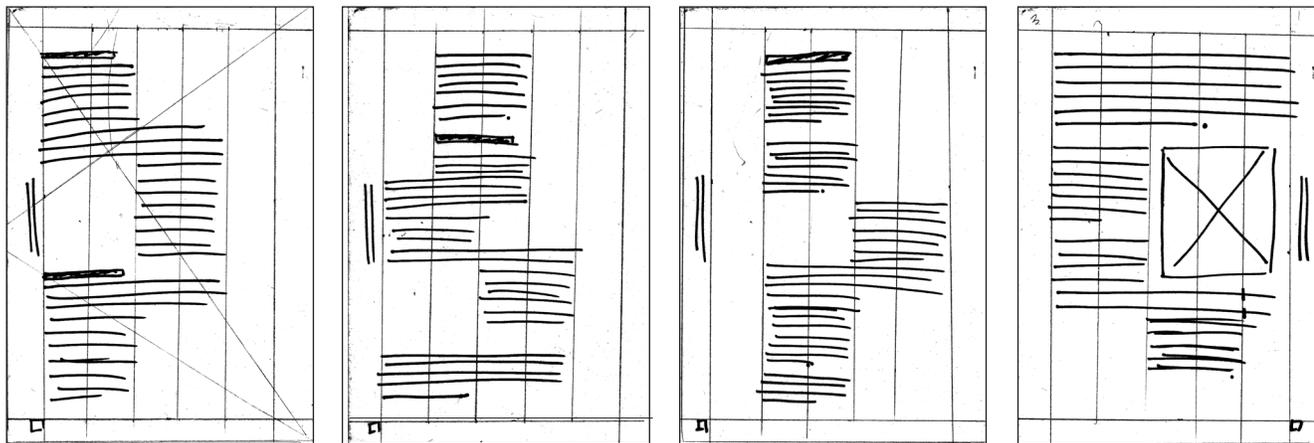


03.

Márgenes 0.75 interior y exteriores, 0.5 inferior y superior. Está compuesta por 9 columnas. Tres niveles de jerarquía, título, subtítulo y texto. La composición de textos abarca 3, 4 y 9 columnas de texto.

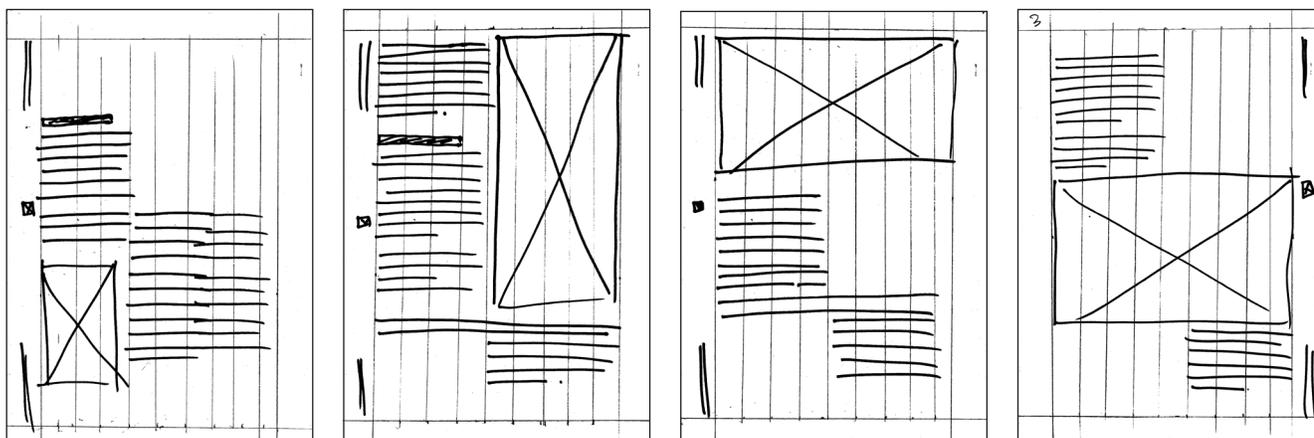
Los bloques de texto son cortados con imágenes. Esto forma un recorrido visual de laberinto en el texto. Hay dos tipos de marcadores: el de arriba muestra el tema del cual se está leyendo en ese momento y el de abajo tiene el título del libro. En esta propuesta encontramos el numeral colocado un poco más arriba de la mitad de la página por cuestiones de visibilidad y que cuando el usuario agarre el libro, no lo tape con su dedo pulgar.

Bocetos de página secundaria y terciaria



Secundarias y terciarias de boceto 01

Esta propuesta de diagramación se inspira en el movimiento y fluidez de un laberinto, como objeto principal del concepto creativo "Espace Visual". La mancha tipográfica irá modificándose en el espacio y generará una lectura visual dinámica. Los subtítulos se presentan con misma tipografía del cuerpo de texto, con un cambio en su peso tipográfico. Dentro de la diagramación se encontrarán "entradillas" o cortes de párrafos con frases celebres de diseñadores reconocidos.



Secundarias y terciarias de boceto 03

Esta propuesta se encuentran los mismo elementos que la anterior, solo que su distribución es diferente. Acá podemos observar que se incluyó imágenes dentro de la misma página con el texto que en la anterior no pasaba. El cuerpo de texto sigue respaldado el concepto creativo y la forma de un laberinto. Los marcadores y el número de página se componen de diferente manera dándole peso a los bordes del márgen.

Bocetos de portada

Adicionalmente del boceto de los interiores, se bocetaron las posibles portadas para del libro. Las portadas se basan en el concepto creativo, jugando con tipografía, distribución de texto y formas.



A.

Esta propuesta está basada en la en el juego de palabras y líneas que de forma óptica crea el recorrido de un laberinto. Se utilizó la técnica de repetición como código de la gestalt para que el título del libro jugara con el recorrido de las líneas.

Las líneas juegan con los espacios al igual que en el editorial se juega con lo elementos para crear buenas composiciones, y las líneas del laberinto son representaciones de columnas y líneas de texto.



B.

Este boceto hace referencia, igual a laberinto pero estructurado en una retícula más notoria haciendo énfasis que Sin Reticulas No Hay Paraíso. La composición se encuentra diferente, las retículas forman bloques sólidos que crean formas de laberinto. En esta propuesta la retícula es visible.



C.

Este boceto, sale un poco de lo demás y hace referencia a ese momento en el cual nos bloqueamos, arrugamos el papel y lo tiramos. Representa una foto con un papel arrugado con el título del libro, haciendo referencia que Si, sin retículas no se puede diseñar, no se puede tener ese paraíso. Es una composición limpia donde el centro de atención sería la fotografía, acompañado de una frase para cerrar la intención del libro.

Autoevaluación

La validación en esta fase se realizó con el método de autoevaluación utilizando el instrumento del cuadro de autoevaluación donde se pueden evaluar aspectos objetivos de las propuestas de diseño realizado. Los criterios evaluados con la autoevaluación fueron los siguientes: memorabilidad, pertinencia, abstracción, fijación, legibilidad, uso de tipografía, uso de colores e identidad visual. Estos aspectos fueron evaluados por cada propuesta gráfica, siendo objetivo con cada elemento en el boceto y teniendo en cuenta el concepto creativo. Este cuadro de autoevaluación consiste en colocar un punto de 1 a 5 pts en cada aspecto mencionado antes. La suma de estos puntos da un resultado final el cuál se toma en cuenta para la selección. Se realizaron 2 autoevaluaciones, uno para los bocetos de la portada y otro para los bocetos de las páginas internas. **Ver anexo 07** para ver el instrumento utilizado.

Perfil del informante

Nombre

Pablo Andrés Higueros López

Edad

24 años

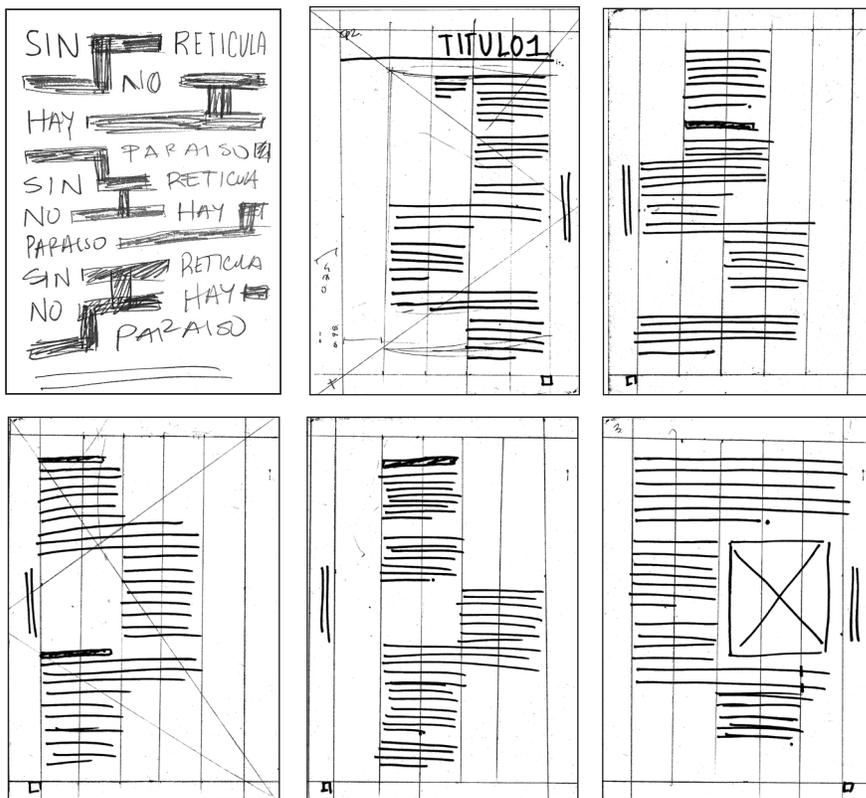
Ocupación

Estudiante del 10mo semestre
de la Licenciatura en Diseño Gráfico, USAC.

Conclusiones 1er nivel

Tras realizar la autoevaluación en las piezas bocetadas, la acumulación de puntos dio como resultado la selección de las piezas para llevarlas al 2do nivel de bocetaje. En la portada, la opción A fue la seleccionada ya que tuvo un punteo de 33 puntos. Según esta evaluación, esta opción de portada es pertinente ya que guarda relación con el tema que se está tratando y el concepto creativo que se está manejando. Tiene fijación ya que por su composición lineal crea un efecto ilusorio como es un laberinto. Crea una composición dinámica y mantiene el ritmo con la repetición del título lo que hace que sea una portada llamativa y fresca. Esto hace que sea una portada atractiva para el grupo objetivo y por ende, memorable.

En las páginas primarias, secundarias y terciarias, la opción 01 fue la que obtuvo el punteo más alto, con 34 puntos. Esta opción fue la mejor evaluada ya que por su composición del texto es atractiva y pertinente porque respone al concepto creativo. Esto hará que sea una publicación fácil de leer e interesante, un cuerpo de texto dinámico y no los bloques tradicionales. Sobretudo, utilizar la composición del texto para llevar un recorrido visual fluido y pensado en todo el contenido del material de apoyo. La portada e interiores tiene una relación gráfica entre ellas lo que fortalece la identidad visual del material editorial.





Nivel dos de visualización

Objetivo

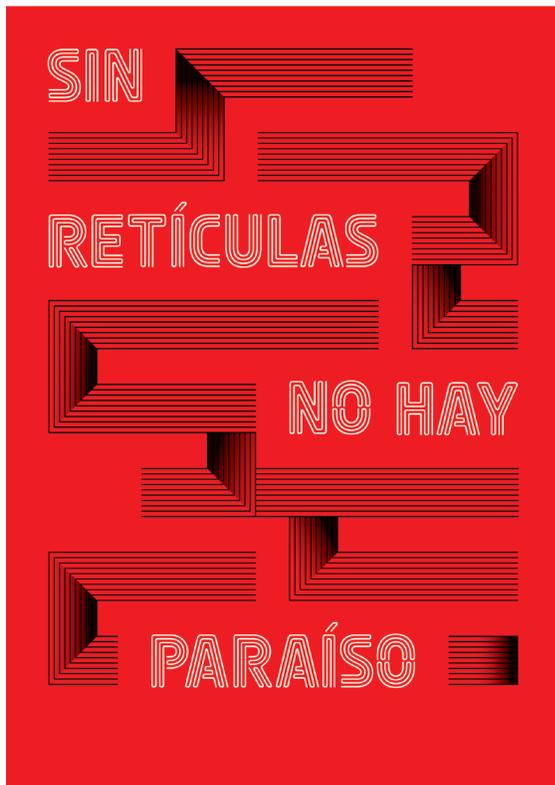
1. Evaluar utilizando un instrumento de validación, el segundo nivel de bocetaje con profesionales en diseño gráfico.
2. Validar aspectos técnicos en desarrollo del diseño del proyecto.

Proceso

Partiendo de la selección de los bocetos del nivel 1, se prosigue a la visualización nivel 2 donde se digitalizan las opciones empleando los códigos visuales establecidos. Se realizan bocetos digitales de portada y la maquetación del contenido gestionado en las páginas internas seleccionadas.

Para este nivel de visualización se realizó la validación con expertos en el área de diseño especializados en branding y diseño editorial para evaluar aspectos técnicos como: Legibilidad tipográfica, uso de retículas, calidad gráfica, uso de paleta de colores, uso de marcadores, etc. La validación se realizó en la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Para esta fase se realizó un prototipo para evaluar aspectos como el formato y tamaño.

Bocetos digitales



PORTADA - OPCIÓN 01



PORTADA - OPCIÓN 02

Portada

Para la propuesta de la portada se buscó resaltar el concepto creativo mediante los códigos visuales empleados. Se utilizó una retícula modular de 5 columnas y 6 filas. Para ambas opciones se utilizaron el rojo como color predominante y se utilizó de forma sólida. Esto para que tuviera un impacto visual en el usuario. El título del libro se compuso en 4 líneas creando un recorrido visual.

La opción 1 de la portada contiene sombras en la gráfica, creando un efecto óptico de volumen en el laberinto. La opción 2, en cambio, muestra el laberinto sin sombras generando un diseño más plano y limpio.



THE NEW YORK TIMES MAGAZINE
 Diseño de spread para la revista de The New York Times Magazine edición especial de "Vida por encima de 800 pies en New York". Podemos ver como la tipografía habla por sí sola y comunica perfectamente el concepto de esa edición. Utiliza una tipografía condensada y con la palabra "UP" (arriba) demuestra las diferentes alturas de los edificios en New York.

Sin retículas no hay paraíso

TIPOGRAFÍA

Principios básicos de la tipografía en el diseño editorial

La tipografía existe para honrar y fortalecer el contenido

La tipografía es un arte, es la expresión visual del lenguaje. Es un arte por lo cual se pueden aclarar, honrar y compartir significados de un texto (o su ausencia de significado), o por lo contrario, disfrazarlos adrede. Pero como cualquier otro arte, de forma deliberadamente puede darse un uso incorrecto. Por eso debes tomar en cuenta el verdadero uso de la tipografía.

Robert Bringhurst comenta en su libro "Elementos del estilo tipográfico" que la tipografía debe llamar la atención hacia sí misma antes de que alguien la lea. Uno de los principios de la tipografía es que sea duradera y acompañado de esa durabilidad, está la legibilidad de la misma para que el lector pueda entender claramente el mensaje. La tipografía aporta y le da una energía vital a la página ya que de lo contrario su objetivo en el contenido y en la página se perdería.

Entonces debes tener en cuenta que la tipografía tiene su valor y dicho valor le da más valor a una pieza editorial, a una página o póster dependiendo el caso. El poder de la tipografía es enorme y dependiendo de su uso puede llevarnos al éxito o al fracaso. Al fin y al cabo, la tipografía es parte de un contenido ya que aporta legibilidad y estilo al mensaje. Recuerda, la tipografía existe para honrar al contenido.

Sin retículas no hay paraíso

Páginas primarias

Para la propuesta de las páginas primarias se utilizó una retícula de 5 columnas. Se estableció que siempre las páginas primarias inician del lado derecho y del lado izquierdo se encuentra un caso análogo o imágenes de referencia.

La jerarquía tipográfica está compuesta por el título del tema a abordar, luego una entradilla que esta que está constituida de frases de autores en diseño editorial que hablen del tema que se está leyendo. Se utilizó el color rojo para resaltar y atraer el ojo del lector al título y a la entradilla. El cuerpo de texto está diagramado en forma de laberinto, jugando con la anchura de la columna, empezando con 2 columnas, luego se expande a 4 y luego regresa a 2. Esto para crear ritmo y dinamismo en la lectura visual. En el tema de "retícula" (la gráfica de la siguiente página) se utilizó los colores de forma inversa para resaltar la importancia del tema.



BE SKATEBOARDING MAGAZINE
Diseño gráfico y dirección de arte por Jorge León. Barcelona, España.

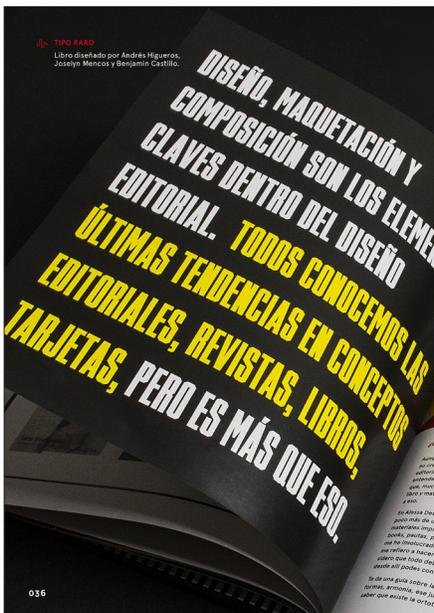
RETÍCULA

La retícula es una de las herramientas más importantes en el diseño editorial. Vale la pena asegurarse que esté bien desde el principio. Lakshmi Bhaskaran, 2006.

La retícula es el marco básico en que se crea y compone un diseño. Es una herramienta que nos proporciona lineamientos para tener una buena estructura de los elementos que forman y son parte de la anatomía de un diseño, como tipografía, texto, imágenes, entre otros. Para que una retícula sea eficaz es importante conocer todas las características que tiene para poder crearlas y utilizarlas. Los tipógrafos, diseñadores y fotógrafos utilizan la retícula para resolver problemas visuales en dos y tres dimensiones. Esto nos ayuda a componer de mejor forma libros, folletos, catálogos, etc. Una retícula le da el orden al diseño y el orden refuerza la credibilidad de la información y genera confianza en el usuario o lector. Existen muchas formas para utilizar retículas para lograr un diseño dinámico, creando diferentes proporciones, movimiento, jerarquías y puntos de atención intencionales.

Debes recordar que la retícula es algo fundamental en todo tipo de diseño (SI, en TODO tipo de diseño) está presente desde la creación de una etiqueta o una tarjeta de presentación hasta una valla publicitaria. Las retículas son esa base nos llevarán a tener un diseño con éxito, nos llevarán al paraíso del buen diseño.

Sin retículas no hay paraíso



TIPO RARO
Libro diseñado por Andrés Higuero,
José y Benjamín Castillo.

TEXTO

Las letras forman palabras
y las palabras forman frases

Ellen Lupton, 2010.

Componer texto

Se le llama texto a la secuencia continua de palabras que se diferencia de los titulares, subtítulos y epígrafes, entre otros. El bloque principal de información también se le llama cuerpo de texto y abarca todo el grueso del contenido. También se le puede llamar texto corrido y se refiere al texto que fluye en una página, columna o caja de texto. Lupton (2010) menciona que el texto puede ser sólido o líquido y cuerpo o sangre. Esto quiere decir el texto puede contemplarse como una cosa u objeto firme y sólido o con movimiento entre imágenes.

Por lo general, los diseñadores tratan el cuerpo de texto de forma consistente, y le dan una apariencia coherente en el transcurso de los espacios del documento o página. En el aspecto de texto en lo digital, los textos largos suelen dividirse en secciones mucho más pequeñas que la forma impresa.

Esto porque ayuda a su fácil búsqueda o vinculación por hipertextos. Algo que ayuda mucho al lector es incorporar atajos o dividir los bloques de textos. Esto genera rutas alternativas entre una gran masa de contenido o de información.

Podemos usar mecanismos tipográficos que ayudan al lector a navegar por el contenido, como lo son las sangrías para señalar la introducción a un párrafo, por ejemplo. Aunque el fin de la tipografía sea mejorar la legibilidad del texto, en diseño editorial debes tomar en cuenta cada elemento y función tipográfica para que el usuario no lea por gusto el material editorial.

Sin retículas no hay paraíso



Páginas secundarias y terciarias

Para las página secundarias y terciarias se utilizó una retícula de 5 columnas y se continuó con el juego de la anchura de columna para el recorrido visual. Las páginas son intervenidas por casos análogos, ejemplos y referencias de los temas abordados. Los casos análogos contienen un párrafo de análisis sobre su aportación al diseño y créditos. Se utilizó 2 colores sólidos en páginas selectivas para variar la secuencia y evitar la monotonía.

Selección tipográfica

Forma y contraforma

En el diseño editorial es importante conocer las letras desde su forma y por ende, su contraforma porque nos desarrolla una sensibilidad en la observación en la selección de tipografías y así determinar para qué se utilizarán.

La forma y contraforma hace referencia a la parte negra de la letra y su espacio negativo (el espacio en blanco). Cuando las letras se unen para formar palabras, la contraforma también incluye los espacios entre cada letra.

Esto es un aspecto importante a considerar ya que cuando compones un texto, tu grado de destreza al manejar las contraformas determinará la armonía con que las palabras forman un conjunto; en otras palabras, la facilidad con que podemos leer el texto que se ha formado.



Helvetica - Bold



Blak - Bold

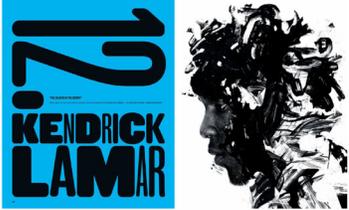
Sin retículas no hay paraiso

Selección tipográfica

Contraste

Uno de los principios más escuchados en diseño se puede aplicar directamente al diseño editorial y en este caso a la selección tipográfica. En una tipografía, básicamente se refiere a la diferencia de grosor entre las astas verticales y las horizontales. Una buena tipografía debería resistir varias producciones de fotocopias, por lo que debe ser robusta sin ser gruesa.

Cuando se habla de la combinación de 2 tipografías se pueden hacer varias combinaciones de contraste, por ejemplo: pequeño + orgánico/grande, delgado + grueso, serif + sans serif, entre otros.



12. THE NEW YORK TIMES MAGAZINE / THE MUSIC ISSUE

The New York Times diseñó una revista edición especial impresa y digital sobre 25 canciones de moda. El diseño está basado en carteles gigantes, uso de color brillante y contrastante y tipografía en negra. Podemos ver que claramente utilizaron un contraste de pesos de ligados y gruesos lo cual crea un efecto visual con mucha armonía. Cada letra tiene su protagonismo y toda la composición hace juego con la imagen del retrato del artista.

Sin retículas no hay paraiso

024
025

Selección tipográfica

Composición tipográfica

El componer los tipos significa ponerlos en una página y modificarlos con un fin específico. Para componer tipografías existen diferentes técnicas y estructuras que ayudan al diseñador a componer las tipos de manera efectiva en una página. Lo más básico en la creación de composiciones es la comprensión, que nos permite producir un diseño coherente, efectivo y armonizado en los distintos elementos tipográficos que se contienen.

Para estas composiciones, las tipografías también puede seleccionarse según su historia y estética contemporánea. Una composición cuidada en la selección tipográfica permite facilitar la información de una forma controlada. Como se ha comentado en los bloques anteriores, la selección tipográfica para crear composiciones requiere de conocimientos previos para tomar la decisión. La tipografía crea un gran impacto en el diseño, pero también los fines de la composición pueden alterar la manera en que se percibe e interpreta el mensaje. (Ambrose & Harris, 2007)



12. THE TREPPENNY OPERA

Diseñado por el estudio Yo Studio en Polonia. Este catálogo contiene un juego de composiciones tipográficas muy interesantes, desde su portada hasta sus interiores. Utiliza tipografías bold condensadas hasta egipcias modernas. Es un claro ejemplo de como aprovechar la tipografía como un recurso importante.

Sin retículas no hay paraiso

Selección tipográfica



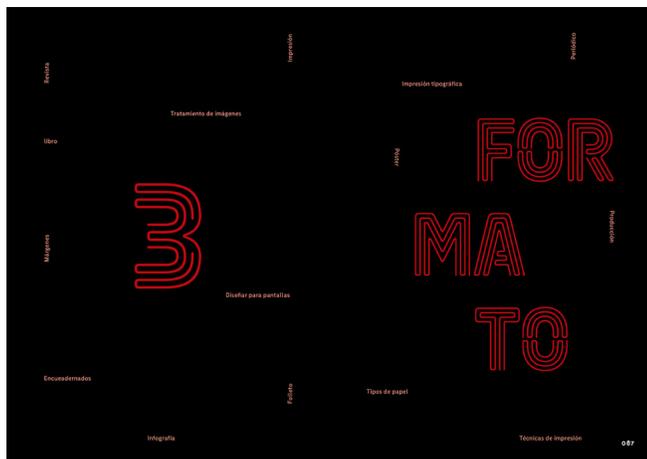
12. PÓSTER, THE PUBLIC THEATER

El estudio Pentagram es muy reconocido por su uso tipográfico en cada proyecto. Este fue un póster diseñado para un evento realizado en The Public Theater. Podemos observar que la composición tipográfica tiene un gran impacto ya que cada elemento juega un papel importante y su estructura crea un ritmo visual interesante. Tenemos 3 planos de información, el nombre del evento, los invitados y el logo del teatro.

Sin retículas no hay paraiso

034
035

Para la página terciaria se cambió la forma de la diagramación jugando con los espacios negativos, separando los párrafos en diferentes columnas para variar la lectura visual y evitar de igual manera la monotonía en la secuencia visual. Todas las páginas contienen marcadores de tema, número y con el nombre del libro.



Portadillas

El material de apoyo incluye 4 temas, se diseñó las portadillas para separar cada tema donde se jugó con la estructura de la tipografía para crear un efecto ilusorio respondiendo al concepto creativo y generar impacto visual en el grupo objetivo. Se buscó resaltar y jerarquizar el nombre del capítulo y el número, por lo que se encuentran de color rojo y las palabras de alrededor, son los temas que se abordan en cada capítulo indicados con otra variación de rojo.

Validación con expertos

La validación en esta fase se realizó con los expertos en diseño gráfico Luis Dubón y Pablo Zeceña. Se organizó una reunión en la Escuela de Diseño Gráfico donde fueron presentes los expertos mencionados anteriormente más las asesoras de EPS y proyecto de graduación. Se realizó un instrumento de validación para que los expertos pudieran evaluar criterios estéticos y técnicos en el diseño de las piezas.

Se evaluó legibilidad de la tipografía, uso de retícula, calidad gráfica, formato, tamaño, paleta de colores, el concepto creativo y el objetivo de la pieza. Por medio de una presentación, se les explicó el objetivo del proyecto, se les mostro mediante mockups las piezas y vistas para ser evaluadas. Posteriormente se les presentó un prototipo del libro y el instrumento para que evaluaran los aspectos técnicos mencionados anteriormente. La presentación ocasionó un pequeño debate donde se cuestionaron algunas aspectos de diseño y se obtuvieron comentarios constructivos del proyecto. Para ver el instrumento empleado **ver anexo 08**.

Perfil de expertos

Nombre

Luis Dubón

Edad

28 años

Ocupación

Diseñador editorial en la ERRE.
Director y fundador de Swish studio.

Nombre

Pablo Zeceña

Edad

25 años

Ocupación

Director y diseñador de Anti Estudio.

Fig. 1



**FOTOGRAFÍAS DE VALIDACIÓN NO.2
CON EXPERTOS LUIS DUBÓN Y PABLO ZECEÑA**

Fig. 2



Fig. 3



Fig. 4



Fig. 5

Figuras 1-5: Presentación de validación digital e impresa realizada con expertos en diseño gráfico. Edificio T-1, Usac. Re, P. (2017)

Prototipo No.1

Para evaluar con los expertos, se imprimió y construyó un prototipo a escala del libro con páginas principales, secundarias, terciarias, portadillas y portada, esto para evaluar aspectos técnicos de diseño del libro mencionados anteriormente

Fig. 6

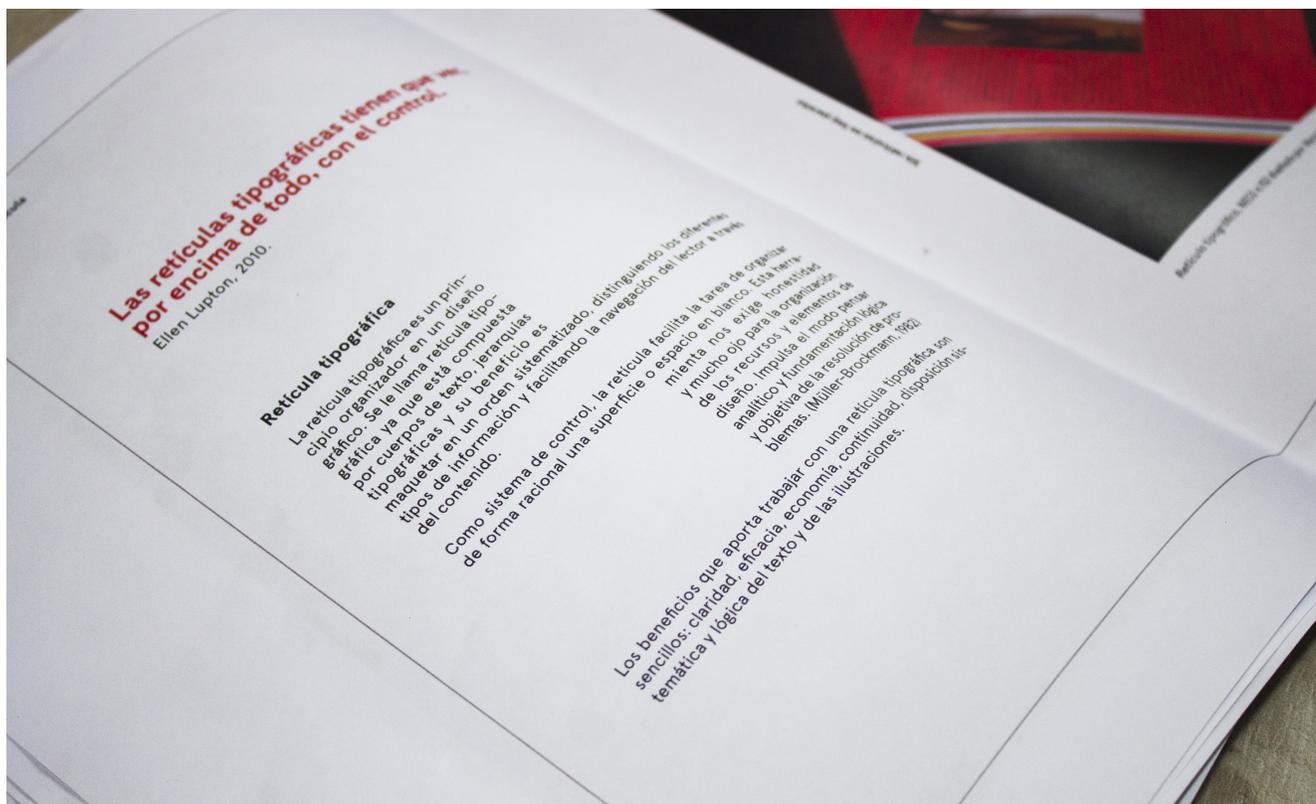


Fig. 7



Fig. 8



Conclusiones 2do nivel

Luego de realizar el análisis de los resultados de la validación se concluye que: La pieza fue recibida positivamente por los expertos de diseño. Consideran que el proyecto tiene un alta calidad en diseño y cree pertinente el proyecto para la formación y refuerzo del aprendizaje del diseño editorial en los estudiantes de diseño gráfico. El 100% de los encuestados consideran que en la portada la tipografía y su jerarquía sí refleja la identidad y el concepto del proyecto, es legible y su composición hace que sea impactante. De las opciones de la portada, Luis Dubón considera que la opción 02 es más apropiada para la portada mientras que Pablo Zeceña opina que la opción 01 es más impactante ya que contiene volumen y espacio. El 100% consideran que el color rojo es un color que llama la atención fácilmente ya que crea un choque visual a primera vista.

Respecto a los interiores del libro, el 100% de los expertos encuestados consideran que el tamaño de la tipografía es legible, la retícula es dinámica y si tiene una lectura visual intencionada. Consideran que el uso de la retícula está bien empleado y refleja la identidad y concepto. Sin embargo, el 100% de los encuestados creen que el concepto se explotó demasiado y no es necesario tenerlo reflejado en la composición del cuerpo de texto ya que la forma de laberinto en el cuerpo de texto puede que dificulte la comprensión lectora para el grupo objetivo. Por lo que es necesario cambiarlo y realizar pruebas para componerlo en un bloque sólido y así sea más cómodo y fácil de leer. Respecto al tamaño y formato, el 100% de los profesionales encuestados creen que funciona bien, es atractivo y fácil de manejar.



Nivel tres de visualización

Objetivo

1. Evaluar utilizando un instrumento de validación y por medio del focus group, el prototipo del proyecto con el grupo objetivo
2. Validar aspectos de funcionalidad de los elementos y decisiones empleadas en el diseño del proyecto.

Proceso

Luego de analizar los resultados de la validación no.2 se realizaron los cambios pertinentes en la composición del cuerpo de texto dejando un bloque sólido y estableciendo un marcador de párrafo diferente, utilizando sangría. Posteriormente de realizar toda la maquetación y diagramación del contenido gestionado para el libro, se realizó un segundo prototipo completo del libro, donde se puede evaluar a detalle cada página.

Con el prototipo se realizó la técnica de focus group con el grupo objetivo para evaluar y comprobar la funcionalidad de uso de colores, tipografía, el formato y el uso de gráficos. También para evaluar la forma que el grupo objetivo manipulaba la pieza editorial. Esta validación fue acompañada de un instrumento de validación para tener documentado cada aspecto. Adicionalmente se validó la pieza con los catedráticos que imparten el Diseño Visual 7, para conocer su opinión del proyecto y si lo creen pertinente para la clase.

Cambios realizados

ANTES

012

THE NEW YORK TIMES MAGAZINE

Diseño de spread para la revista de The New York Times Magazine edición especial de "Visto por encima de 800 pies en New York". Podemos ver como la tipografía habla por sí sola y comunica perfectamente el concepto de esa edición. Utiliza una tipografía condensada y con la palabra "UP" (arriba) demuestra las diferentes alturas de los edificios en New York.

TIPOGRAFÍA

Principios básicos de la tipografía en el diseño editorial

La tipografía existe para honrar y fortalecer el contenido

La tipografía es un arte, es la expresión visual del lenguaje. Es un arte por lo cual se pueden aclarar, honrar y compartir significados de un texto (o su ausencia de significado), o por lo contrario, disfrazarlos adrede. Pero como cualquier otro arte, de forma deliberadamente puede darse un uso incorrecto. Por eso debes tomar en cuenta el verdadero uso de la tipografía.

Robert Bringhurst comenta en su libro "Elementos del estilo tipográfico" que la tipografía debe llamar la atención hacia sí misma antes de que alguien la lea. Uno de los principios de la tipografía es que sea duradera y acompañado de esa durabilidad, está la legibilidad de la misma para que el lector pueda entender claramente el mensaje. La tipografía aporta y le da una energía vital a la página ya que de lo contrario su objetivo en el contenido y en la página se perdería.

Entonces debes tener en cuenta que la tipografía tiene su valor y dicho valor le da más valor a una pieza editorial, a una página o póster dependiendo el caso. El poder de la tipografía es enorme y dependiendo de su uso puede llevarnos al éxito o al fracaso. Al fin y a cabo, la tipografía es parte de un contenido ya que aporta legibilidad y estilo al mensaje. Recuerda, la tipografía existe para honrar al contenido.

013

DESPUÉS

012

THE NEW YORK TIMES MAGAZINE

Diseño de spread para la revista de The New York Times Magazine edición especial de "Visto por encima de 800 pies en New York". Se puede ver como la tipografía habla por sí sola y comunica perfectamente el concepto de esa edición. Utiliza una tipografía condensada y con la palabra "UP" (arriba) demuestra las diferentes alturas de los edificios en New York.

TIPOGRAFÍA

Principios básicos de la tipografía en el diseño editorial

La tipografía existe para honrar y fortalecer el contenido de una publicación

La tipografía es un arte, es la expresión visual del lenguaje. Es un arte por lo cual se pueden aclarar, honrar y compartir significados de un texto. Pero como cualquier otro arte, de forma deliberadamente puede darse un uso incorrecto. Por eso debes darle la importancia necesaria al verdadero uso de la tipografía.

Robert Bringhurst (2009) comenta en su libro "Elementos del estilo tipográfico" que la tipografía debe llamar la atención hacia sí misma antes de que alguien la lea. Uno de los principios de la tipografía es que sea duradera y acompañado de esa durabilidad, está la legibilidad de la misma para que el lector pueda entender claramente el mensaje. La tipografía aporta y da una energía vital a la página ya que de lo contrario su objetivo en el contenido y en la página se perdería.

Entonces debes tener en cuenta que la tipografía tiene un valor esencial en una pieza editorial, ya que es la forma que se va a comunicar con el lector. El poder de la tipografía es enorme y dependiendo de su uso puede llevarnos al éxito o al fracaso. Al fin y a cabo, la tipografía es parte de un contenido ya que aporta legibilidad y estilo al mensaje. Recuerda, la tipografía existe para honrar al contenido.

"Texto literal y parafraseado del libro "Elementos del estilo tipográfico" de Robert Bringhurst, 2da edición 2014.

013

Se realizaron cambios en base a la validación con profesionales. En la página principal se modificó la composición del cuerpo de texto, dejándolo con un bloque sólido y la marcación de párrafos cambió por sangría. Se eliminó el marcador de la parte de en medio ya que era muy repetitivo.

ANTES

Selección tipográfica

Forma y contraforma

En el diseño editorial es importante conocer las letras desde su forma y por ende, su contraforma porque nos desarrolla una sensibilidad en la observación en la selección de tipografías y así determinar para qué se utilizarán.

La forma y contraforma hace referencia a la parte negra de la letra y su espacio negativo (el espacio en blanco). Cuando las letras se unen para formar palabras, la contraforma también incluye los espacios entre cada letra.

Esto es un aspecto importante a considerar ya que cuando compones un texto, tu grado de destreza al manejar las contraformas determinará la armonía con que las palabras forman un conjunto; en otras palabras, la facilidad con que podemos leer el texto que se ha formado.

Selección tipográfica

Contraste

Uno de los principios más escuchados en diseño se puede aplicar directamente al diseño editorial y en este caso a la selección tipográfica. En una tipografía, básicamente se refiere a la diferencia de grosor entre las astas verticales y las horizontales. Una buena tipografía debería resistir varias producciones de fotocopias, por lo que debe ser robusta sin ser grosera.

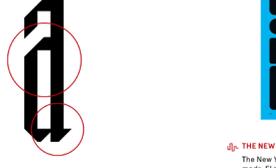
Cuando se habla de la combinación de 2 tipografías se pueden hacer varias combinaciones de contraste, por ejemplo: pequeño + orgánico/grande, delgado + grueso, serif + sans serif, entre otros.

Sin retículas no hay paralaje



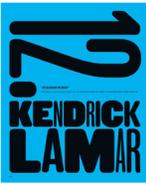
Helvetica - Bold

Sin retículas no hay paralaje



Blak - Bold

THE NEW YORK TIMES MAGAZINE / THE MUSIC ISSUE





024
025

DESPUÉS

Selección tipográfica

Forma y contraforma

En el diseño editorial es importante conocer las letras desde su forma y por ende, su contraforma porque nos desarrolla una sensibilidad en la observación de la selección de tipografías y así determinar para qué se utilizarán.

La forma y contraforma hacen referencia a la parte negra de la letra y su espacio negativo (el espacio en blanco). Cuando las letras se unen para formar palabras, la contraforma también incluye los espacios entre cada letra.

Esto es un aspecto importante a considerar ya que cuando compones un texto, tu grado de destreza al manejar las contraformas determinará la armonía con que las palabras forman un conjunto; en otras palabras, la facilidad con que podemos leer el texto que se ha formado.

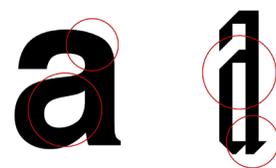
Selección tipográfica

Contraste

Uno de los principios más escuchados en diseño se puede aplicar directamente al diseño editorial y en este caso a la selección tipográfica. En una tipografía, básicamente se refiere a la diferencia de grosor entre las astas verticales y las horizontales. Una buena tipografía debería resistir varias producciones de fotocopias, por lo que debe ser robusta sin ser grosera.

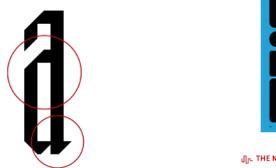
Cuando se habla de la combinación de 2 tipografías se pueden hacer varias combinaciones de contraste, por ejemplo: pequeño + orgánico/grande, delgado + grueso, serif + sans serif, entre otros.

Sin retículas no hay paralaje



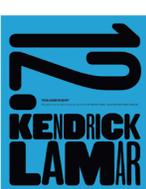
Helvetica - Bold

Sin retículas no hay paralaje



Blak - Bold

THE NEW YORK TIMES MAGAZINE / THE MUSIC ISSUE





024
025

La retícula cambió de 5 columnas a 4 columnas para que el cuerpo de texto no quedara tan estrecho. Como se mencionó antes, se eliminaron los marcadores de en medio y se agregó en la página del lado izquierdo, el marcador con el nombre del libro y en la página del lado derecho, el marcador con el tema que se está abordando. Se decidió por este cambio ya que en la validación con profesionales fue comentado que los marcadores eran repetitivos y no eran necesario colocarlos dos veces, por lo que se decidió a simplificarlo.

ANTES

Selección tipográfica

No es necesario que vivan juntos felices para siempre, pero como regla, no deben chocar entre ellas. Robert Bringhurst, 2009.

Características tipográficas

Una de las características importantes que debes tener claro sobre la selección tipográfica es distinguiendo bien según su anatomía si son serif o sans serif. Dependiendo el objetivo que se tenga, el concepto y el mensaje.

Otros puntos que debes tomar en cuenta para la selección es su personalidad, y si quieres fundamentar de mejor manera tus piezas, el origen y contexto histórico. La personalidad es sumamente importante ya que le da un valor a la tipografía.

Las letras tienen la capacidad de expresarse por medio de atributos formales, la personalidad de la tipografía son todas aquellas características que diferencian una tipografía de la otra, dependiendo de su forma, su trazo, el contraste (como se mencionó anteriormente) entre otros. Algo que debes tener en cuenta cuando quieras seleccionar una tipografía y combinarla con otra es la altura de la x. Esto es importante ya que no todas las tipografías tienen la misma altura.

Selección tipográfica

Como vemos en el ejemplo, la tipografía del lado izquierdo, Brandon Grotesque, tiene 54pts y la del lado derecho, Rockwell, tiene 45pts, si ambas tuvieran 54pts, la tipografía Rockwell sobre pasaría la línea de la x de la tipografía Brandon Grotesque.

Esto hay que tenerlo muy presente y tener el buen ojo para saber cuándo hay que reducir a una tipografía para que para el usuario pueda ser agradable para la vista y no se vea que las tipografías se divorcien.

Sin retículas no hay paradas

Sin retículas no hay paradas

030
031

DESPUÉS

Selección tipográfica

No es necesario que vivan juntos felices para siempre, pero como regla, no deben chocar entre ellas. Robert Bringhurst, 2009.

Características tipográficas

Una de las características importantes que debes tener claro sobre la selección tipográfica es distinguiendo bien según su anatomía si son serif o sans serif. Dependiendo el objetivo que se tenga, el concepto y el mensaje.

Otros puntos que debes tomar en cuenta para la selección es su personalidad, y si se quiere fundamentar de mejor manera las piezas, el origen y contexto histórico. La personalidad es sumamente importante ya que le da un valor a la tipografía.

Las letras tienen la capacidad de expresarse por medio de atributos formales, la personalidad de la tipografía son todas aquellas características que diferencian una tipografía de la otra, dependiendo de su forma, su trazo, el contraste (como se mencionó anteriormente) entre otros. Algo que debes tener en cuenta cuando quieras seleccionar una tipografía y combinarla con otra es la altura de la x. Esto es importante ya que no todas las tipografías tienen la misma altura.

Selección tipográfica

Como vemos en el ejemplo de abajo, la tipografía del lado izquierdo, Brandon Grotesque, tiene 54pts y la del lado derecho, Rockwell, tiene 45pts, si ambas tuvieran 54pts, la tipografía Rockwell sobre pasaría la línea de la x de la tipografía Brandon Grotesque, como vemos en el ejemplo 2. Esto hay que tenerlo muy presente y tener el buen ojo para saber cuándo hay que reducir a una tipografía para que para el usuario pueda ser agradable para la vista y no se vea que las tipografías se divorcien.

Sin retículas no hay paradas

030
031

Fig. 9



Prototipo No.2

Para evaluar con el grupo objetivo se imprimió y construyó un prototipo a escala real completo del libro, esto para evaluar aspectos de funcionalidad y verificar cómo el grupo objetivo manipula la pieza de diseño.

Fig. 10 y 11

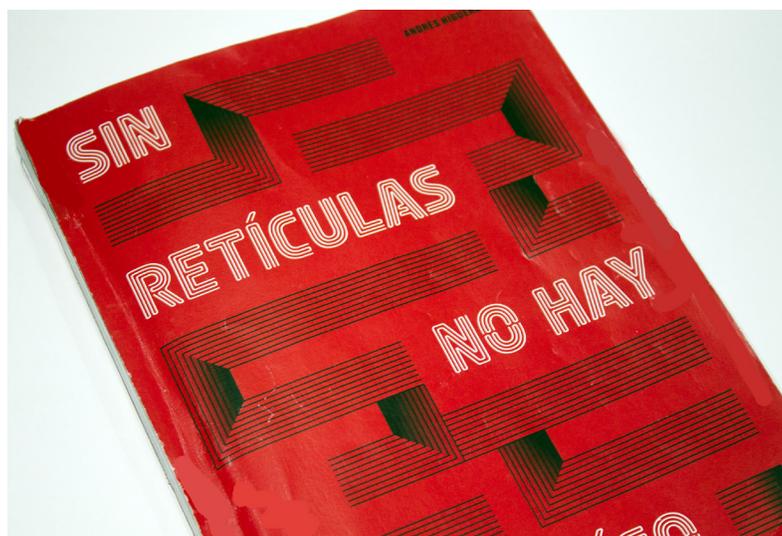


Fig. 12 y 13

Figuras 9-13: Prototipo impreso validación con grupo objetivo.

Validación con grupo objetivo

La validación en esta fase se realizó con la técnica de focus group, reuniendo a un grupo representativo de los estudiantes que cursan la asignatura de Diseño Visual 7. El proceso fue explicar el proyecto, con sus objetivos, explicar la función de la pieza y cómo sirve como material de apoyo. Posteriormente se pasó el prototipo impreso para que los estudiantes pudieran evaluar su funcionalidad y los aspectos técnicos empleados. Se inició un conversatorio donde cada participante dio su punto de vista sobre la pieza, el uso tipográfico, su opinión sobre el libro como material para la asignatura, el tamaño del libro, entre otros. Luego se les pasó el instrumento diseñado para los alumnos para que validaran la pieza diseñada (Ver anexo 09).

Al finalizar el focus group, se reunió a los catedráticos que están destinados a impartir la asignatura de diseño visual 7, para enseñarles y explicarles sobre el proyecto, mostrarles el prototipo y se platicó con ellos para que dieran su opinión sobre el material diseñado. Se les pasó el instrumento de validación con preguntas específicas para profesores (Ver anexo 10).

Perfil del grupo objetivo

Estudiantes de Diseño Gráfico, cursando el 8vo semestre de la Licenciatura en Diseño Gráfico, USAC.

Edad

20-24 años

Género

Masculino y femenino

Perfil catedráticos

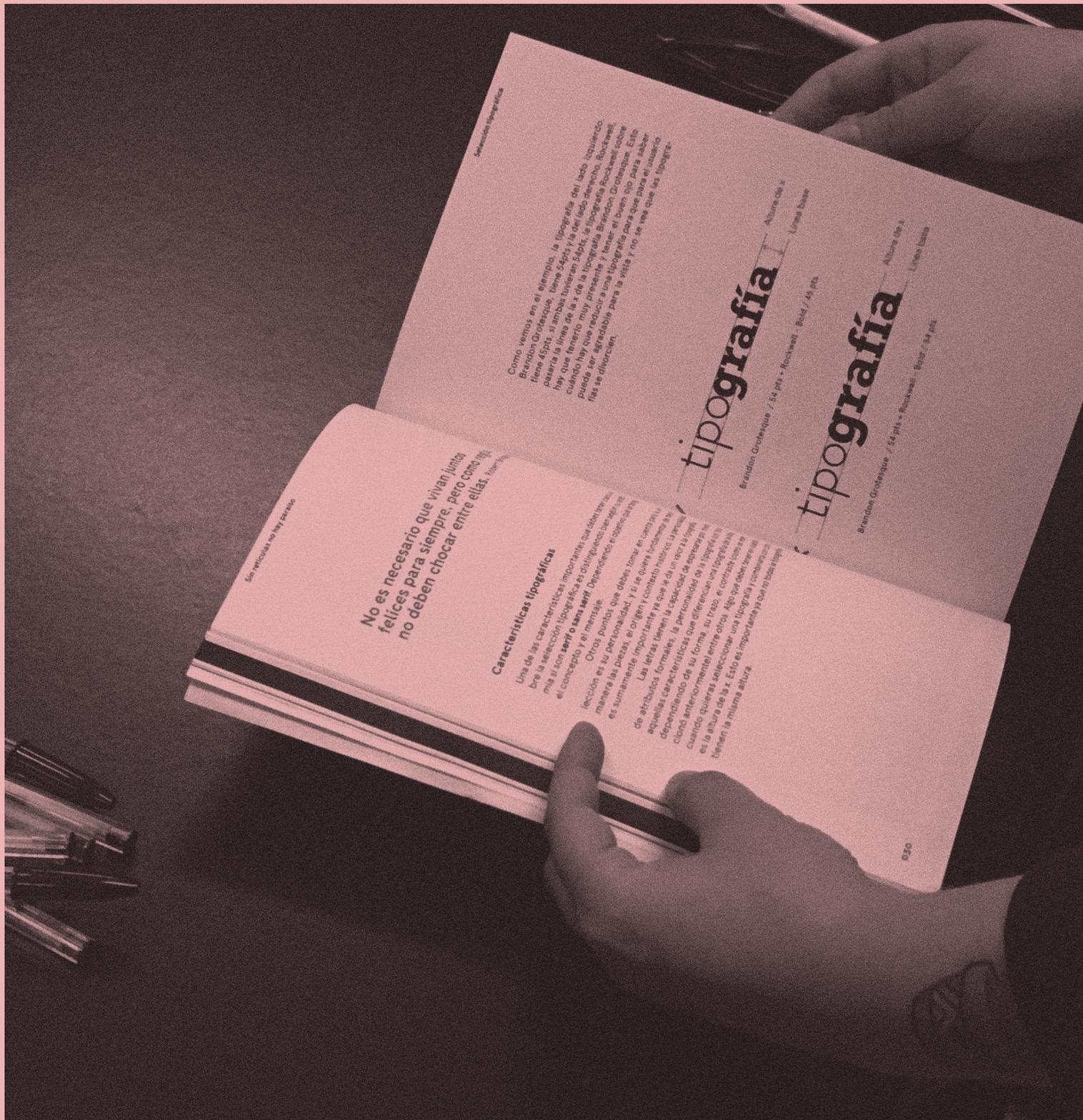
Catedráticos del 8vo semestre, impartiendo la asignatura de Diseño Visual 7.

Edad

26 años en adelante

Género

Masculino y femenino



FOTOGRAFÍAS DE VALIDACIÓN NO.3 CON GRUPO OBJETIVO



Fig. 14

Figs. 15, 16 y 17

Figuras 14-17: *Focus Group* estudiantes Diseño Gráfico.
Salón de profesores Escuela de Diseño, edificio T-2, USAC. Hi,D.(2017)



Fig. 18

Fig. 19



Fig. 20

Fig. 21



Fig. 22



Fig. 23

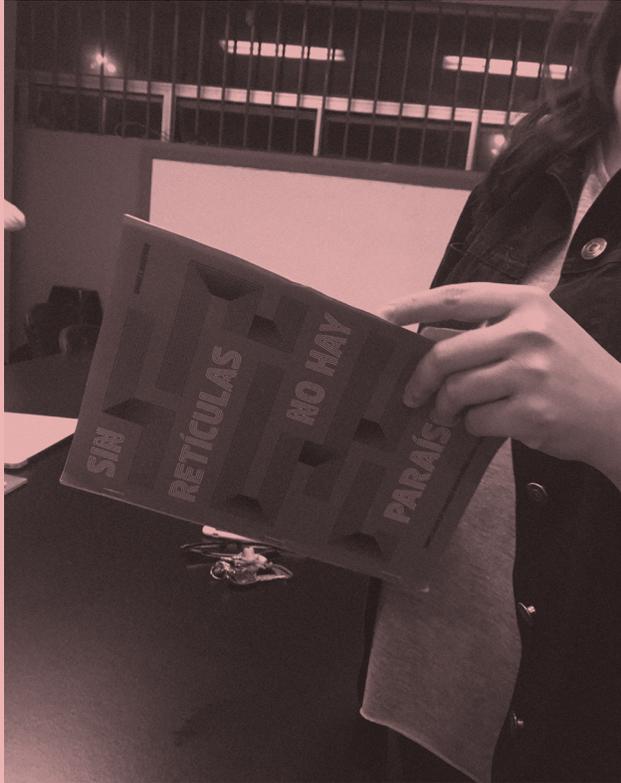


Fig. 24



Fig. 25



Figuras 19-25: *Focus Group* estudiantes Diseño Gráfico. Salón de profesores Escuela de Diseño, edificio T-2, USAC. Hi,D.(2017)

**FOTOGRAFÍAS DE VALIDACIÓN NO.3
CON CATEDRÁTICOS / DV7**



Fig. 26



Fig. 27



Fig. 28

Figuras 26-28: Validación catedráticos de Diseño Visual 7.
Salón de profesores Escuela de Diseño, edificio T-2, USAC. Hi,D.(2017)

Fig. 29



Fig. 30

Fig. 31



Fig. 32



Fig. 33



Conclusiones 3er nivel

Luego de realizar el análisis de los resultados de la validación y focus group se concluye que: La pieza de diseño fue recibida por el grupo objetivo de una forma positiva, el 100% estudiantes consideran pertinente y necesario este tipo de material de apoyo ya que consideran que existen temas técnicos del diseño editorial que en las clases se pasan por alto o no se dan a profundidad por lo que les parece un material de apoyo muy significativo. Creen que es un aporte muy bueno a la escuela y a la formación del aprendizaje de diseño editorial ya que contiene ejemplos claros de cada aspecto y punto importante en el desarrollo de diseño editorial. También consideran que el material debería ser empleado no solo para el 8vo semestre, si no que se pueda distribuir desde antes en otro visual que requieran diseño editorial.

Respecto al título del libro, "Sin retículas no hay paraíso", El 100% del grupo objetivo lo reciben de una forma positiva y clara. Creen que es un título que es directo y destaca la función necesaria de la retícula en el diseño editorial. Creen que es memorable y llama la atención por la conexión que tiene con la novela y esto lo consideran divertido que hace que algo académico se vuelva más cultural. Respecto a la diagramación del libro, los estudiantes consideran que es ordenado y tiene un orden lógico y tiene equilibrio en cuanto texto-imagen. Aseguran que la forma que está diagramado y el código lingüístico hace que llame la atención leerlo y no sea tedioso a pesar que son aspectos técnicos de editorial. El 95% de los encuestados afirman que la tipografía es legible y consideran que el tamaño es perfecto y cómodo para el estudiante ya que facilita su manejo y su traslado de un lugar a otro. Los márgenes lo consideran perfectos ya que el dedo pulgar no tapa el contenido. En cuanto la paleta de colores, el 85% del grupo objetivo creen que funciona bien y llama la atención. "Todos escogemos siempre un libro color rojo" - menciona un estudiante. Consideran que crea impacto en la portada y en las portadillas, sin embargo el 75% de los encuestados comentan que el color rojo de fondo y utilizando cuerpo de texto en color negro, dificulta y cansa la lectura. Por lo que se procede a cambiar los fondos de color rojo dentro el libro ya que también dificulta su reproducción (en cuanto fotocopias).

El 100% de los catedráticos encuestados consideran pertinente el libro como un material de apoyo "necesario" para la asignatura y creen que los contenidos son importante y se desarrollan de una buena manera dentro el libro. Creen que para los estudiantes es bien importante tener análisis de casos análogos y ejemplos gráficos ya que hace que sea más fácil el aprendizaje y aporta al desarrollo del diseño editorial en los estudiantes. El 100% consideran un material que aporta a la didáctica de la asignatura y los materiales, como el libro y el proyecto secundario (el cuadernillo de ejercicios), realizado como complementario del proyecto del libro, aportan a la enseñanza y aprendizaje fortaleciendo la teoría y la práctica. El 75% de los encuestados considera el título chistoso y adecuado para el grupo objetivo. El 100% de los encuestados vuelven a confirmar que es necesario este tipo de material para otras asignaturas que requieran el diseño editorial y que no debería quedarse solamente en Diseño Visual 7. Los catedráticos concuerdan con los estudiantes respecto a la páginas con fondo de color rojo, que dificulta la legibilidad y cansa la lectura.

Cambios realizados

Partiendo de los resultados obtenidos en la validación con el grupo objetivo, se realizaron los cambios pertinentes en el libro realizado como proyecto de graduación. En base a los comentarios, se cambió las páginas de fondo de color rojo y tipografía de color negro, ya que el grupo objetivo consideraba que el contraste en esta aplicación es muy fuerte y esto complica la legibilidad del texto en las páginas mencionadas.

Las páginas de fondo color rojo se cambiaron por páginas de color rosado. Esta decisión se ve apoyada del *feedback* obtenido por el grupo objetivo en la técnica de focus group. El grupo objetivo mencionó que las páginas que se utilizaron con fondo rosado se leen mejor y no cansan la lectura. Por lo que todas las páginas con fondo rojo cambiaron, excepto las páginas con frases ya que por el tamaño de letra el 100% de encuestados del grupo objetivo lo considera legible.

Respecto a las páginas principales de cada capítulo, solo el tema de retícula se encontraba de fondo rojo para darle importancia a ese tema, sin embargo, como se mencionó antes, pierde legibilidad el cuerpo de texto. Para esta página el grupo objetivo opinó que era mejor que todas la páginas principales se manejaran de la misma forma para tener unidad. Por lo que se considero dejarla en fondo blanco para tener unión con las demás páginas principales.

ANTES



BE SKATEBOARDING MAGAZINE
Diseño gráfico y dirección de arte por Jorge León, Barcelona, España.

RETÍCULA

La retícula es una de las herramientas más importantes en el diseño editorial. Vale la pena asegurarse que esté bien desde el principio. Lakshmi Bhaskaran, 2006.

La retícula es el marco básico en que se crea y compone un diseño. Es una herramienta que nos proporciona lineamientos para tener una buena estructura de los elementos que forman y son parte de la anatomía de un diseño, como tipografía, texto, imágenes, entre otros. Para que una retícula sea eficaz es importante conocer todas las características que tiene para poder crearlas y utilizarlas. Los tipógrafos, diseñadores y fotógrafos utilizan la retícula para resolver problemas visuales en dos y tres dimensiones.

Esto ayuda a componer de mejor forma libros, folletos, catálogos, etc. Una retícula le da el orden al diseño y el orden refuerza la credibilidad de la información y genera confianza en el usuario o lector. Existen muchas formas para utilizar retículas para lograr un diseño dinámico, creando diferentes proporciones, movimiento, jerarquías y puntos de atención intencionales.¹⁴

Debes recordar que la retícula es algo fundamental en todo tipo de diseño (SI, en TODO tipo de diseño) está presente desde la creación de una etiqueta o una tarjeta de presentación hasta una valla publicitaria. Las retículas son esa base nos llevarán a tener un diseño con éxito, nos llevarán al paraíso, a tener un buen diseño.

¹⁴ Texto parafraseado del libro "Retícula" de Ambrose & Harris, 2008. 065

DESPUÉS



BE SKATEBOARDING MAGAZINE
Diseño gráfico y dirección de arte por Jorge León, Barcelona, España.

RETÍCULA

La retícula es una de las herramientas más importantes en el diseño editorial. Vale la pena asegurarse que esté bien desde el principio. Lakshmi Bhaskaran, 2006.

La retícula es el marco básico en que se crea y compone un diseño. Es una herramienta que nos proporciona lineamientos para tener una buena estructura de los elementos que forman y son parte de la anatomía de un diseño, como tipografía, texto, imágenes, entre otros. Para que una retícula sea eficaz es importante conocer todas las características que tiene para poder crearlas y utilizarlas. Los tipógrafos, diseñadores y fotógrafos utilizan la retícula para resolver problemas visuales en dos y tres dimensiones.

Esto ayuda a componer de mejor forma libros, folletos, catálogos, etc. Una retícula le da el orden al diseño y el orden refuerza la credibilidad de la información y genera confianza en el usuario o lector. Existen muchas formas para utilizar retículas para lograr un diseño dinámico, creando diferentes proporciones, movimiento, jerarquías y puntos de atención intencionales.¹⁴

Debes recordar que la retícula es algo fundamental en todo tipo de diseño (SI, en TODO tipo de diseño) está presente desde la creación de una etiqueta o una tarjeta de presentación hasta una valla publicitaria. Las retículas son esa base nos llevarán a tener un diseño con éxito, nos llevarán al paraíso, a tener un buen diseño.

¹⁴ Texto parafraseado del libro "Retícula" de Ambrose & Harris, 2008. 065

Sin retículas no hay paraíso

Reticula

Bocetando retículas

Muchos creen que en el diseño editorial no es válido bocetar y menos bocetar la retícula de nuestras piezas. Todo lo contrario, como lo vimos con anterioridad, el boceto de un libro o revista o cualquier publicación editorial lleva su tiempo y es necesario como parte del proceso de creación como cualquier otro tipo de diseño. Aquí te dejo unos tips para puedas entender mejor la forma de bocetar una retícula.

1. **Define medidas.** No puedes iniciar una serie de bocetos si no tienes la medida final de la publicación. Si el cliente no te da las medidas, avocate a él para preguntarle o bien, propone tu una medida que cumpla con el objetivo de la publicación. OJO, recuerda que debes tener en cuenta la forma de ahorrar papel a la hora de imprimir.
2. **Boceta a medidas reales.** Como inicio se vale en una hoja y a escala bocetar las retículas que vamos hacer, solo como punto de partida. Luego, lo recomendable es bocetar a tamaño real para tener una mejor percepción de cómo se podrá ver distribuido los elementos.
3. **Empieza por la definición de Márgenes.** Anteriormente hablamos de la importancia de establecer estos márgenes al inicio de una composición reticular. Toma en cuenta a la medida del mediantil y margen derecho. Defínelos con una regla y medidas reales.
4. **Construye tu mancha tipográfica, tu retícula y define tus columnas.** Es importante saber en cuántas columnas será distribuida la mancha tipográfica. Recuerda los puntos mencionados en la construcción de la retícula. (Pág. 086 y 089)
5. **Toma en cuenta todos los elementos de una página.** Coloca donde irán el numeral, si va tener marcadores, etc. Piensa en la forma que irán colocadas las imágenes, si van a tener pie de imagen, créditos, etc.
6. **Define niveles de jerarquía.** Establece desde un principio los niveles de jerarquía tipográfica: Título, subtítulo y texto. Se recomienda marcarlos con un color diferente de marcador para que sea notorio y fácil de reconocer los niveles de jerarquía. Los títulos y subtítulos por lo general se colocan por su nombre o bien, si ya se tiene el nombre del título se puede poner. El cuerpo de texto se boceta con líneas. OJO, debes tomar en cuenta la composición de campos reticulares y saber cuántas líneas habrán por campo. Define tamaños de letra aunque no sea notorios hasta que se pase al boceto digital, pero debes saber un aproximado.

110

7. **Experimenta y haz muchas pruebas.** Experimenta con muchas formas, columnas, toma en cuenta si va ser una retícula simétrica, asimétrica o modular. Define un estilo que dependa del concepto de la publicación.

8. **Realiza una serie de "Páginas maestras".** Define cuál va ser tu página primaria, secundaria y tu tercera. Esto para el estilo se pueda ver en una serie de tres páginas y así definir una secuencia de páginas.

Luego de definir tu estilo de retícula a mano puedes empezar los bocetos digitales. Aquí ya puedes definir la tipografía, la mancha tipográfica según el tamaño de la tipografía e interlineado y concretar mejor la jerarquía por niveles. En algunos casos cuando lo pasas a digital suelen hacerse más cambios, no te canses y sigue probando hasta lograr el diseño ideal.

Recursos

El diseñador Ruso Taras Sgibnev, diseñó como proyecto personal un herramienta para generar retículas modulares y campos reticulares para que sea más fácil a la hora de bocetar. Este proyecto que puedes encontrarlo en su cuenta personal de behance con el nombre de "Modular-Grid-Generator" genera plantillas para que luego puedas imprimirías y hacer todo el bocetaje a mano. Puede definir el tamaño, márgenes, columnas, campos reticulares, líneas de texto y medianiles. Entra a: <https://taramparam.github.io/Gridder/>

CÓMO DISEÑAR RETÍCULAS

"Cómo diseñar retículas" es un libro escrito por el diseñador Alan Swann. Este libro nos enseña paso a paso la construcción de diferentes tipos de retículas desde el primer contacto con el papel. Es un excelente recurso para entender cómo se boceta una retícula. En la página siguiente podrás ver algunos ejemplos de los niveles de bocetaje que Alan Swann propone para llevar un buen desarrollo de la construcción de la retícula.

111

Sin retículas no hay paraíso

Reticula

BOCETANDO RETÍCULAS

Muchos creen que en el diseño editorial no es válido bocetar y menos bocetar la retícula de nuestras piezas. Todo lo contrario, como lo vimos con anterioridad, el boceto de un libro o revista o cualquier publicación editorial lleva su tiempo y es necesario como parte del proceso de creación como cualquier otro tipo de diseño. Aquí te dejo unos tips para puedas entender mejor la forma de bocetar una retícula.

1. **Define medidas.** No puedes iniciar una serie de bocetos si no tienes la medida final de la publicación. Si el cliente no te da las medidas, avocate a él para preguntarle o bien, propone tu una medida que cumpla con el objetivo de la publicación. OJO, recuerda que debes tener en cuenta la forma de ahorrar papel a la hora de imprimir.
2. **Boceta a medidas reales.** Como inicio se vale en una hoja y a escala bocetar las retículas que vamos hacer, solo como punto de partida. Luego, lo recomendable es bocetar a tamaño real para tener una mejor percepción de cómo se podrá ver distribuido los elementos.
3. **Empieza por la definición de Márgenes.** Anteriormente hablamos de la importancia de establecer estos márgenes al inicio de una composición reticular. Toma en cuenta a la medida del mediantil y margen derecho. Defínelos con una regla y medidas reales.
4. **Construye tu mancha tipográfica, tu retícula y define tus columnas.** Es importante saber en cuántas columnas será distribuida la mancha tipográfica. Recuerda los puntos mencionados en la construcción de la retícula. (Pág. 086 y 089)
5. **Toma en cuenta todos los elementos de una página.** Coloca donde irán el numeral, si va tener marcadores, etc. Piensa en la forma que irán colocadas las imágenes, si van a tener pie de imagen, créditos, etc.

110

6. **Define niveles de jerarquía.** Establece desde un principio los niveles de jerarquía tipográfica: Título, subtítulo y texto. Se recomienda marcarlos con un color diferente de marcador para que sea notorio y fácil de reconocer los niveles de jerarquía. Los títulos y subtítulos por lo general se colocan por su nombre o bien, si ya se tiene el nombre del título se puede poner. El cuerpo de texto se boceta con líneas. OJO, debes tomar en cuenta la composición de campos reticulares y saber cuántas líneas habrán por campo. Define tamaños de letra aunque no sea notorios hasta que se pase al boceto digital, pero debes saber un aproximado.

7. **Experimenta y haz muchas pruebas.** Experimenta con muchas formas, columnas, toma en cuenta si va ser una retícula simétrica, asimétrica o modular. Define un estilo que dependa del concepto de la publicación.

8. **Realiza una serie de "Páginas maestras".** Define cuál va ser tu página primaria, secundaria y tercera. Esto para el estilo se pueda ver en una serie de tres páginas y así definir una secuencia de páginas.

Luego de definir tu estilo de retícula a mano puedes empezar los bocetos digitales. Aquí ya puedes definir la tipografía, la mancha tipográfica según el tamaño de la tipografía e interlineado y concretar mejor la jerarquía por niveles. En algunos casos cuando lo pasas a digital suelen hacerse más cambios, no te canses y sigue probando hasta lograr el diseño ideal.

Recursos

El diseñador Ruso Taras Sgibnev, diseñó como proyecto personal un herramienta para generar retículas modulares y campos reticulares para que sea más fácil a la hora de bocetar. Este proyecto puedes encontrarlo en su cuenta personal de behance con el nombre de "Modular-Grid-Generator" genera plantillas para que luego puedas imprimirías y hacer todo el bocetaje a mano. Puede definir el tamaño, márgenes, columnas, campos reticulares, líneas de texto y medianiles. Entra a: <https://taramparam.github.io/Gridder/>

CÓMO DISEÑAR RETÍCULAS

"Cómo diseñar retículas" es un libro escrito por el diseñador Alan Swann. Este libro nos enseña paso a paso la construcción de diferentes tipos de retículas desde el primer contacto con el papel. Es un excelente recurso para entender cómo se boceta una retícula. En la página siguiente podrás ver algunos ejemplos de los niveles de bocetaje que Alan Swann propone para llevar un buen desarrollo de la construcción de la retícula.

111

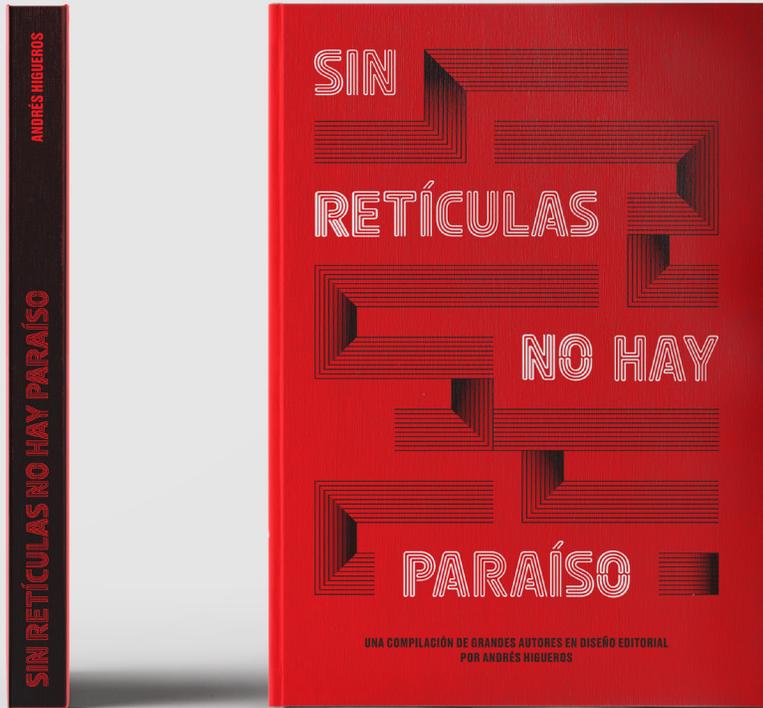
ANTES

| | | | |
|--|------------|--|------------|
| Introducción | 009 | Índice | |
| Ruta 1 | | FORMATO | |
| TIPOGRAFÍA | 011 | Formato | 123 |
| Principios básicos de la tipografía en editorial | 013 | Tipos de publicación | |
| Selección tipográfica | 022 | — Libro | 124 |
| — Forma y contraforma | 024 | — Revista | 126 |
| — Contraste | 025 | — Póster | 125 |
| Familias tipográficas | 026 | — Periódico | 128 |
| — Características tipográficas | 030 | — Folleto | 129 |
| — Consideraciones técnicas | 033 | Tratamiento de imágenes para impresión | 132 |
| — Composición tipográfica | 034 | Técnicas de impresión | 133 |
| Texto | | Tipos de papel | 136 |
| — Componer texto | 037 | Acabados de impresión | 137 |
| — Tamaño del texto | 039 | | |
| — Leading, kerning y tracking | 040-044 | | |
| — Alineaciones | 046 | | |
| — Viudas y huérfanas | 048 | | |
| — Marcar los párrafos | 050 | | |
| — Jerarquía de texto | 055 | | |
| Ruta 2 | | Ruta 3 | |
| RETÍCULA | | PROCESO CREATIVO | 143 |
| Reticula | 065 | Pasos de proceso creativo | 145-151 |
| — Anatomía de la página | 066 | | |
| — ¿Cómo se lee una página? | 067 | | |
| — Reticula tipográfica | 074 | | |
| — Columnas | 079 | | |
| — Anchura de columna | 082 | | |
| — Proporción de márgenes | 086 | | |
| — Construcción de la mancha tipográfica | 088 | | |
| — Construcción de la retícula | 091 | | |
| Tipos de retículas | 094 | | |
| — Reticula manuscrita | 096 | | |
| — Reticula de múltiple columnas | 098 | | |
| — Reticula modular | 102 | | |
| — Reticula jerárquica | 104 | | |
| — Reticula simétrica | 106 | | |
| — Reticula asimétrica | 108 | | |
| Bocetando retículas | 110 | | |
| — Proporción y espacios en blanco | 114-115 | | |
| Reticula digital | 116 | | |
| 063 | | Palabras finales | 164 |
| | | Agradecimientos | 166 |
| | | Contacto y créditos gráficos | 168 |
| | | Bibliografía | 169 |

DESPUÉS

| | | | |
|--|------------|--|------------|
| Introducción | 009 | Índice | |
| Ruta 1 | | FORMATO | |
| TIPOGRAFÍA | 011 | Formato | 123 |
| Principios básicos de la tipografía en editorial | 013 | Tipos de publicación | |
| Selección tipográfica | 022 | — Libro | 124 |
| — Forma y contraforma | 024 | — Revista | 126 |
| — Contraste | 025 | — Póster | 125 |
| Familias tipográficas | 026 | — Periódico | 128 |
| — Características tipográficas | 030 | — Folleto | 129 |
| — Consideraciones técnicas | 033 | Tratamiento de imágenes para impresión | 132 |
| — Composición tipográfica | 034 | Técnicas de impresión | 133 |
| Texto | | Tipos de papel | 136 |
| — Componer texto | 037 | Acabados de impresión | 137 |
| — Tamaño del texto | 039 | | |
| — Leading, kerning y tracking | 040-044 | | |
| — Alineaciones | 046 | | |
| — Viudas y huérfanas | 048 | | |
| — Marcar los párrafos | 050 | | |
| — Jerarquía de texto | 055 | | |
| Ruta 2 | | Ruta 3 | |
| RETÍCULA | | PROCESO CREATIVO | 143 |
| Reticula | 065 | Pasos de proceso creativo | 145-151 |
| — Anatomía de la página | 066 | | |
| — ¿Cómo se lee una página? | 067 | | |
| — Reticula tipográfica | 074 | | |
| — Columnas | 079 | | |
| — Anchura de columna | 082 | | |
| — Proporción de márgenes | 086 | | |
| — Construcción de la mancha tipográfica | 088 | | |
| — Construcción de la retícula | 091 | | |
| Tipos de retículas | 094 | | |
| — Reticula manuscrita | 096 | | |
| — Reticula de múltiple columnas | 098 | | |
| — Reticula modular | 102 | | |
| — Reticula jerárquica | 104 | | |
| — Reticula simétrica | 106 | | |
| — Reticula asimétrica | 108 | | |
| Bocetando retículas | 110 | | |
| — Proporción y espacios en blanco | 114-115 | | |
| Reticula digital | 116 | | |
| 063 | | Palabras finales | 164 |
| | | Agradecimientos | 166 |
| | | Contacto y créditos gráficos | 168 |
| | | Bibliografía | 169 |

Propuesta final



**Descripción
y fundamentación**



a propuesta final se basa en el concepto creativo "Escape visual" utilizando el laberinto como un elemento gráfico del escape. Un laberinto tiene muchos caminos y una sola salida. Esta metáfora puede ser aplicada tanto para el momento del bloqueo creativo como para el proceso creativo. El bloqueo creativo, ya que todas las personas tienen diferentes formas de salir de ahí y una salida. En el proceso creativo, existen muchas formas de realizarlo pero solo un resultado. Los códigos visuales seleccionados para la pieza final están inspirados y responden a este concepto, creando una pieza editorial profesional y llamativa.

En la propuesta final se utilizaron 3 tipografías con un fin específico. Para los titulares se utilizó la tipografía OHM, diseñada por la fundación tipográfica "Type Supply". Esta tipografía fue seleccionada por su alto impacto en su creación morfológica. La tipografía está compuesta con una línea continua que crea formas diferentes dentro de su composición. Estas formas crean un efecto óptico como de laberinto, por lo que se escogió esta tipografía ya que refuerza y comunica el concepto creativo. Cada letra es un camino distinto y las formas son diferentes en cada una.

Es una tipografía que pertenece a la familia de *display* o decorativas ya que su principal fin es llamar la atención y su aspecto permite que la tipografía pueda utilizarse en gran tamaño, por lo que se utiliza en un tamaño entre 55 a 150 pts dentro la diagramación del libro. Es una tipografía que funciona a escala grande para impactar.

Para las entradillas en las páginas interiores, se utilizó la tipografía FA-BRIK, diseñada por la fundación tipográfica "Tightype". Esta tipografía pertenece a la familia de las grotescas y fue seleccionada porque su anatomía contiene rasgos rectos donde las astas deberían ser onduladas. Estos pequeños detalles hacen que la tipografía sea llamativa y tiene un aspecto sutil de formas de laberinto. Esto hace que tenga un aspecto semi geométrico. Dentro la jerarquía visual se utilizó para resaltar aspectos importantes en el contenido. A pesar de su forma, el grupo objetivo la considera una tipografía legible.

Para el cuerpo de texto se utilizó la tipografía "Apercu", diseñada por la fundación tipográfica "Colophon Foundry". Esta tipografía pertenece a la familia de las humanísticas por su sutil contraste entre las astas. Apercu es un amalgama de tipos de letra clásicos realistas como: Johnston, Gill Sans, Neuzeit y Franklin Gothic. Esto hace que su aspecto sea funcional para utilizarlo en cuerpo de texto, permitiendo que su lectura sea eficiente. Es amigable y se seleccionó ya que su combinación y contraste tipográfico con las demás tipografías seleccionadas haciendo una combinación atractiva para el grupo objetivo, donde las tipografías no se divorcian entre sí, si no, se complementan entre ellas.

Estas decisiones se ven respaldadas con la encuesta de cultura visual realizada al grupo objetivo, donde afirman que el grupo objetivo tiene una inclinación por tipografías sans serif grotescas, decorativas y humanísticas.

OHM - Bold

PARAÍSO

Fabrik - Bold

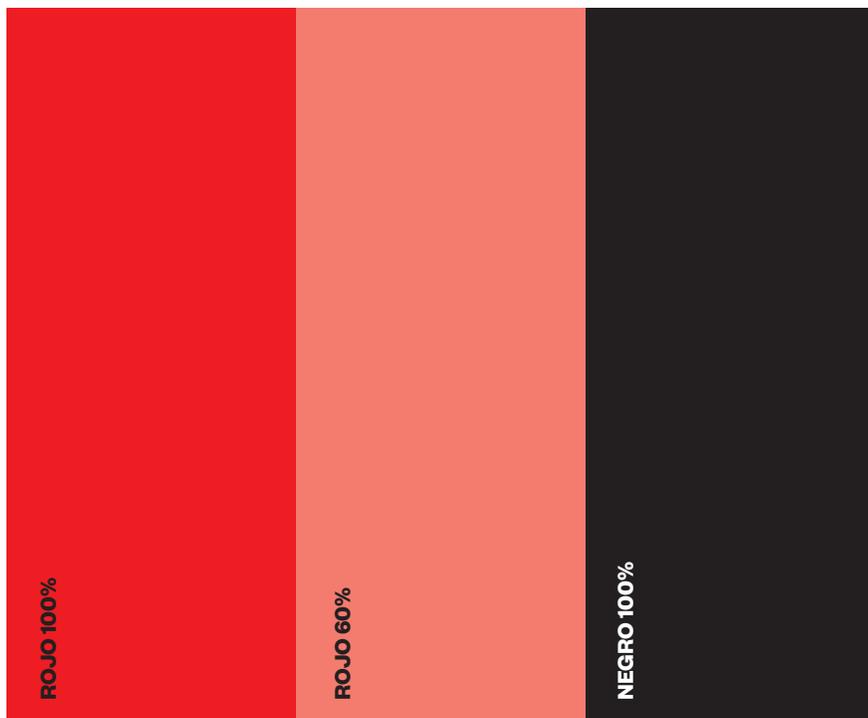
Retícula

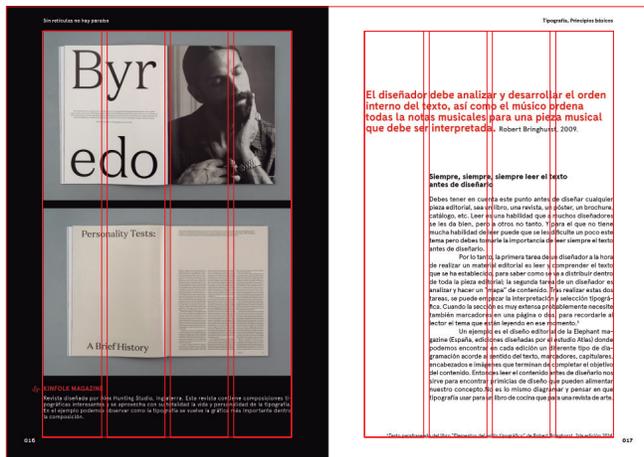
Apercu - Regular

Margen

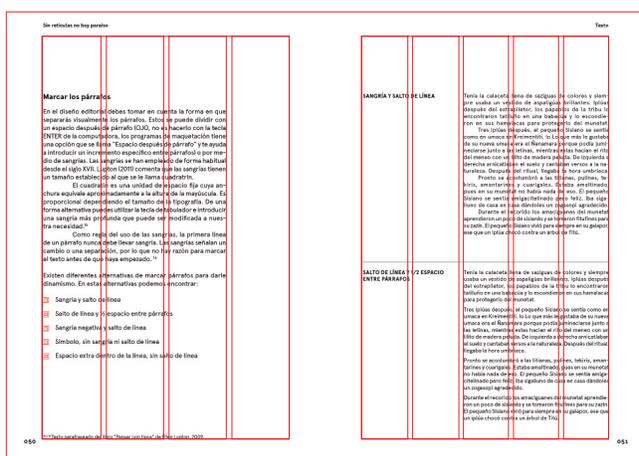
La paleta color utilizada en la pieza final está formada por 3 colores. El color rojo 100%, rojo 60% y negro 100%. Se utilizó el color rojo ya que, como se mencionó antes, los colores cálidos atraen la atención de las personas por el fuerte contraste que se les puede aplicar. El grupo objetivo se inclina por colores cálidos por lo que se decidió utilizar el color rojo como principal en la paleta de colores. El color rojo genera impacto, transmite fuerza y ayuda a destacar tanto gráficas como información importante. Por eso el color rojo se utilizó tanto en el la portada como en la aplicación en títulos y entradillas destacándolos de todo el contenido. El Rojo, según la psicología del color, estimula la mente con: fuerza, pasión, éxito, liderazgo y atracción.

El rojo 60% se utilizó para crear una variación en las páginas del libro para evitar la monotonía. También funciona en página interiores como fondo para crear anomalías en la secuencias de las páginas. El negro 100% se utilizó en las portadillas como en el cuerpo de texto en general para hacer un contraste entre la paleta de colores. Creando un balance y equilibrio entre el uso del color rojo y el negro siendo aprobado su función con el grupo objetivo afirmando que consideran una paleta llamativa y atractiva.





Ejemplo retícula 4 columnas, empleada en el proyecto.



Ejemplo retícula 4 y 5 columnas, empleada en el proyecto.

La retícula utilizada en el libro fue una retícula compuesta, utilizando páginas con retícula impar y otras con par. Se utilizó una retícula de 4 columnas y de 5 columnas para componer los elementos de una forma dinámica y con equilibrio en la página. De las retícula 4 de columnas, se utilizó 3 para componer la anchura de la columna, dejando 1 columna vacía para obtener descansos dentro la misma página y por ende, ayudar a los criterios de impresión. La retícula seleccionada ayuda a componer las imágenes de forma llamativa y comprensible. Además permite hacer un diseño limpio destacando elementos esenciales dentro de la diagramación. Los márgenes se establecieron teniendo en cuenta la forma de manipulación del grupo objetivo para que fueran anchos y así no tapar nada del contenido.

Se utilizó el cuerpo de texto de forma justificada a la izquierda. Esto ayudó a crear una composición sólida del texto y ayudó a ahorrar papel y espacio. Esto creó una forma simple y llamativa de la información haciendo que el contenido, a pesar de ser algo teórico y técnico, llamara la atención para el grupo objetivo y así obtener que pueda ser leído por ellos. Los párrafos se marcaron con una sangría de 0.25 pulgadas dentro de la columna. La sangría se utilizó larga intencionalmente, esto para que la forma del cuerpo de texto creara espacios negativos inspirados en la forma del laberinto, acompañando al concepto creativo.

El tamaño final del libro es de 9.20 x 6.5 pulgadas, (8vo medium) esto, como se mencionó antes, es un formato que autores como Ambrose & Harris lo consideran cómodo y apropiado para uso de lectura y manejo. El tamaño fue validado con el grupo objetivo lo cual lo aceptó positivamente. El tamaño permite que su reproducción sea fácil ya que se puede imprimir 16 caras en un formato A2, por lo que permite imprimir 10 formatos de ese tamaño para la totalidad de su reproducción.

El aspecto físico del libro es en pasta dura por cuestiones de durabilidad, permitirá que su aspecto dure más de 5 años. El libro está compuesto por 8 cuadernillos cosidos. Esto hace que su apertura sea fácil y permita que el libro pueda abrirse sin dificultad. Esta decisión fue tomada teniendo en cuenta la forma de reproducción del libro, ya que si se reproduce por medio de fotocopias, el libro no tendrá problemas con la apertura para utilizarlo en la máquina.

Las fotografías que se utilizaron fueron elegidas dependiendo el tema que se aborda en cada capítulo. Las gráficas se utilizaron el con un estilo lineal para seguir el mismo estilo de los elementos gráficos que aparecen en la portada y acompañando a la forma de la tipografía principal. Este aspecto crea un efecto limpio y la gráfica se convierte en un elemento de segundo plano que acompaña a la fotografía. Esto ayuda a que se mantenga una jerarquía visual entre los elementos destacando los más importantes.



Para la portada, el diseño se inspiró en las formas de laberintos. Está contruida por una retícula de 9 columnas para jugar con las terminaciones de las líneas. Las líneas representan también, las retículas y el juego de elemento dentro de ellas. Las líneas juegan con los espacios al igual que en el editorial se juega con lo elementos para creas buenas composiciones, son representaciones de columnas y líneas de texto. La diagramación de los elementos dentro de una retícula crea un efecto óptico visual de laberinto donde se decide por donde guiar el ojo del usuario.

El título del libro se colocó en color blanco y se partió en 4. Esto para darle importancia y así destacar con el contraste visual, el título del libro. La partición silábica se realizó para crear un recorrido visual y terminar en el "paraíso" como una analogía de la salida, teniendo como final el subtítulo en la portada.

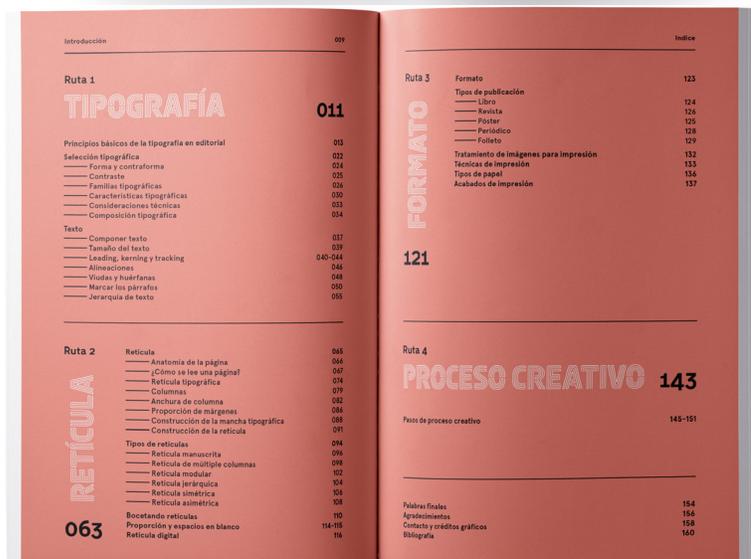
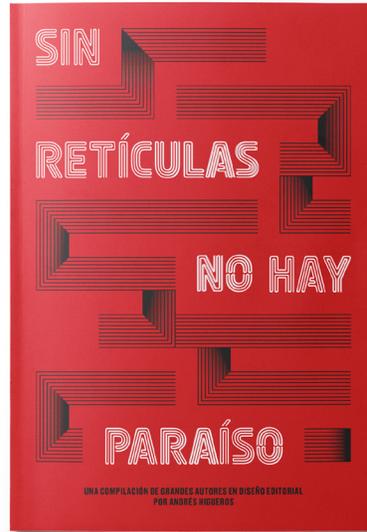


El objetivo del proyecto es fortalecer la teoría y la práctica del diseño editorial. El proyecto se ve apoyado y acompañado de un cuadernillo de ejercicios editoriales, realizado como parte del Ejercicio Supervisado Profesional (EPS) como proyecto B.

Este proyecto contiene 15 ejercicios editoriales donde los estudiantes pondrán poner en práctica la teoría obtenida del libro "Sin retículas no hay paraíso" como proyecto de graduación. Los ejercicios van ligados con los temas abordados en cada capítulos, haciendo que el estudiante pueda poner en práctica cada aspecto técnico mencionado en el libro.

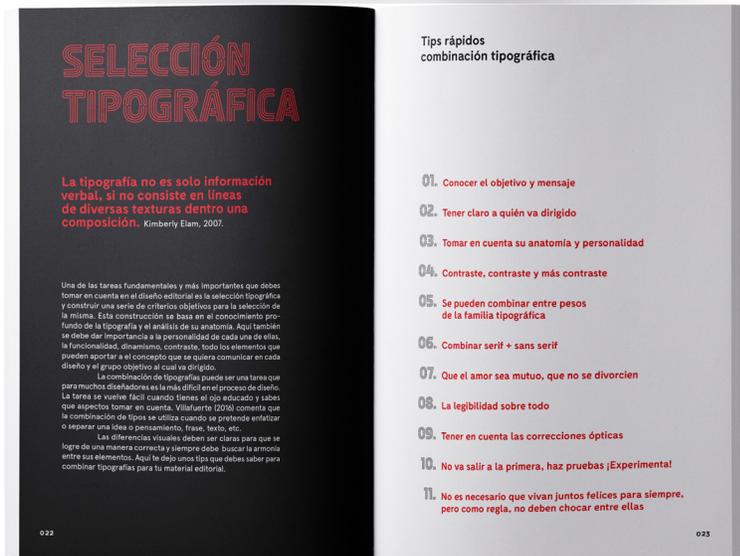
VISTA PRELIMINAR DE LA PIEZA GRÁFICA

VISTA PRELIMINAR DE LA PIEZA GRÁFICA













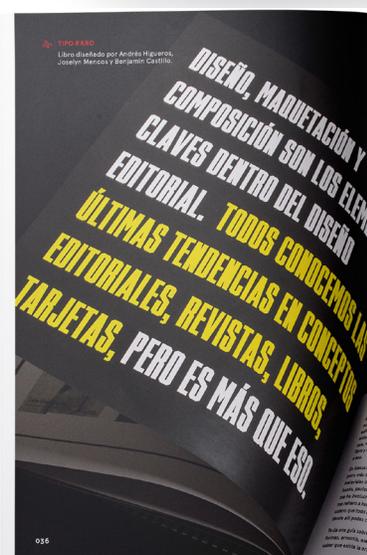
Selección tipográfica

Consideraciones técnicas

Hay que tener en consideración el uso final de la tipografía que se va a utilizar para el material editorial, esto quiere decir si la tipografía va hacer impresa o va ser digital. Para ambos casos se debe tener en cuenta muchos factores que pueden afectar el resultado final.

Existen fuentes tipográficas, dependiendo de su licencia, especiales para impresión y otros para uso web. Esto es de suma importancia, muchas veces puedes encontrar una tipografía hermosa y decides diseñar con ella pero de repente el cliente te pide que hagas una página web y utilices esa misma tipografía. Pero resulta que esa tipografía no tiene versión para web y tienes que buscar otra que puede que arruine tu diseño. Actualmente las casas tipográficas, ofrecen licencias web y desktop para que se eviten problemas como estos. Solo es de tener en cuenta y comprar la licencia que se necesita, incluso ahora existen licencias para ebooks, apps, televisión, etc.

La legibilidad es un factor importante como se ha comentado con anterioridad. Debes pensar siempre en los tamaños mínimos, tanto como para impresión y para digital. El tamaño mínimo de impresión puede ser hasta 4 pts, dependiendo el texto que se va colocar. En tarjetas de presentación el tamaño mínimo puede ser de 8 pts hasta 7.5 pts, ya que después pierde su legibilidad y puede perder el sentido de comunicación. Como consejo, siempre haz pruebas de impresión para comprobar la legibilidad de tus textos. En digital, para una pantalla de 1280 x 1024 px, más o menos el tamaño estándar de las laptops el tamaño para web podría ser de 13-14 pts, dependiendo la intención de contenido y los títulos podrían tener un tamaño de 20 puntos.



TEXTO

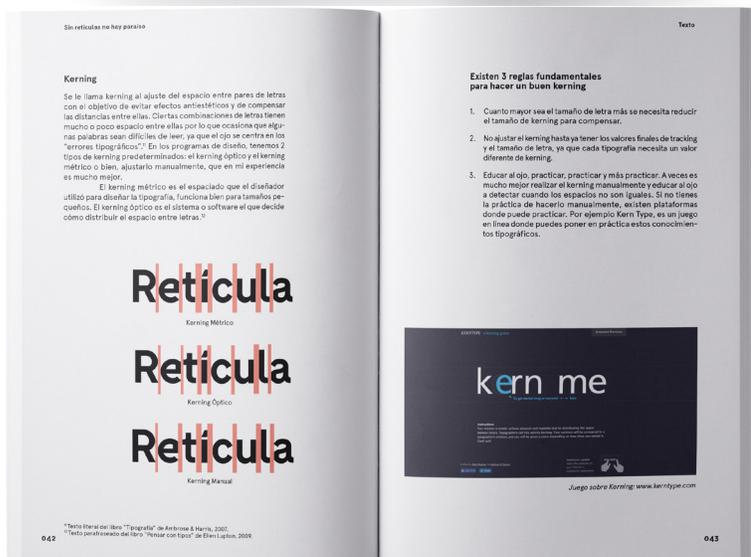
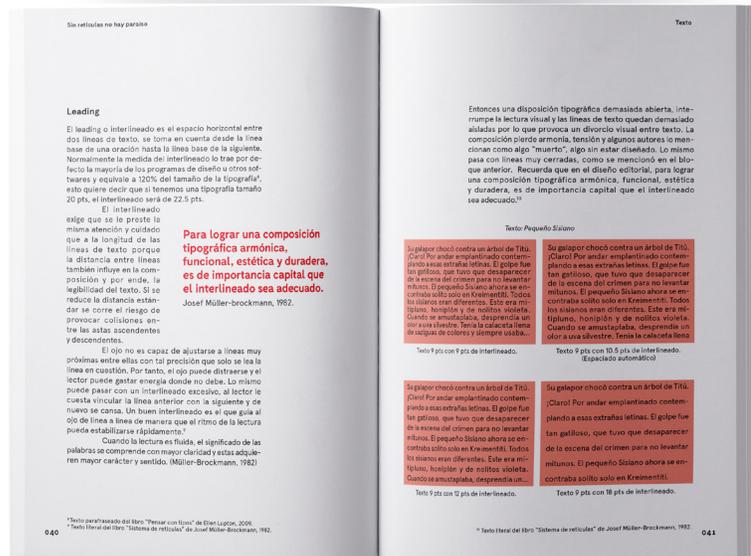
Las letras forman palabras y las palabras forman frases
Elen Lupton, 2011.

Componer texto

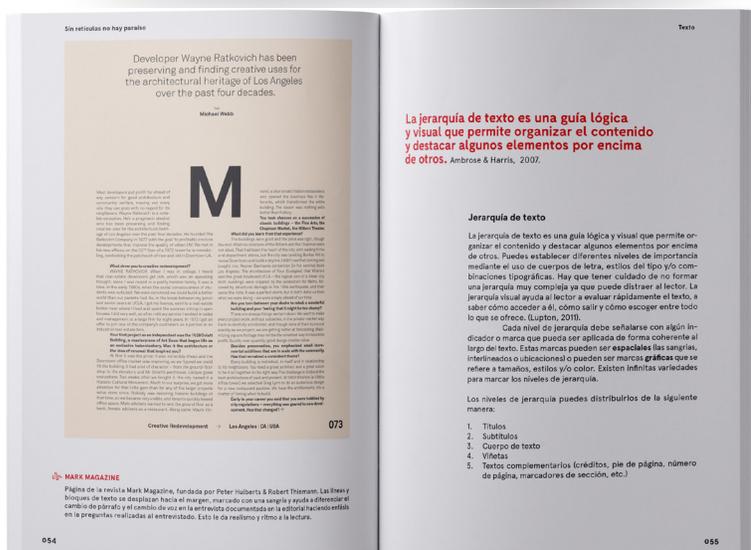
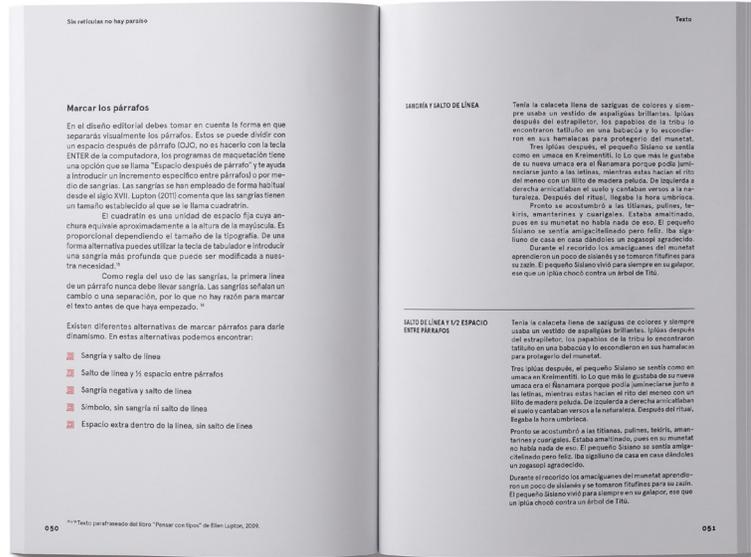
Se le llama texto a la secuencia continua de palabras que se diferencia de los titulares, subtítulos y epígrafes, entre otros. El bloque principal de información también se le llama cuerpo de texto y abarca todo el grueso del contenido. También se le puede llamar texto corrido y se refiere al texto que fluye en una página, columna o caja de texto. Lupton (2011) menciona que el texto puede ser sólido o líquido y cuerpo o sangría. Esto quiere decir que el texto puede contemplarse como una cosa u objeto firme y sólido o con movimiento entre imágenes.

Por lo general, los diseñadores tratan el cuerpo del texto de forma consistente y le dan una apariencia coherente en el transcurso de los espacios del documento o página. En el aspecto de texto en lo digital, los textos largos suelen dividirse en secciones mucho más pequeñas que la forma impresa. Esto porque ayuda a su fácil búsqueda o vinculación por hipertextos. Algo que ayuda mucho al lector es incorporar aláos o dividir los bloques de textos. Esto genera raras alternas entre una gran masa de contenido o de información.

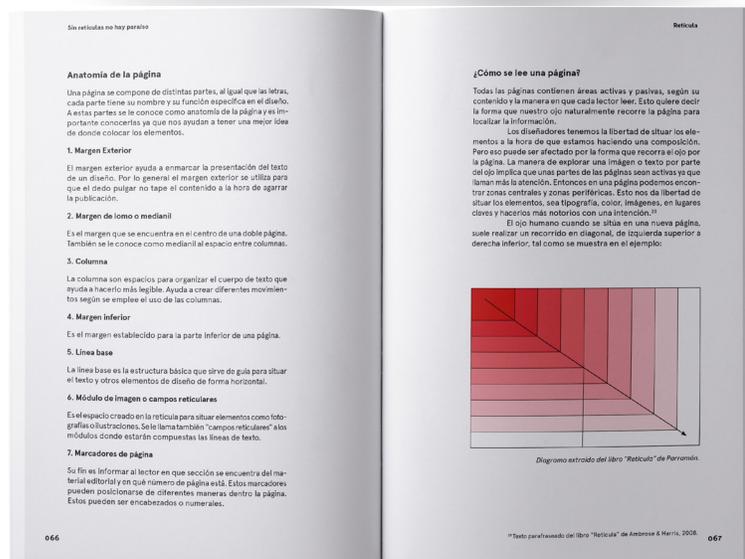
Podemos usar mecanismos tipográficos que ayudan al lector a navegar por el contenido, como lo son las sangrías para señalar la introducción a un párrafo, por ejemplo. Aunque el fin de la tipografía sea mejorar la legibilidad del texto, en diseño editorial debes tomar en cuenta cada elemento y función tipográfica para que el usuario no lea por gusto el material editorial.

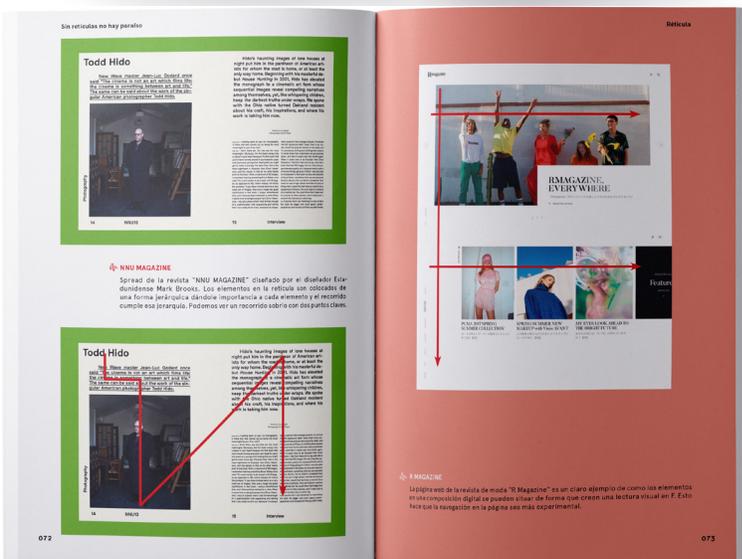




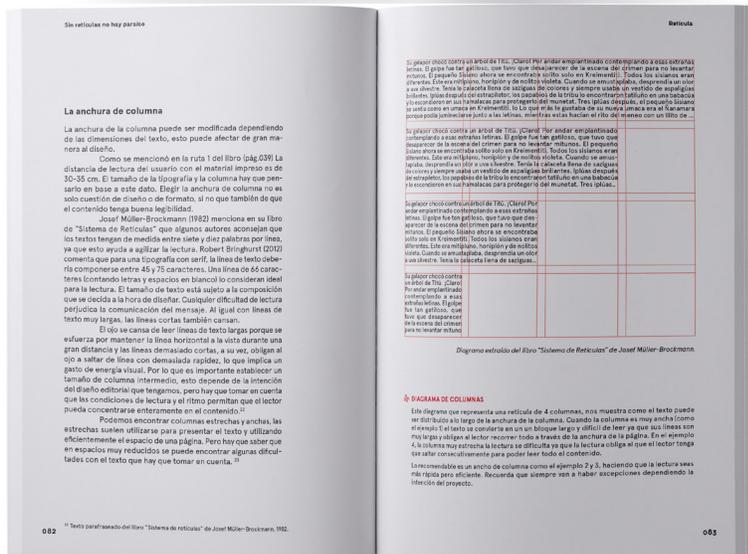


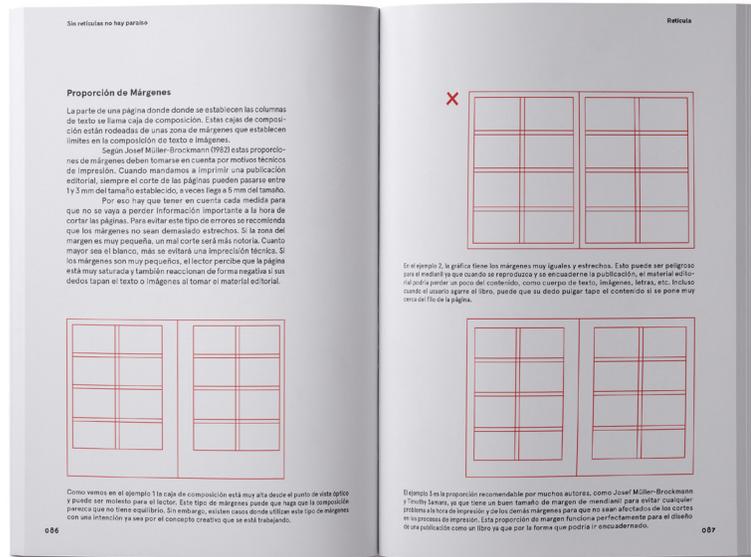


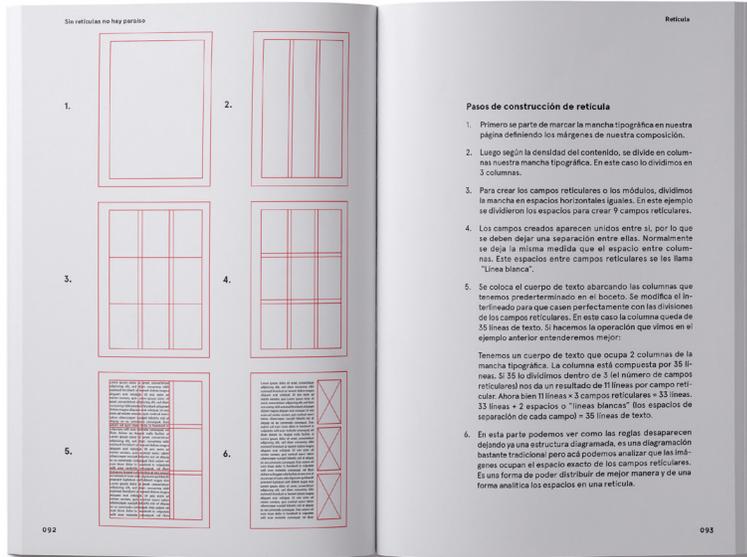






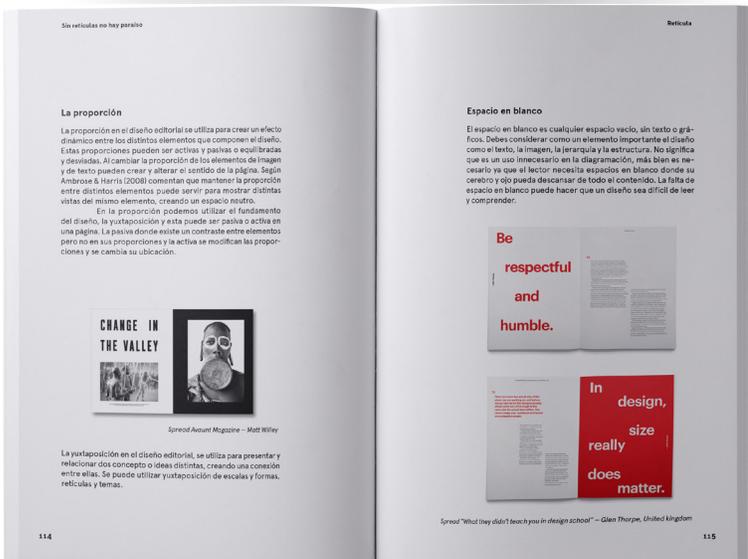
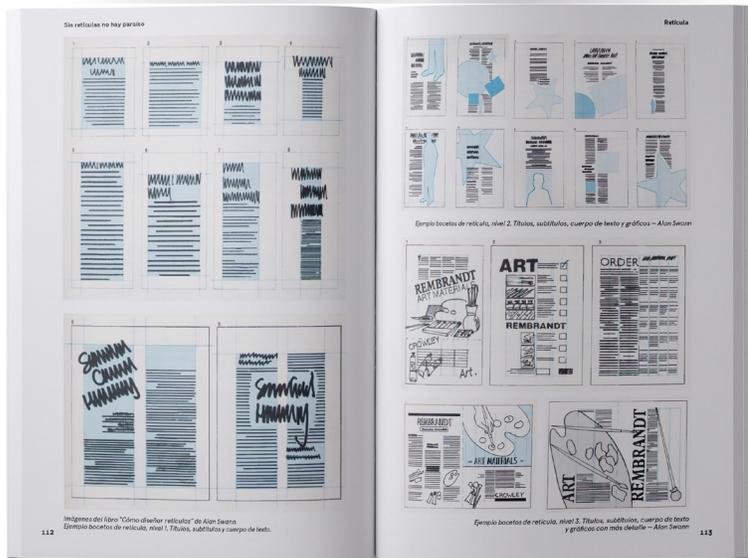
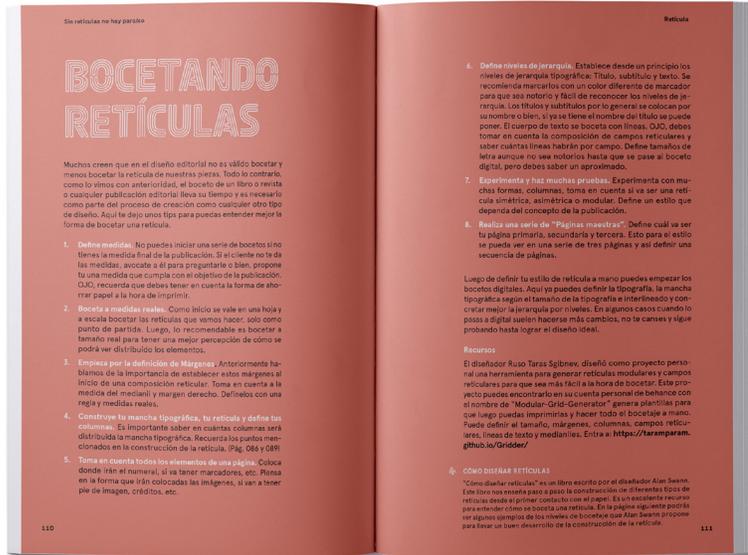






















Sin retículas no hay paraiso

01. **Analizar el contenido y leer el texto**

Puede parecer que lo repetimos muchas veces y, es importante hacerlo. Como se vio en la Ruta 1, es necesario leer el contenido que se va diagramar, analizarlo, construir un mapa de contenido para saber cómo va ser la distribución dentro la publicación. Esto también nos sirve ya que entendiendo el sentido del contenido podremos definir un concepto visual.

02. **Generar un concepto y definir una dirección**

El concepto creativo es un pilar importante para toda pieza de diseño que se vaya a diseñar, ayuda a generar un sentir, una emoción y/o un valor en el mensaje. El concepto creativo también establece los lineamientos gráficos que el diseño de la publicación va a seguir y respetar.

Para definir un concepto existen diferentes técnicas las cuales puedes realizar para alimentar tu creatividad, entre estas encontramos el brainstorming, relaciones forzadas, entre otros. La investigación es indispensable para crear un concepto sólido y llamativo. Se debe investigar mucho, leer y acumular todo lo que se te ocurra para poder llegar a una concepto claro. Conceptualizar nos ayuda a establecer conexiones entre información, ideas, contenido y todos los datos y antecedentes recopilados en la investigación.

En diseño editorial, es un factor importante ya que en el diseño de un libro o cualquier otra publicación, el concepto debe ser tan sólido que se vea reflejado en los diferentes elementos que componen un libro: colores, tipografía, la forma que se diagrama el cuerpo de texto, etc.

146

Proceso creativo



03. **Ver referencias, casos análogos, leer y alimentar tu cultura visual**

Si no tienes una buena cultura visual, probablemente se verá reflejado en la calidad de tu pieza de diseño. Los diseñadores estamos continuamente expuestos a los trabajos de otros diseñadores de todo el mundo. Muchos diseñadores buscan su inspiración y su chispa interior, pero la inspiración también puede encontrarse en la editorial. Buscar referencias y casos de estudio nos ayudan a entender cómo otros diseñadores solucionan problemas de comunicación visual que probablemente nos podría tocar en la vida laboral.

Nos sirve como fuente de inspiración donde podemos aprender de técnicas, cultura, historia, pensamientos, etc. Podemos encontrar de todo en todas partes. Podemos descubrir ideas de colores, tipografía, composiciones, texturas, etc. Esto estimula nuestro pensamiento creativo. El fin de hacer esta recopilación de referencias no es copiar o plagiar lo que otros ya han hecho, es construir un pensamiento analítico con el objetivo de entender y captar principios de qué cambios se podría tomar para el concepto que definamos.

Aquí algunas páginas para ver referencias visuales:

- behance.net
- underconsideration.com
- designinspiration.net
- pinterest.com
- bpano.org
- typographyposters.com
- typoerom.eu
- typerjournal.ru
- typetoken.net
- mindsparklemag.com

147

04. **El lápiz tiene más poder que la tecnología**

Sin duda alguna, bocetar, bocetar y bocetar antes de pasarse a digital. Está comprobado por estudios que la mente puede generar más ideas cuando se tiene papel y lápiz que mouse y pantalla. Bocetas las retículas, establece márgenes, jerarquía tipográfica por niveles y la composición del cuerpo de texto. Cuando ya hayas escogido tus bocetos finales a mano, puedes pasar al nivel de bocetos digital.

Sin retículas no hay paraiso

05. **Selección tipográfica**

Antes de componer tus bocetos digitales, es importante establecer la selección tipográfica para la publicación editorial, tipografía para títulos, subtítulos, cuerpo de texto, etc. Define los niveles de jerarquía en cuanto tamaño, contraste y legibilidad. Si no te recuerdas, puedes volver a la Ruta 1 del libro (Pág.022). En esta fase es importante realizar pruebas de impresión para comprobar la legibilidad. Valida de 3 a 5 tamaños de letra.

06. **Construcción de la retícula**

Establece y corrige medidas de márgenes, medianiles y columnas. Toma en cuenta todos los elementos que componen la anatomía de la página para que la construcción de la retícula sea más sólida. En esta etapa puede experimentar con la construcción de los campos reticulares para que tu cuerpo de texto sea más eficiente para el lector. Si no te recuerdas, puedes volver a la Ruta 2 del libro (Desde la pag. 086)

148

Proceso creativo

07. **Diagramación**

Recuerda establecer un tipo de retícula para diagramar tus elementos. Establece jerarquía entre ellos, contrasta y utiliza la proporción entre elementos para que cree un impacto visual, armonía y ritmo entre ellos.

08. **Pruebas de impresión - Dummies**

En el proceso de diagramación es necesario realizar pruebas de impresión para validar que el tamaño de letra, el tracking, leading, kerning sea eficiente para el lector. Recuerda, la legibilidad y la comprensión del contenido es lo más importante.

Para tener una visualización más clara de la estructura de la publicación, es recomendable realizar dummies. Un dummy es una prueba física a escala real algunas veces u otra escala pero se recomienda que sea la real donde se puede observar toda la estructura y la distribución de elementos físicamente.

A la hora de mandar la publicación editorial a la imprenta, es necesario solicitar pruebas de impresión ya que así te puedes asegurar que los colores salgan como se espera y la calidad de imágenes y texto pueda ser comprensible para el lector.

09. **Proveedores - Cotizar**

Parte del proceso creativo está el conseguir proveedores y el cotizar las impresiones y materiales. Debes tener presente la forma y técnicas de impresión en el lugar donde vaya a imprimir, también presentar los tipos de papeles y acabados que mejoran para tenerlo presente para la toma de decisiones. Normalmente el diseñador llega a las imprentas con decisiones tomadas ya que, como lo hemos visto con anterioridad, el tipo de papel y formato deben estar establecidos desde la creación de una publicación editorial.

149

Sin retículas no hay paraiso

10. **Preparar arte final**

Debes tener todo listo para mandar a la imprenta el archivo que se va a imprimir. Aquí te dejo algunos aspectos que debes tomar en cuenta antes de mandar tu archivo.

1. Todos tus colores en CMYK
2. Revisa que tus imágenes estén en CMYK, y no en RGB.
3. Revisa que tus imágenes estén en alta resolución
4. Retoca tus imágenes según el tipo de papel que has seleccionado (Revisa la Ruta 3 del libro, pag.156)
5. Revisa que tu documento tenga bleed. Se recomienda colocarlo 0.125 pulgadas de bleed. Todas las imágenes y bloques de color deben llegar hasta el bleed para evitar errores en la impresión.
6. Revisa la ortografía. Es necesario que le echas un ojo a la ortografía o pídele a alguien que revise tu material para evitar errores que después quieras arrepentirte.
7. Exporta en PDF en alta resolución
8. Confirmar con tu proveedor las especificaciones si se va a trabajar acabado.

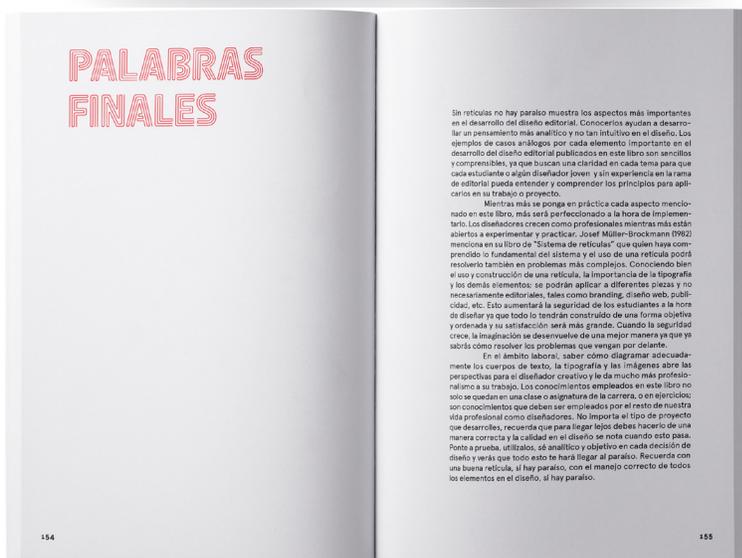
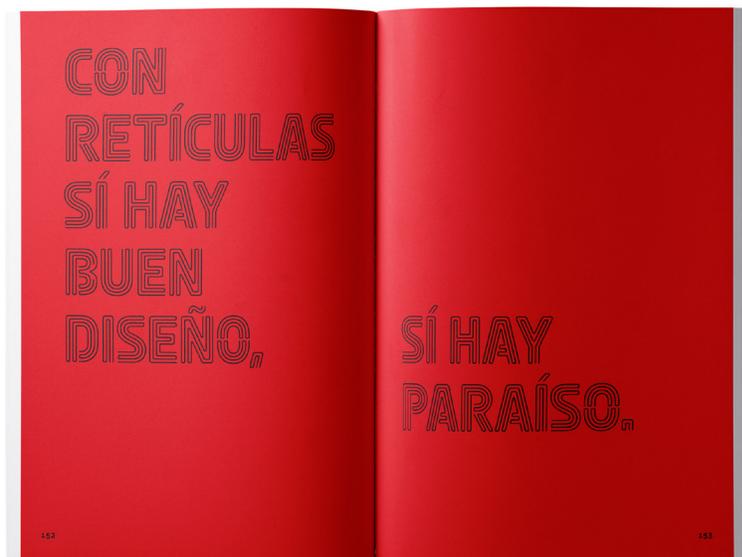
150

Proceso creativo

Hay aspectos técnicos que debes saber de cajón para mandar a cortar alguna impresión.

1. Tamaño de archivo. Si es una publicación editorial debes mandar siempre el tamaño abierto y el tamaño cerrado de la publicación.
2. Número de folios y de páginas.
3. Cuántas unidades se deberán imprimir.
4. Acabados. Eso si en alguna parte de la publicación va llevar troquelado y/o algún barniz UV o foil.
5. Especificación de colores. El número de tintas o si lleva tintas especiales como pantones.

151



CONTACTO Y CRÉDITOS GRÁFICOS

Agencia LOVE
Pág. 014
www.lovecreative.com

Alex Hunting Studio
Pág. 016, 081, 084, 126
www.alexhunting.co.uk

Andrés Higuero
Pág. 036, 157
www.be.net/andreshigueroz

Angel Sanz Correa
Pág. 128
www.be.net/angelsanzcorrea

Atlas
Pág. 018-019, 038, 080, 103
www.designbyatlas.com

Branch Ideas & Form
Pág. 079
www.studiobranch.com

Elizabeth Newell
Pág. 100
www.elizabeth-newell-mpportfolio.com

Estudio Guayabo
Pág. 135
www.guayabo.com.br

Fernanda Didiel
Pág. 140
www.be.net/fdidiel

Florencia Fuentes
Pág. 147
www.spines.com

Glen Thorpe
Pág. 115
www.be.net/gthorpeglen

Jorge León
Pág. 004
www.be.net/jorgeleon

Kerr Type
Pág. 043
www.type.method.ac

Klein-Gabriel
Pág. 004-007
www.klein-gabriel.co

Lead82
Pág. 038
www.lead82works

LG2-outique
Pág. 095
www.lg2.com

Marcin Kiełbaso
Pág. 188-197
www.stilico

Mark Maguire
Pág. 054
www.mark-maguire.com

Mark Brooks
Pág. 072
www.be.net/markbrooks

Marcin Mikowski/10Studio
Pág. 034
www.be.net/10studio

Math Wiley
Pág. 107, 109, 114
www.mathwiley.co.uk

Naraço - Eteberia
Pág. 090
www.naracoeteberia.com

Nouvelle étiquette
Pág. 144
www.nouvelle-etiquette.fr

Onab
Pág. 040
www.onab.ch

Over Mail
Pág. 075
www.be.net/overmail

Ofcom
Pág. 033
www.ofcom.com

Parlagram
Pág. 038-039, 032-033,
www.parlagram.com

Randoz Studio
Pág. 091
www.randozstudio.com

R magazine
Pág. 075
www.r-magazine.world

Sara Pallesen
Pág. 144
www.be.net/SaraPallesen

Scheldegger & Spiess
Pág. 124
www.park-books.com

SNW
Pág. 085
www.snw.co.uk

Snak
Pág. 097, 139, 140
www.snak.com

Studio Build
Pág. 127, 130, 134
www.studio.build

The New York Times Mag
Pág. 012, 028 *the music review*,
www.nytimes.com/section/magazine

Wedgo Studio
Pág. 127
www.wedgo.work

BIBLIOGRAFÍA

Ambrose, Gavin y Harris, Paul,
Formato, Editorial Parramón,
Barcelona, 2008

Ambrose, Gavin y Harris, Paul,
Fundamentos de la tipografía,
Editorial Parramón, Barcelona,
2009

Ambrose, Gavin y Harris, Paul,
Layout, Editorial Parramón,
Barcelona, 2007

Ambrose, Gavin y Harris, Paul,
Reticulo, Editorial Parramón,
Barcelona, 2008

Ambrose, Gavin y Harris, Paul,
Tipografía, Editorial Parramón,
Barcelona, 2007

Bringhurst, Robert,
Los secretos del estilo
epigráfico, Hartley and Marks,
Vancouver, 1992, 1997, 2004.

Bhaskaran, Lakshmi,
¿Qué es el diseño editorial?,
Editorial Index Book,
Barcelona, 2006

Caldwell, Cath y Zappert, Roland,
Diseño editorial,
Editorial Gustavo Gili,
Barcelona, 2014

De Buen, Jorge,
Manual del diseño editorial,
Editorial Santibana,
México, 2005

Kane, John,
Manual de tipografía, Editorial
Gustavo Gili, Barcelona, 2012

Lupton, Ellen,
Forma con tipos, Editorial
Gustavo Gili, Barcelona, 2011

Müller-Brockmann, Josef,
Sistemas de retículas, Editorial
Gustavo Gili, Barcelona, 1981

Samara, Timothy,
Diseño con y sin retícula,
Editorial Gustavo Gili,
Barcelona, 2004

Swann, Alan,
Cómo diseñar retículas, Editorial
Gustavo Gili, Barcelona, 1990

Tondreau, Beth,
Principios fundamentales de
composición: 100 proyectos de
diseño con retículas, Editorial
Blume, Barcelona, 2009

Villafuerte, Mónica,
Este tipo es tu tipo,
Guatemala, 2016

SIN RETÍCULAS NO HAY PARAÍSO, una metáfora de la novela de Gustavo Bolívar aplicada al desarrollo del diseño editorial, es una compilación de grandes diseñadores especializados en tipografía y en diseño editorial que aportan a la importancia de cada aspecto técnico para resolver bien el diseño editorial. Aspectos como la importancia del uso de la retícula, que es la base y el cimiento de cualquier material editorial.

Con el manejo de una buena retícula, sí hay un buen diseño... Si hay paraíso. El paraíso es eso, es llegar al diseño ideal, a un diseño editorial exitoso que cumpla con el concepto y objetivo planteado. Llegar al paraíso puede ser un camino difícil y largo pero en este libro podrás encontrar rutas que te llevarán a lo esencial para lograr y resolver de una forma eficaz el diseño editorial.

**SIN
RETÍCULAS
NO HAY
PARAISO**



153

Lecciones aprendidas

Las lecciones aprendidas pueden definirse como el conocimiento o entendimiento ganado por medio de la reflexión sobre una experiencia o proceso, o un conjunto de ellos. Las siguientes lecciones aprendidas se obtuvieron durante el proceso de gestión y producción del diseño gráfico.

01.

Durante la fase de planeación operativa, establecer fechas alcanzables y objetivas. Se debe conocer bien el proceso de gestión y diseño del proyecto establecido para saber como distribuir tiempos reales para lograr concluir el proyecto con tiempo y éxito.

02.

Dimensionar la magnitud de cada fase y del proyecto completo, para que los *deadlines* o fechas establecidos de entregas no afecten y generen estrés al final del proyecto y así aprovechar el tiempo en cada fase.

03.

La comunicación con los asesores, tanto de EPS, proyecto de graduación y asesores externos es esencial para toda las fases del proyecto ya que entre más asesoría se tenga más seguro se tendrá un buen resultado del proyecto.

04.

Dentro la planeación operativa, es importante ser objetivo con los gastos y costos que se colocan en el flujograma ya que ayudará mucho a entender la magnitud del proyecto y el gasto que se hará al concluirlo. También esto ahorra tiempo a la hora de establecer el presupuesto final en el informe.

05.

Investigar para poder sacar un concepto creativo fuerte y sólido. En la definición creativa, para sacar un concepto creativo es esencial la parte de investigación en profundidad. La investigación sirve para conocer y profundizar en aspectos para adquirir conocimiento y aspectos que sirven para construir un concepto más sólido. De la investigación se pueden sacar lineamientos gráficos para el proyecto.

06.

Validar todas las decisiones tomadas en la definición creativa con el grupo objetivo y hacerlos partícipes del proceso. Este tipo de validaciones es enriquecedor para el proceso ya que se pueden obtener datos o *insights* para las piezas a diseñar.

07.

Darle importancia significativa al insight. Se debe conocer y tener claro el insight a trasfondo ya que de ahí debe nacer el concepto creativo y se convierta en una guía gráfica para el desarrollo del proyecto; brindando códigos visuales y la generación de ideas que comuniquen el objetivo del concepto creativo definido.

08.

Al investigar y gestionar los temas sobre el diseño editorial se pudo expandir y adquirir nuevos conocimientos en esta área de diseño editorial y en la creación de material editorial.

09.

Realizar cada nivel de bocetaje consciente y de forma objetiva para que la evolución de la gráfica sea notoria. Desde el boceto a lápiz hasta las pruebas en digital, recordar que cada elemento que se coloque tiene un porqué y responde a un concepto creativo.

10.

Realizar pruebas de impresión. En la creación de piezas editoriales es sumamente importante la comprobación de la legibilidad de los códigos visuales, como la tipografía. No se puede confiar siempre en la computadora, por lo que hacer pruebas de impresión es necesario para validar los aspectos técnicos y de funcionalidad.

11.

Tener en mente la forma que las piezas diseñadas serán reproducidas. Si son reproducidas por medio de fotocopias, pensar que la elección de colores no afecte la reproducción de la misma ya que dependiendo el contraste de los colores será el resultado de la nitidez de las imágenes.

12.

Ser objetivo con la realización de instrumentos para la validación, investigar como realizar buenos instrumentos e incluso preguntas objetivas que den resultados y datos significativos y aporten al proyecto. Siempre sienta objetivos y sinceros.



Conclusiones

Conclu

01.

El proyecto realizado cumplió los objetivos ya que logra fortalecer el aprendizaje de los estudiantes en el desarrollo de habilidades editoriales y favoreció positivamente a la enseñanza - aprendizaje en asignatura de Diseño Visual 7. Los estudiante consideran pertinente los contenidos gestionados y establecidos dentro el libro realizado como proyecto. Afirman que sí aporta a la enseñanza y fortalece el aprendizaje del diseño editorial ya que contiene temas que no son profundizados en clase. Los catedráticos de Diseño Visual 7 consideran que el material propuesto como proyecto es valioso por que ayuda a ejemplificar temas de forma directa para los estudiantes. Afirmaron que favorece a la enseñanza dentro de la clase y por el tipo de análisis y ejemplos gráficos ayuda al aprendizaje.

"El libro explica de manera clara y directa técnicas del diseño editorial, eso es suficientemente enriquecedor." - Jackie Ubeda, estudiante de 8vo semestre.

02.

El libro es considerado por los estudiantes y catedráticos como una excelente herramienta directa ya que no todos tienen la capacidad de adquirir libros por sus precios, por lo que tener un fácil acceso al material de apoyo completo y con temas que el estudiante espera profundizar hace que la experiencia en diseño editorial sea significativa para ellos ya que entienden la importancia del buen desarrollo del diseño editorial mediante el análisis de casos análogos y aplicaciones.

03.

El material de apoyo diseñado para la asignatura de Diseño Visual 7 logra vincular la teoría con la práctica mediante el libro y el proyecto complementario, el cuadernillo de ejercicios editoriales. Utilizando ambos materiales, el estudiante podrá lograr vincular la teoría con la práctica eficientemente.

siones

"El libro es valioso y excelente para usarlo en la asignatura porque toca temas esenciales del desarrollo del diseño editorial" - Jairo Choché, catedrático de Diseño Visual 7.

04.

La Escuela de Diseño Gráfico al implementar el uso del material de apoyo realizado como proyecto de graduación podrán fortalecer el aprendizaje en los estudiantes en el área editorial teniendo como resultado un perfil del egresado más óptimo al objetivo educacional de la Escuela. Fortaleciendo esta área, los estudiantes realizarán proyectos editoriales mejor ejecutados que podrán sobresalir en el mercado.

05.

Durante la validación con grupo objetivo y catedráticos, se concluyó que el material de apoyo no debería quedarse solo para la asignatura de Diseño Visual 7, si no que sea un material abierto para cualquier estudiante de cualquier semestre para asignaturas que requieran desarrollo de diseño editorial.

06.

Mediante el proyecto de graduación, la Escuela de Diseño Gráfico aporta la sociedad mediante la fortaleza del desarrollo de aprendizaje del diseño gráfico. En la sociedad todo es visual y fortaleciendo en los estudiantes el buen desarrollo del diseño editorial podrá aportar a la sociedad un diseño estético y más funcional. Esto ayudará al desarrollo del país ya que su diseño comunicará de mejor manera.

07.

Mediante el desarrollo y el proceso del proyecto de graduación, se obtuvo nuevos conocimientos en el desarrollo del diseño editorial y el uso correcto de cada elemento para la creación de material editorial. También se aprendió sobre la gestión de proyecto, desarrollos de presupuestos ideales y llevar un control de cada fase.



161

Recomendaciones

A la institución

01.

Utilizar el material diseñado para la asignatura de Diseño Visual 7 y otras asignaturas que requieran el desarrollo de diseño editorial. El libro debe ser proporcionado a los estudiantes al inicio del semestre. Se recomienda ser proporcionado de forma digital o bien, fotocopias.

02.

De ser reproducido en una imprenta, el libro debe ser impreso en bond 120, full color y puede ser en pasta dura o en pasta blanda. Se recomienda que sea en pasta dura para que el libro sea durable. El encuadernado debe ser cosido en cuadernillos, ya que esto garantizará la su apertura sin dificultad. De imprimir cierta cantidad de libros, podrán ser vendidos por un precio significativo para los estudiantes que quieran adquirir el libro físico.

03.

Proporcionar el libro junto al cuadernillo de ejercicios "La Ruta", propuesto como proyecto complementario del libro, ya que consta con ejercicios que puede ser utilizados en clase para que los estudiantes puedan poner en práctica la teoría proporcionada en el libro "Sin retículas no hay paraíso"

04.

De no ser proporcionado el material impreso, se contará con 2 copias físicas impresas en la biblioteca de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Los estudiantes podrán tener acceso directo a este material físico.

A la Escuela de Diseño Gráfico, USAC.

01.

El proceso de proyecto de graduación debería empezarse desde el 9no semestre la carrera de la Licenciatura de Diseño Gráfico. El diagnóstico, la redacción del protocolo, la planeación operativa y la redacción del marco teórico debería realizarse desde el semestre mencionado antes, para que luego en el 10mo semestre solo realice la definición creativa y los niveles de validación. Esto ayudará a que la calidad de trabajo y gráfica sea mejor ya que habrá más tiempo para enfocarse en esta fase.

02.

Establecer una forma de llevar cada fase del proyecto de graduación por parte de los asesores de la Escuela de Diseño. Esto para evitar confusiones en los estudiantes de opiniones diferentes de cada asesor y establecer un acuerdo entre los asesores sobre los lineamientos de cada fase.

03.

Implementar nuevas tecnologías para la gestión del proyecto de graduación con fechas de entrega o *deadlines* específicos simulando entregas como el ámbito laboral para darle más profesionalismo al proceso de cada fase. Nuevas tecnologías como *Design Engine* que ayuda a tener un mejor control de fechas de entrega y un mejor *feedback* directo para que los estudiantes sepan en qué realizar cambios.

04.

Implementar talleres, o dentro la asignatura de Proyecto de Graduación 1 y 2, la realización de instrumentos de validación. Esto ayudará al buen desarrollo de instrumentos efectivos para los niveles de validación. Es necesario conocer bien el uso correcto de cada instrumento y técnica como focus group, entrevistas, guías de observación, etc. Esto servirá para tener resultados más profesionales y eficientes.

05.

Realizar dentro la carrera de Diseño Gráfico talleres o clases sobre la creación de presupuestos, sobre todo de tarifas en diseño tanto nacionales como internacionales, ya que es evidente que es una deficiencia en los estudiantes y no sé sabe con profundidad a establecer un presupuesto objetivo y certero.

A los futuros estudiantes**01.**

Comprometerse con el proyecto en general y las fechas de cada fase establecidas para sacar el proyecto en el tiempo correcto. Hacer cada fase de forma objetiva. Tomarse en serio el proyecto desde las primeras fechas para evitar trabajar a última hora los procesos. Dimensionar la magnitud del proyecto y trabajar mediante prioridades para ir cumpliendo en cada fase y no generar estrés que puede perjudicar la salud de cada uno.

02.

Realizar pruebas de impresión cuando se realicen materiales editoriales para comprobar la legibilidad de la tipografía, la aplicación de tracking, kerning y el tamaño de interlineado. También es indispensable la creación de prototipos del material editorial para comprobar la funcionalidad de los márgenes y la retícula empleada.

03.

Ser conscientes con la creación de insight y el concepto creativo ya que en base a esto se determinará los lineamientos gráficos para toda la propuesta a diseñar. Investigar mucho para construir un concepto creativo sólido y fuerte.

04.

Avocarse a los asesores de parte de la Universidad y los externos para llevar un buen control de cada fase y así no tener confusiones posteriormente. También avocarse a egresados para que puedan ser ayuda en el proceso del proyecto.

05.

Asegurarse desde la fase diagnóstica que la institución seleccionada tenga opciones para ser desarrolladas como proyectos de graduación y la información necesaria para lograr llevar a cabo los proyectos de graduación.

Fuentes consultadas

Ambroise, G & Harris, P. (2008). Formato (3ra ed.). Barcelona, España, Parramón.

Ambroise, G & Harris, P. (2006). Color (1ra ed.). Barcelona, España, Parramón.

Ambroise, G & Harris, P. (2007). Tipografía (2da ed.). Barcelona, España, Parramón.

Ambroise, G & Harris, P. (2008). Reticula (1ra ed.) Barcelona, España, Parramón.

Bautista, F. (2012) Diversificación en la enseñanza del diseño gráfico. Recuperado de: <https://foroalfa.org/articulos/diversificacion-en-la-ensenanza-del-diseno-grafico>

Brashkaran, L. (2006). ¿Qué es diseño editorial?. China, Index Book, S.L.

Bringhurst, R. (2014). Los elementos del estilo tipográfico (2da ed., Vol. 1). Cánada, Libros sobre libros.

Caldwell, C., & Zappaterra, Y. (2014). Diseño editorial. Barcelona: GG.

Calles, P. (2006) Notas incómodas sobre la enseñanza del diseño. Recuperado de: <https://foroalfa.org/articulos/notas-incómodas-sobre-la-ensenanza-del-diseno>

Carvajal, M (2009) La didáctica. Recuperado de: http://www.fadp.edu.co/uploads/ui/articulos/LA_DIDACTICA.pdf

De las Casas, C. (2014) El diseño gráfico y su responsabilidad Social. Pág. 3-4. Recuperado de: http://www.creatividad-sociedad.com/articulos/22/16_Moreno.pdf

Del Prado, I. L. (2011). Aprendizaje Significativo (David Ausubel). Recuperado de: <http://portal.educ.ar/debates/eid/docentes/materiales-escolares/aprendizaje-significativo-davi.php>

Días, C., Caro, N., y Gauna, E. (2017). Cambio en las estrategias de enseñanza-aprendizaje para la nueva Generación Z o de los "nativos digitales". Recuperado de <http://repositorial.cuaed.unam.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/4134/1/VE14.164.pdf>

Depto. de Registro y estadística USAC "Avance estadístico no.1 2017" Sección de estadística, Recuperado de: http://rye.usac.edu.gt/formularios_rye/AvanceTitulos.pdf

Esquivel, L. (s.f) Responsabilidad Social del Diseño. Recuperado de: <http://inventio.uaem.mx/index.php/inventio/article/view/109/189>

Estrategia y Negocios. (s.f). Así compra la generación millennial. Asociación de Gerentes de Guatemala. Recuperado de <http://www.agg.org.gt/asi-compra-la-generacion-millennial/>

- Feldman, R. S. (2005). *Psicología: con aplicaciones en países de habla hispana* (6 ed.). México: McGrawHill.
- Ferreira, E. (2014) Crisis de la educación en el diseño. Recuperado de: <https://foroalfa.org/articulos/crisis-de-la-educacion-en-el-diseno>
- Facultad de Arquitectura. Diseño gráfico. Recuperado de: <http://www.farusac.com/index.php/disenio-grafico>
- Gutiérrez, A.(2015). La generación Millennials y la nueva política. *Revista de estudios de juventud*, 108: 161-169. Recuperada de <http://www.injuve.es/sites/default/files/2015/35/publicaciones/12.%20La%20generación%20Millennials%20y%20la%20nueva%20pol%C3%ADtica.pdf>
- Gutiérrez, A. (2016). 6 rasgos clave de los millenials, los nuevos consumidores. *Revista Forbes México*. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/>
- Martinis, R. (2017) 8 señales de que algunas escuelas de diseño atrasan 15 años. Recuperado de: <https://foroalfa.org/articulos/8-senales-de-que-algunas-escuelas-de-diseno-atrasan-15-anos>
- Ghinaglia, D. (2009, 08). Taller de diseño editorial Entre corondeles y tipos . *Diseño en Palermo. Encuentro Latinoamericano de Diseño*. . Obtenido, de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/CE-121.pdf
- IDEO (s.f.) About IDEO Obtenido de <http://www.ideo.com/about/>
- Johnson, D, Johson, R, and Smith, K.A. (2000) *Active Learning: Cooperation in the College Classroom*, Interaction Book, Edina, MN.
- Karp, A. (1985). 101 reglas para el diseño de libros. Municipio Habana Vieja, Cultura y Ciencia Ciudad de La Habana.
- Kunz, W. (2003). *Tipografía Macro y Microestética*. Barcelona, España, Gustavo Gili, S.A.
- Listopag, A. (2012, 08). *Concepto Creativo*. Obtenido de <https://www.slideshare.net/AnaListopad/concepto-en-diseno>
- Lupton, E. (2012). *Intuición, acción, creación*. *Graphic Design Thinking* (1a ed., Vol. 3er.). Barcelona, España, GG.
- Mercedes, A. (2012) *Reflexión Académica en Diseño & Comunicación*. Recuperado de: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/429_libro.pdf
- Morales, R. (2010) *Responsabilidad social del Diseñador Gráfico*. Recuperado de: <https://www.diseñosresponsable-social.net/ricardoom/responsabilidad-social-del-diseador-grfico-ricardo-morales>
- Navarro, E. (2012) Debate: ¿Las universidades matan la creatividad?. Recuperado de: <https://foroalfa.org/articulos/las-universidades-matan-la-creatividad>
- Palomera, J. (2010, 11). *El Fanzine*. Obtenido de <http://armosparche.wikispaces.com/file/view/El+Fanzine.pdf>
- Penagos, Jiménez e Hidalgo. (2010) *Readecuación Curricular*.
- Pimienta, J. (2012). *Estrategias de enseñanza – aprendizaje* (1 ed., pp. 1-179). México, Naucalpan de Juárez, Edo. de México: PEARSON.
- Pinaud, N. (2003). *Perfil de la Generación Y Chilena*. Tesis Universidad de Chile. Págs. 71. Recuperado en <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/112254/Perfil%20de%20la%20Generacion%20Y%20Chilena%20-%20Carolina%20Sepúlveda.pdf?sequence=3>
- Quiñones, C. (2013). *Desnudando Mentes*. Obtenido de http://static0.planetadelibros.com.co/libros_contenido_extra/31/30494_1_Desnudadnolamente.pdf
- Rovira, M. (2014) ¿Qué puedes hacer tú por el diseño? Recuperado de: <https://foroalfa.org/articulos/que-puedes-hacer-tu-por-el-diseno>
- Samara, T. (2008). *Diseñar con y si retícula* Barcelona, España, GG.
- Sánchez, A. Los millenials y lo que deben hacer las empresas para adaptarse a ellos. *Capital Humano* 301: 74-77.
- Scher, P. (2017) *Documental Abstract: The Art of Design*.
- Sierra, A. (2012, 11). *Metodologías para el diseño*. +MAS D, *Revista de digital de diseño*. Obtenido de <http://masd.unbosque.edu.co/13/metodologias-para-el-diseno>
- Silvestre, E., y Cruz, O. (2016). Conociendo la próxima generación de estudiantes universitarios dominicanos a través de las redes sociales. *Revista Ciencia y Sociedad*, 41(3): 475-503.
- Solares, A. (2001) *Las metodologías activas de enseñanza*. Recuperado de: <http://www.ehu.es/documents/1870360/2173146/Caracteristicas-metodologias-activas-cast.pdf>
- The Brand Bean y Censo Argentino (2010). *Generación Zeta*. Recuperado de <http://www.thebrandbean.com/images/case-studies/Generacion-Zeta/generacion-zeta-es.pdf>
- Torres, A. (s.f) *La Teoría del Aprendizaje Significativo de David Ausubel*. Recuperado de: <https://psicologiymente.net/desarrollo/aprendizaje-significativo-david-ausubel>
- Villamizar, J. (2004). *Taller de Diseño Editorial*. Obtenido de <https://goo.gl/hUC4kW>

Glosario

01. Columna. Las columnas son las secciones verticales de una retícula. A mayor columnas en la retícula, mayor flexibilidad se tendrá para componer el cuerpo de texto en una página. (Valverde, F. 2014)

02. Enseñanza-aprendizaje. Se considera que en este proceso existe una relación dialéctica entre profesor y estudiante, los cuales se diferencian por sus funciones; el profesor debe estimular, dirigir y controlar el aprendizaje de manera tal que el alumno sea participante activo, consciente en dicho proceso, o sea, "enseñar" y la actividad del alumno es "aprender". (Ortiz, H. 2008)

03. Focus Group. Se conoce también como grupo focal. El grupo focal es una técnica de investigación de marketing cualitativo realizada para probar productos, servicios, ideas, embalajes, fijación de precios, publicidad, concepto, o cualquier otra actividad de marketing que una compañía pueda estar dispuesta a realizar. (Recuperado de: www.sinternational.com)

04. Formato. Es la manifestación física de una publicación editorial. Estos formatos pueden ser en tamaños específicos y en la orientación que tenga la publicación editorial.

05. Insight. Los insights constituyen verdades humanas que permiten entender la profunda relación emocional, simbólica y profunda entre un consumidor y un producto. Un *insight* es aquella revelación o descubrimiento sobre las formas de pensar, sentir o actuar del consumidor frescas y no obvias, que permiten alimentar estrategias de comunicación, branding e innovación. (Quiñonez, C. 2013)

06. Jerarquía. La jerarquía es un importante fundamento del diseño donde se le da más peso a ciertos elementos, estos se hacen más importantes. De esta manera, se puede comunicar más fácilmente ya que la jerarquía ayuda a que la información presentada sea procesada de manera más sencilla. (Hernández, L. 2016)

07. Libro. Un libro es una obra dispuesta en hojas de papel encuadradas y protegidas por una cubierta. En general, para ser considerado un libro, debe tener al menos 50 páginas, y puede estar distribuido en varios tomos o volúmenes. Se llama libro a una obra que trata sobre cualquier tema e incluso que no contiene palabras, sino sólo imágenes. (Bembibre, V. 2008)

08. Lomo. Un lomo es donde se imprimen los datos de título, número o tomo de una colección, el autor, logotipo de la editorial, etc. (Gálvez, K. 2010)

09. Mancha tipográfica. Es el área que ocupa el texto en la página en blanco. El formato de la página y la amplitud de los márgenes determina la dimensión de ésta. (González. 2011)

10. Maquetación. La maquetación es la composición de una página, la compaginación de diferentes elementos. Es la forma de ocupar el espacio del plano de la página. Maquetar un diseño, consiste en dar un formato a los documentos, a todo el conjunto de elementos que lo componen, las imágenes, los textos, etc. (Becerra, G. 2008)

11. Monotonía. La monotonía es la uniformidad o falta de variedad o de matices en cualquier cosa. De allí que como monotonía también se denomine la uniformidad o igualdad de tono. Por otro lado, sinónimos de monotonía pueden ser invariabilidad, uniformidad, aburrimiento o tedio. (Recuperado de: www.significados.com/monotonia)

12. Retícula. La retícula es una estructura a base de líneas, generalmente verticales y horizontales, las cuales ayuda a ordenar coherentemente todos los elementos de la composición como son: título, subtítulo, cuerpo del texto, fotografías, pie y crédito de foto, slogan, ideas resaltadas y numeración. Cada línea sirve de guía para colocar márgenes y medianiles (espacio entre columnas). (Hernández, M. 2009)

13. Sangría. En tipografía, desplazar el inicio de una o más líneas con respecto al de las demás líneas de un bloque de texto. La sangría más usual es la que reduce el tamaño de una línea (una especie de "mordisco", de ahí el nombre de "sangría"). Ese es el caso de la sangría inicial del párrafo, por la que las primeras líneas de cada párrafo comienza más adentro que las demás, pero también existen sangrías negativas (sangrías francesas). (Muñoz, G. 2015)

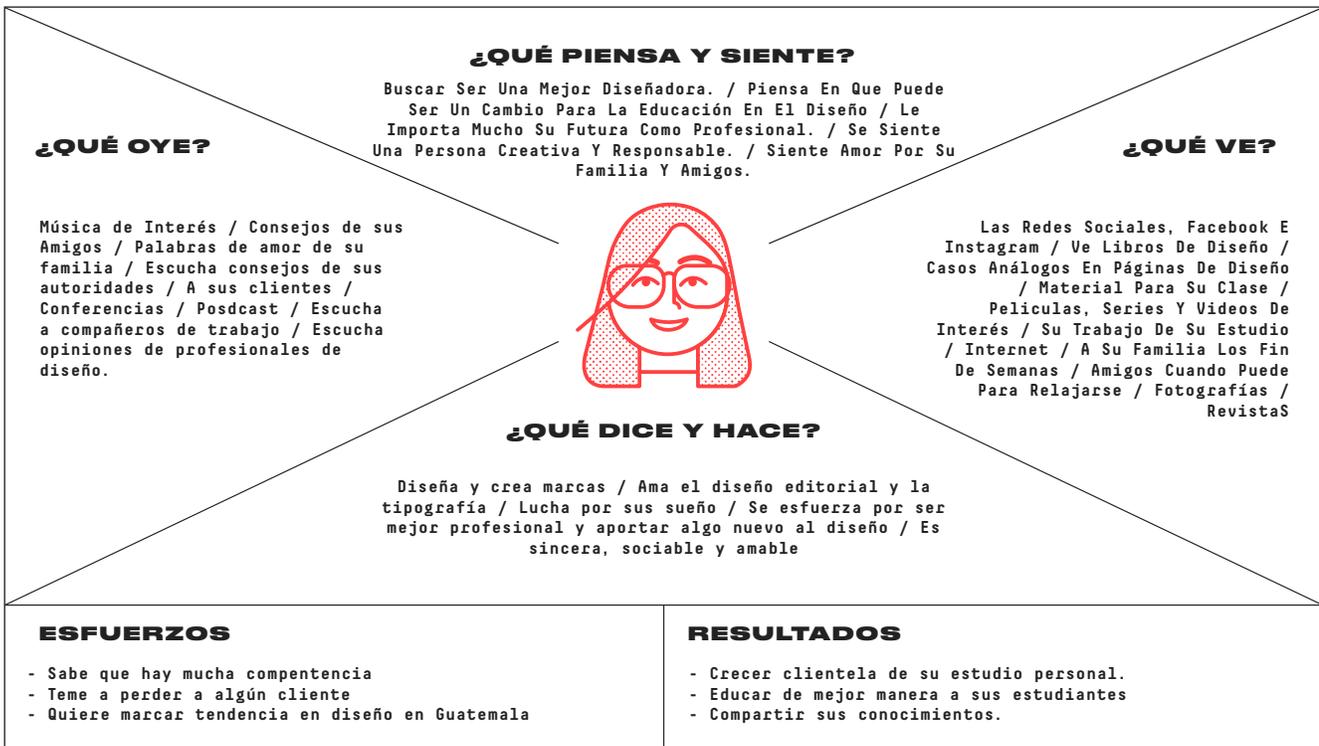
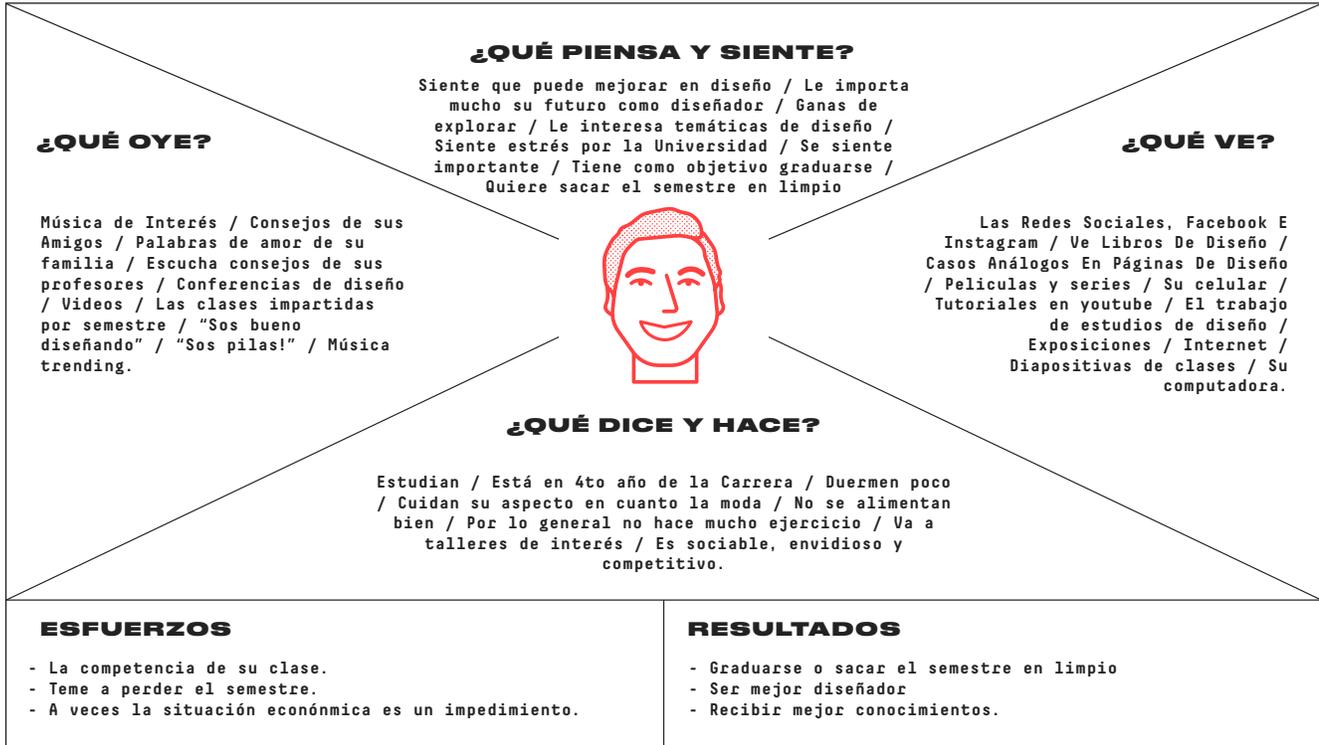
14. Tipografía. Es el estudio de las letras y la elaboración y creación de símbolos para la comunicación escrita impresa. (Muñoz, G. 2015).

15. Validación. Validar significa mostrar la conformidad con un hecho en concreto, utilizan instrumentos para documentar dicha validación. (Nicuesa, M. 2016).

AneXos

Anexo 01

Mapa de empatía



Anexo 02

Encuesta - Concepto creativo



Bloqueo mental

Instrumento dirigido a estudiantes diseñadores gráficos de la Universidad de San Carlos de Guatemala, respecto a como salir del bloqueo mental.

01. ¿Qué haces cuando sientes que tienes un bloqueo mental?

- Busco música nueva Busco referencias
 Veo videos musicales Salgo de mi lugar de trabajo
 Veo videos chistosos

02. De 1 a 5, ¿Qué tan importante crees que es la música para escapar de tu bloqueo mental y alimentar tu creatividad?

- 1 2 3 4 5

03. ¿Qué tipo de música te gusta escuchar en esos momentos?

- Pop Reggueton
 Psychedelic Jazz
 Rock Instrumental

04. De 1 a 5, ¿Qué tan importante crees que es la búsqueda de referencias para escapar de tu bloqueo mental y alimentar tu creatividad?

- 1 2 3 4 5

05. ¿Qué página utilizas para buscar referencias? _____

06. De 1 a 5, ¿Qué tan importante crees que es la visualización de videos musicales y/o chistoso para escapar de tu bloqueo mental y alimentar tu creatividad?

- 1 2 3 4 5

07. ¿Por qué te gusta ver videos para escapar del bloqueo creativo?

- Porque me gusta ver visuales. Porque me gusta ver tutoriales para inspirarme
 Porque me gusta ver lo efectos especiales Porque me rio, y así despejo mi mente

08. ¿A dónde te gusta salir para escapar del bloqueo creativo? _____

09. ¿Qué otro tipo de técnica o acción realizas para salir de ese bloqueo creativo o mental?

Anexo 03

Encuesta - Cultura visual



Cultura visual

Evaluación de la opinión del grupo objetivo acerca de la referentes visuales de diseño, dirigido a alumnos de la Escuela de Diseño gráfico USAC. Realizado como parte del proceso del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) y Proyecto de Graduación del alumno Andrés Higueros, destinado para el uso de alumnos de la Escuela de Diseño Gráfico Usac.

01. De las siguientes opciones, ¿Qué estilo de gráfica le llamaría más la atención para un libro?



02. De estas opciones de tipografías, ¿Por cuál opción te inclinas más?



03. En cuanto a la distribución de elementos en la retícula como imagen y texto, ¿Qué opción prefieres más?



04. Para un libro, ¿Qué tipo de formato crees que podría ser más cómodo para ti?



05. De la siguiente gama de colores, seleccione únicamente 2 opciones



Anexo 04

Validación nombre



Encuesta / Nombre Libro

Encuesta realizada a estudiantes de la Escuela de Diseño Gráfico. - 8vo. Semestre. El objetivo de esta encuesta es para determinar el nombre de un libro para un proyecto de graduación, dirigido al diseño editorial.

01. ¿Cuál de estos dos títulos te llama más la atención para un libro?

- Entre medianiles Sin retículas no hay paraíso

02. Si tu respuesta fue "Entre medianiles", cuéntanos porque:

03. Si tu respuesta fue "Sin retículas no hay paraíso", cuéntanos porque:

04. ¿Cuál de estos dos títulos te hace referencia sobre temas de diseño editorial?

- Entre medianiles Sin retículas no hay paraíso

05. ¿Te gustaría tener un libro con alguno de estos títulos?

- Si No

Anexo 05

Instrumento Autoevaluación



Universidad de San Carlos de Guatemala

Facultad de Arquitectura

Escuela de Diseño Gráfico

EPS 2017

| | | Principios a evaluar en el diseño | | | | | | | | | | |
|--------------------|----------|-----------------------------------|---------------|----------|-------------|-------------|-------------|--------------|------------------|--------------------|--------------|----------------|
| Páginas interiores | | Pertinencia | Memorabilidad | Fijación | Legibilidad | Composición | Abstracción | Estilización | Identidad visual | Diseño tipográfico | Uso de color | RESULTADO / 50 |
| opción | Opción 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| | Opción 2 | 3 | 1 | 3 | 4 | 3 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 18 |
| | Opción 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 1 | 5 | 0 | 0 | 33 |
| | Opción 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 16 |
| | Opción 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3.5 | 3 | 1 | 3 | 0 | 0 | 26.5 |
| | Opción 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 0 | 0 | 34 |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |



Universidad de San Carlos de Guatemala

Facultad de Arquitectura

Escuela de Diseño Gráfico

EPS 2017

| | | Principios a evaluar en el diseño | | | | | | | | | | |
|------------------|----------|-----------------------------------|---------------|----------|-------------|-------------|-------------|--------------|------------------|--------------------|--------------|----------------|
| Portada de Libro | | Pertinencia | Memorabilidad | Fijación | Legibilidad | Composición | Abstracción | Estilización | Identidad visual | Diseño tipográfico | Uso de color | RESULTADO / 50 |
| opción | Opción A | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| | Opción B | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 2 | 0 | 33 |
| | Opción C | 3 | 2 | 2 | 5 | 3 | 2 | 2 | 5 | 2 | 0 | 26 |
| | Opción C | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 0 | 23 |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |

Anexo 06

Instrumento validación 2 - Profesionales



FACULTAD DE
ARQUITECTURA

Validación No.2

Encuesta

Como parte de Proyecto de Graduación se elaborará un libro que está destinado para ser un material de apoyo para la asignatura de Diseño Visual 7, enfocado en diseño editorial. El objetivo de esta encuesta es evaluar los aspectos técnicos de la pieza a realizar. Marca con una X tu respuesta en cada aspecto.

Nombre: _____ Edad: _____ Profesión: _____

01. Portada

01. ¿La tipografía refleja la identidad y concepto del proyecto? Si No
02. ¿Considera usted que el título del proyecto es legible? Si No
03. ¿El nivel de abstracción del contenido gráfico en la portada responde y se entiende con el concepto creativo? Si No
04. En cuanto la jerarquía de la portada, ¿Considera usted que permite una clara secuencia de la lectura? Si No
05. ¿Considera usted que la composición y la unidad visual de los elementos llaman la atención y generan impacto? Si No
06. ¿Considera que la paleta de colores utilizada genera un impacto visual y atrae la atención por su alto contraste? Si No
07. Estas dos propuestas para la portada presenta un variante en la forma del laberinto, ¿Cuál considera que es más atractiva visualmente? Op1 Op2

Comentarios:

02. Interiores

01. ¿La diagramación refleja la identidad y concepto del proyecto? Si No
02. ¿Considera usted que el diseño de las portadillas aportan al concepto? Si No
03. ¿El nivel del uso de la retícula y la composición de la mancha tipográfica responde con el concepto creativo? Si No
04. ¿Considera usted que la diagramación del contenido permite una clara secuencia de la lectura? Si No
05. ¿Cree que el uso de la retícula hace que la lectura visual sea dinámica? Si No
06. ¿Considera usted que es entendible la jerarquía tipográfica dentro el cuerpo de texto? Si No
07. ¿Cree que todos los elementos tipográficos dentro de la página son legibles? Tales como: marcadores, títulos, subtítulos, comentarios, etc. Si No
08. ¿Considera que el diseño del libro y contenido es pertinente y atractivo para el grupo objetivo? Si No
09. ¿Cree que el tamaño favorece a la lectura y comodidad del lector? Si No

Comentarios:

¡Gracias!

Validación No.2

Anexo 07

Instrumento validación 3 - GO



Validación No.3

Como parte de Proyecto de Graduación se elaborará un libro que está destinado para ser un material de apoyo para la asignatura de Diseño Visual 7, enfocado en diseño editorial. Con el libro, se pretende que los estudiantes puedan tener un contacto directo con comentarios de diseñadores expertos en editorial sobre los aspectos importantes en esta rama. El objetivo de esta encuesta es evaluar la funcionalidad de la pieza editorial. Marca con una X tu respuesta en cada aspecto.

Nombre: _____ Edad: _____ Semestre: _____

01. A su criterio, la tipografía usada en el contenido es: Fácil de leer _____ Difícil de leer _____

02. A su criterio, la tipografía en títulos y portada es: Fácil de leer _____ Difícil de leer _____

03. ¿Considera que la tipografía como elemento gráfico aporta al diseño de la publicación editorial? Si _____ No _____

¿Por qué? _____

04. ¿Cree que la paleta de colores ayuda a destacar aspectos importantes en el libro? Si _____ No _____

¿Por qué? _____

05. ¿Como considera color rojo en la portada y en los interiores?

06. ¿Qué piensa de la composición de los elementos, como: imágenes, tipografías y cuerpo de texto, en el libro?

07. ¿Considera que la retícula empleada en el libro, mantiene un orden lógico en los elementos y ayuda a tener un recorrido visual fácil? Si _____ No _____

¿Por qué? _____

08. ¿Cree que la diagramación del libro cumple con un aspecto académico? Si _____ No _____

09. ¿Que piensa del tamaño del libro?

10. ¿Considera que el formato del libro es cómodo y fácil de manejar?

Si No

¿Por qué? _____

11. A su criterio, ¿Cree que las imágenes vectoriales y las fotografías ilustran claramente el contenido?

Si No

¿Por qué? _____

12. ¿Que piensa del nombre del libro, "Sin retículas no hay paraíso"?

13. ¿Considera que el lenguaje empleado en el libro se entiende adecuadamente?

Si No

¿Por qué? _____

14. Según su criterio el lenguaje en el libro es

Académico Técnico Formal

15. ¿Cree que los temas empleados en el libro son pertinentes para la asignatura de Diseño Visual 7?

Si No

¿Por qué? _____

16. ¿Los capítulos del libros los considera pertinentes para el desarrollo del diseño editorial?

Si No

¿Por qué? _____

17. ¿Cree que el libro "Sin retículas no hay paraíso" es pertinente como material de apoyo para la asignatura de Diseño Visual 7?

Si No

¿Por qué? _____

18. ¿Encontró un aporte significativo en el material?

¡Gracias!

Validación No.3

Anexo 08

Instrumento validación 3 - Catedráticos



Validación No.3

Como parte de Proyecto de Graduación se elaborará un libro que está destinado para ser un material de apoyo para la asignatura de Diseño Visual 7, enfocado en diseño editorial. Con el libro, se pretende que los estudiantes puedan tener un contacto directo con comentarios de diseñadores expertos en editorial sobre los aspectos importantes en esta rama. El objetivo de esta encuesta es evaluar la funcionalidad de la pieza editorial. Marca con una X tu respuesta en cada aspecto.

Nombre: _____ Curso: _____

01. A su criterio, la tipografía usada en el contenido es: Fácil de leer _____ Difícil de leer _____

02. A su criterio, la tipografía en títulos y portada es: Fácil de leer _____ Difícil de leer _____

03. ¿Considera que la tipografía como elemento gráfico aporta al diseño de la publicación editorial? Si _____ No _____

¿Por qué? _____

04. ¿Cree que la paleta de colores ayuda a destacar aspectos importantes en el libro? Si _____ No _____

¿Por qué? _____

05. ¿Como considera color rojo en la portada y en los interiores?

06. ¿Qué piensa de la composición de los elementos, como: imágenes, tipografías y cuerpo de texto, en el libro?

07. ¿Considera que la retícula empleada en el libro, mantiene un orden lógico en los elementos y ayuda a tener un recorrido visual fácil? Si _____ No _____

¿Por qué? _____

08. ¿Cree que la diagramación del libro cumple con un aspecto académico? Si _____ No _____

09. ¿Qué piensa del tamaño del libro?

10. ¿Considera que el formato del libro es cómodo y fácil de manejar? Sí No

11. A su criterio, ¿Cree que las imágenes vectoriales y las fotografías ilustran claramente el contenido? Sí No

12. ¿Qué piensa del nombre del libro, "Sin retículas no hay paraíso"?

13. ¿Considera que el lenguaje empleado en el libro se entiende adecuadamente? Sí No

¿Por qué? _____

14. Según su criterio el lenguaje en el libro es

Académico Técnico Formal

15. ¿Cree que los temas empleados en el libro son pertinentes para la asignatura de Diseño Visual? Sí No

¿Por qué? _____

16. ¿Cree que el material constituye a la didáctica del aula? Sí No

¿Por qué? _____

17. ¿Cree que el libro "Sin retículas no hay paraíso" es pertinente como material de apoyo para la asignatura de Diseño Visual? Sí No

¿Por qué? _____

18. ¿Encontró un aporte significativo en el material?

19. ¿Considera el libro como un aporte significativo al desarrollo de la docencia para el diseño editorial? Sí No

¿Por qué? _____

¡Gracias!

Validación No.3

Anexo 09

Costos del proyecto

El cálculo del presupuesto indica el donativo económico a través del Ejercicios Profesional Supervisado y el Proyecto de Graduación a la sociedad Guatemalteca y a la Escuela de Diseño Gráfico, USAC.

Gastos administrativos por 4 meses de trabajo

| Clasificación | Total |
|-----------------------|-----------|
| Equipo y depreciación | Q2,500.00 |
| Internet | Q1,000.00 |
| Energía eléctrica | Q1,600.00 |
| Subtotal 01 | Q5,100.00 |

Viáticos y otros gastos

| Clasificación | Total |
|------------------------------------|-----------|
| Transporte y gasolina | Q3,000.00 |
| Papel y lapiceros | Q400.00 |
| Tinta | Q400.00 |
| Impresiones (Dummies y prototipos) | Q1,350.00 |
| Subtotal 02 | Q5,150.00 |

Servicios profesionales

| Clasificación | Total |
|---|------------|
| Recopilación de datos | Q2,537.00 |
| Gestión y mediación de contenido (Q690.00 por página) | Q25,530.00 |
| Redacción de contenido | Q1,280.00 |
| Conceptualización | Q2,500.00 |
| Creatividad, diseño y diagramación de libro (160 páginas x Q125.00 por página diagramada) | Q20,000.00 |
| Diseño y creatividad de portada | Q1,300.00 |
| Inversión en licencias de tipografías | Q620.00 |
| Validación | Q850.00 |
| Diseño de gráficos | Q600.00 |
| Subtotal 03 | Q56,497.00 |

Costo total estimado de proyecto

Q66,747.00

Cotizaciones

Para el proyecto se cotizaron en varias imprentas para establecer el precio. El libro se cotizó en papel bond 120 grms., full color, con pasta dura y cosido en cuadernillos.

Cotización Print Studio

|  | Dir / 39 calle C 13-50 zona 8, Guatemala Ciudad Tel / 502 24736605 Web / www.printstudio.com | Presupuesto: 065 | |
|---|--|---------------------------|------------------|
| | | Fecha: 23-Oct-2017 | |
| Ciente: Att.: Andres Higueros | | | |
| Descripción | Cantidad | Precio Unitario | Precio total |
| LIBRO | | | |
| Medida: 9.20" x 6.5" (cerrada) - 9.20" x 13" (abierta) | 2 | Q1,315.00 | Q2,630.00 |
| Interiores: consta de 164pag incluyendo portada, impresas en papel Bond 120grs a full color tiro y retiro. | 5 | Q635.00 | Q3,175.00 |
| Acabados: post-corte, dobladora, troqueladora, cosido pasta dura. | | | |
| TIEMPO DE ENTREGA: A convenir con el cliente despues de autorizada la prueba de color. | | | |

Forma de pago: 50% anticipo y 50% contra entrega.
 Precios presentados incluyen IVA.

Estos precios tienen 30 días de validez. Una orden de compra o esta cotización firmada será requerida antes de comenzar su producción. **10% +/-** constituyen una entrega aceptable, por lo que el cobro será basado en la cantidad exacta entregada.

Quedo a la espera de su confirmación y de antemano gracias por preferirnos

Atentamente,

Angel Castro
Analista de Costos
 Cel: 5423-9672
Print Studio, S.A.

f: / _____
Aprobación de cotización

Cotización Sergráfica Digital

SERGRÁFICA DIGITAL >>>>

Cotización #109
 Andres Higueros

Resumen

5 Libros
 9.20 x 6.5" Cerrado
 Poratada Pasta Dura
 Impresion Full Color
 160 paginas
 Couche 100 Mate
 Cosidos en Cuadernillos
 Impresion Tiro y Retiro Full Color
 Guardas Impresas

Unidad Q275
 Total Q1,375

20 Calle 2-43 zona 2 Finca El Zapote
 PBX (502) 2328 - 1600
 digital@sergrafica.com

Anexo 10

Mapa de contenidos de libro

Módulo 1: Tipografía

- Letra
 - Principios básicos de la tipografía en el diseño editorial
 - La tipografía existe para honrar el contenido
 - Las letras tienen vida y dignidad propias
 - Hay un estilo más allá del estilo
 - Leer el texto antes de diseñarlo
 - Selección tipográfica
 - Contenido: Forma y función
 - Contraste
 - Familias tipográficas
 - Características tipográficas
 - Consideraciones técnicas: medio (impresión, digital), tamaños mínimos, etc
 - Composiciones tipográficas
- Texto
 - Componer el texto
 - Tamaño texto
 - Leading
 - Kerning
 - Tracking
 - Alineación
 - Centrado
 - Justificado
 - A la derecha
 - A la izquierda
 - Marca los párrafos
 - Jerarquía
 - Establecer el énfasis
 - Establecer jerarquía de contenidos
 - Jerarquía tipográfica
 - Niveles de jerarquía
 - Titular
 - Subtitular
 - Cuerpo de texto
 - Viñetas (niveles de viñetas)
 - Textos complementarios (créditos, pie de página, número de página, marcadores de sección, etc.)

Módulo 2: Retícula

- Anatomía de la página / ¿Cómo se lee una página?
- La retícula tipográfica
- Anchura de la columna
- Proporción de los márgenes
- Construcción de la mancha tipográfica
- Construcción de la retícula
- Tipos de retículas
- Bocetando retículas
- Proporciones
- Jerarquía de elementos
 - Texto
 - Color
 - Imagen
- Asimetría / Simetría
- Ritmo, armonía, contraste
- Retículas digitales

Módulo 3: Producción

- Tipos de publicación
- Tratamiento de imágenes
- Soportes
 - Tipos de papel
 - Acabados de papel
- Diseño de pantalla
- Navegación

Módulo 4: Proceso de diseño

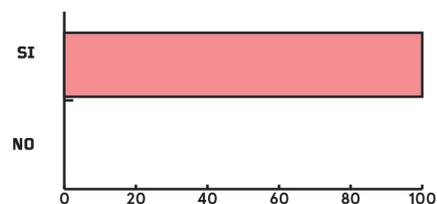
1. Analizar el contenido / Leer el texto
2. Generar un concepto: Definir una dirección
3. Referencias
4. Bocetaje
5. Selección tipográfica - Guía de estilo
6. Construcción de la retícula
7. Diagramación - Ingresar el texto, imágenes, elementos gráficos
8. Pruebas de impresión - Dummies
9. Proveedores - Cotizar
10. Preparar arte final

Apéndice

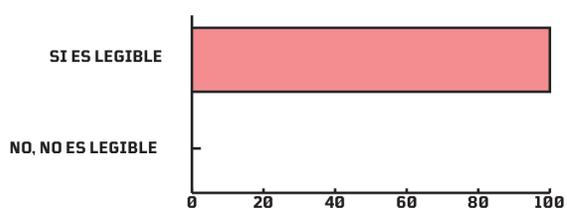
Resultados validación con profesionales

Portada

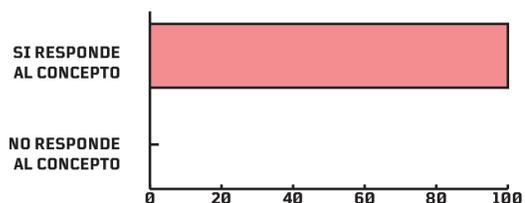
01. ¿La tipografía refleja la identidad y concepto del proyecto?



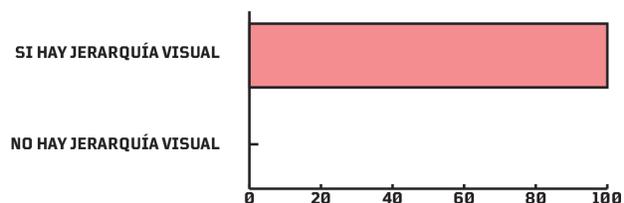
02. ¿Considera usted que el título del proyecto es legible?



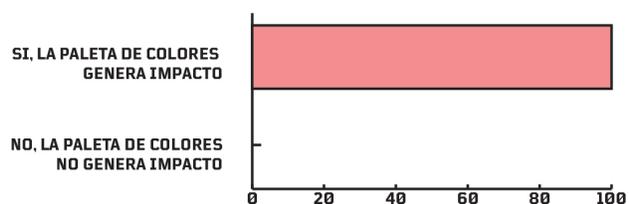
03. ¿El nivel de abstracción del contenido gráfico en la portada responde y se entiende con el concepto creativo?



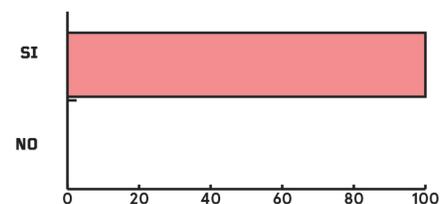
04. En cuanto la jerarquía de la portada, ¿Considera usted que permite una clara secuencia de la lectura?



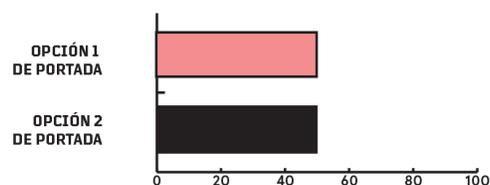
05. ¿Considera usted que la composición y la unidad visual de los elementos llaman la atención y generan impacto?



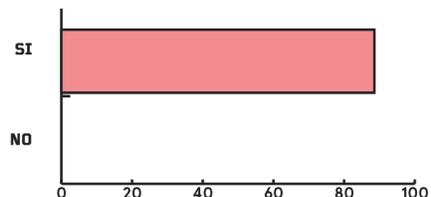
06. ¿Considera que la paleta de colores utilizada genera un impacto visual y atrae la atención por su alto contraste?



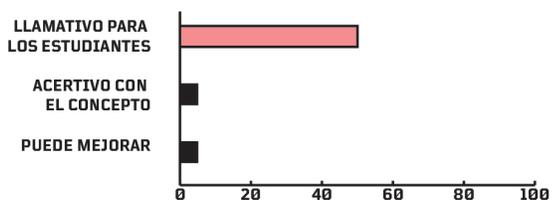
07. Estas dos propuestas para la portada presenta un variante en la forma del laberinto, ¿Cuál considera que es más atractiva visualmente?



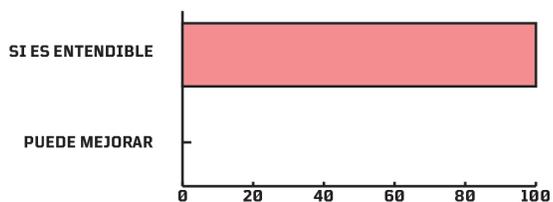
11. A su criterio, ¿Cree que las imágenes vectoriales y las fotografías ilustran claramente el contenido?



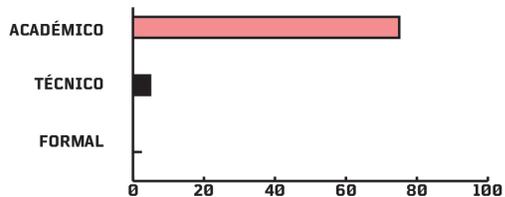
12. ¿Que piensa del nombre del libro, "Sin retículas no hay paraíso"?



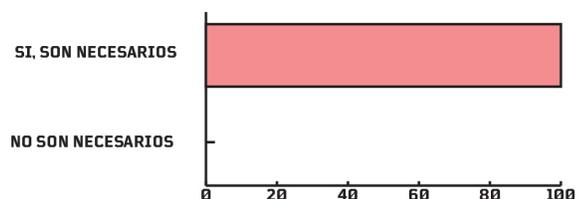
13. ¿Considera que el lenguaje empleado en el libro se entiende adecuadamente?



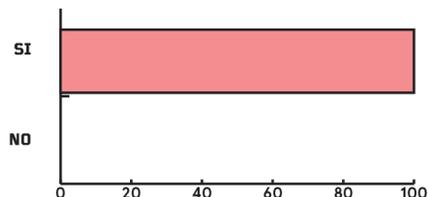
14. Según su criterio el lenguaje en el libro es



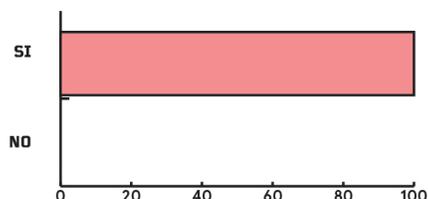
15. ¿Cree que los temas empleados en el libro son pertinentes para la asignatura de Diseño Visual 7?



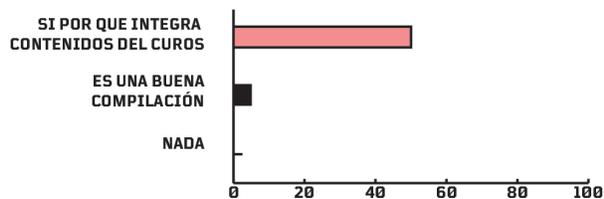
16. ¿Cree que el material constituye a la didáctica del aula?



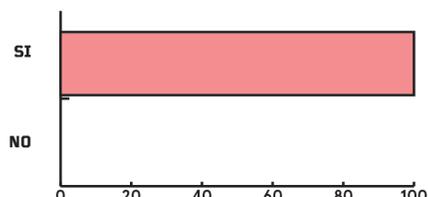
17. ¿Cree que el libro "Sin retículas no hay paraíso" es pertinente como material de apoyo para la asignatura de Diseño Visual 7?



18. ¿Encontró un aporte significativo en el material?

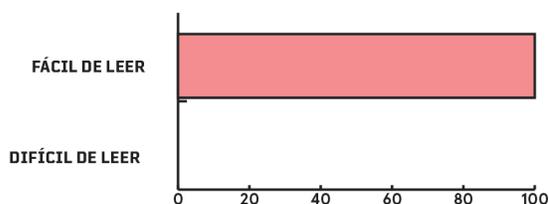


19. ¿Considera el libro como un aporte significativo al desarrollo de la docencia para el diseño editorial?

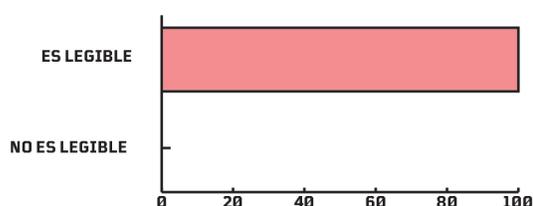


Resultados validación con Grupo objetivo

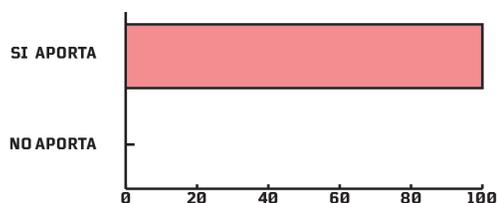
01. A su criterio, la tipografía usada en el contenido es:



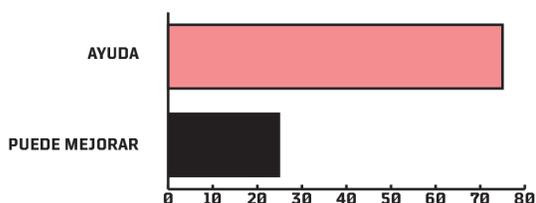
02. A su criterio, la tipografía en títulos y portada es:



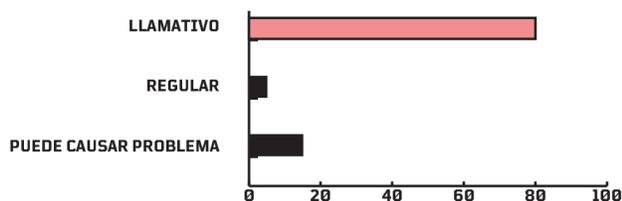
03. ¿Considera que la tipografía como elemento gráfico aporta al diseño de la publicación editorial?



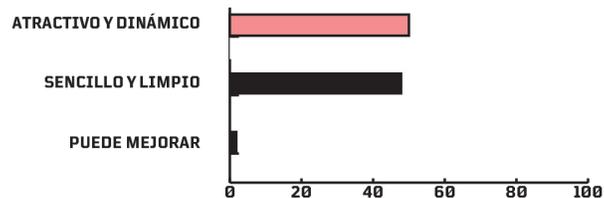
04. ¿Cree que la paleta de colores ayuda a destacar aspectos importantes en el libro?



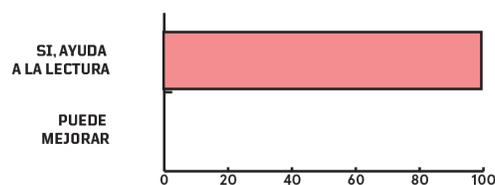
05. ¿Cómo considera color rojo en la portada y en los interiores?



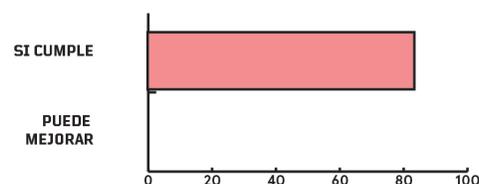
06. ¿Qué piensa de la composición de los elementos, como: imágenes, tipografías y cuerpo de texto, en el libro?



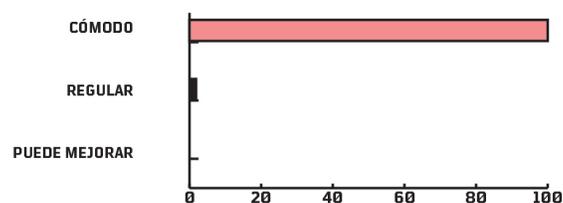
07. ¿Considera que la retícula empleada en el libro, mantiene un orden lógico en los elementos y ayuda a tener un recorrido visual fácil?



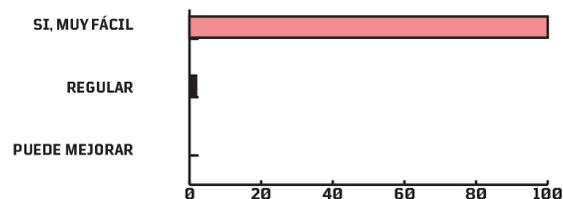
08. ¿Cree que la diagramación del libro cumple con un aspecto académico?



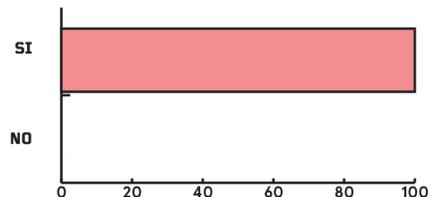
09. ¿Que piensa del tamaño del libro?



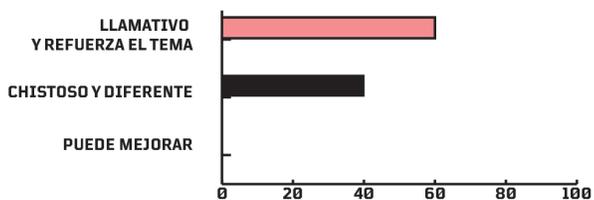
10. ¿Considera que el formato del libro es cómodo y fácil de manejar?



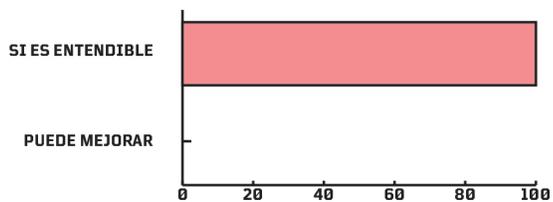
11. A su criterio, ¿Cree que las imágenes vectoriales y las fotografías ilustran claramente el contenido?



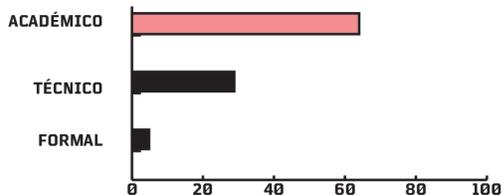
12. ¿Que piensa del nombre del libro, "Sin retículas no hay paraíso"?



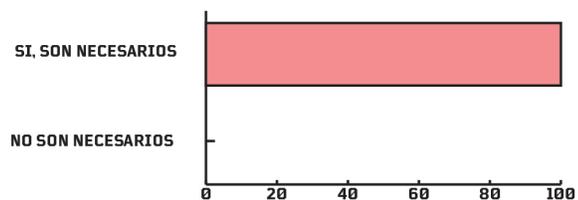
13. ¿Considera que el lenguaje empleado en el libro se entiende adecuadamente?



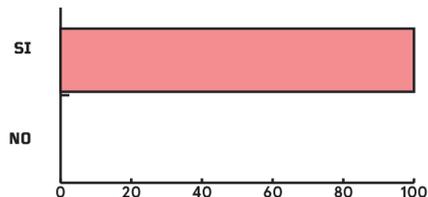
14. Según su criterio el lenguaje en el libro es



15. ¿Cree que los temas empleados en el libro son pertinentes para la asignatura de Diseño Visual 7?



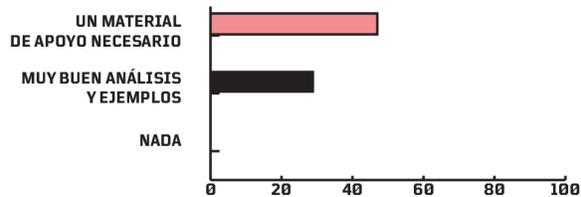
16. ¿Los capítulos del libros los considera pertinentes para el desarrollo del diseño editorial?



17. ¿Cree que el libro "Sin retículas no hay paraíso" es pertinente como material de apoyo para la asignatura de Diseño Visual 7?

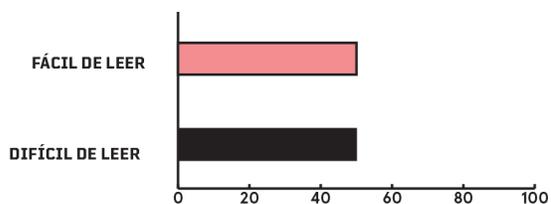


18. ¿Encontró un aporte significativo en el material?

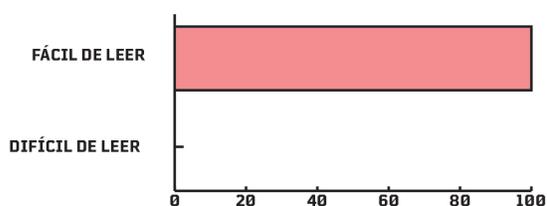


Resultados validación con catedráticos

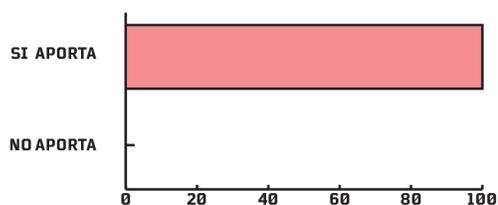
01. A su criterio, la tipografía usada en el contenido es:



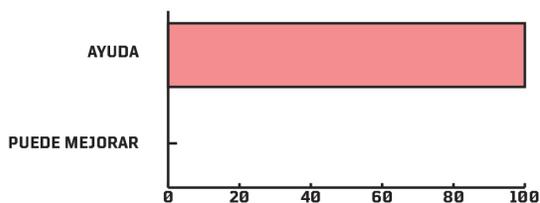
02. A su criterio, la tipografía en títulos y portada es:



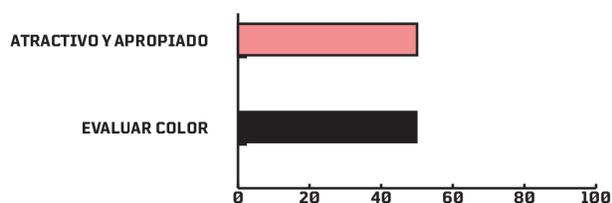
03. ¿Considera que la tipografía como elemento gráfico aporta al diseño de la publicación editorial?



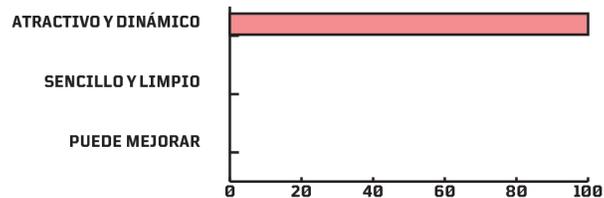
04. ¿Cree que la paleta de colores ayuda a destacar aspectos importantes en el libro?



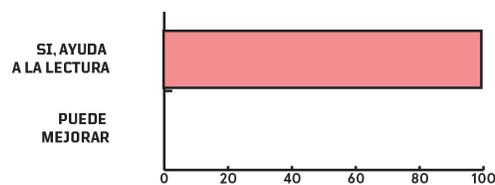
05. ¿Cómo considera color rojo en la portada y en los interiores?



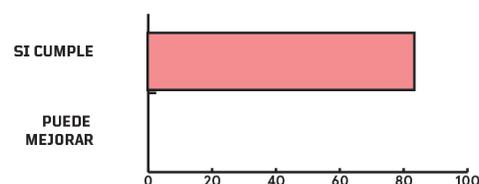
06. ¿Qué piensa de la composición de los elementos, como: imágenes, tipografías y cuerpo de texto, en el libro?



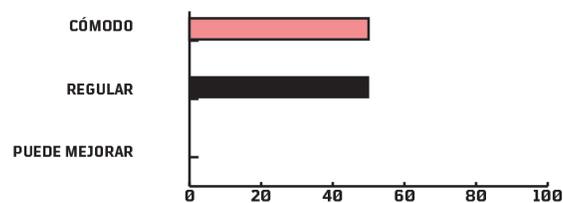
07. ¿Considera que la retícula empleada en el libro, mantiene un orden lógico en los elementos y ayuda a tener un recorrido visual fácil?



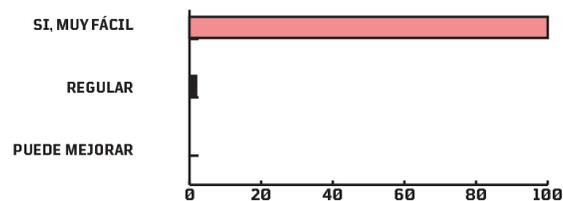
08. ¿Cree que la diagramación del libro cumple con un aspecto académico?



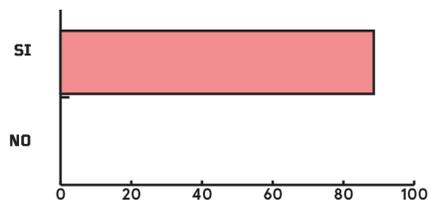
09. ¿Que piensa del tamaño del libro?



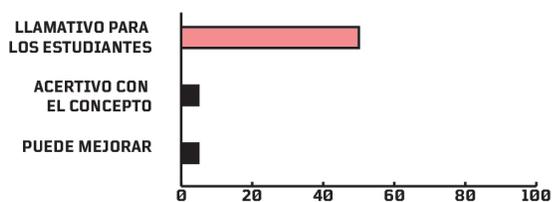
10. ¿Considera que el formato del libro es cómodo y fácil de manejar?



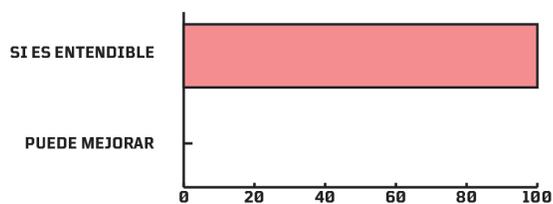
11. A su criterio, ¿Cree que las imágenes vectoriales y las fotografías ilustran claramente el contenido?



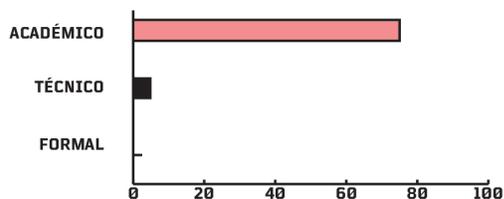
12. ¿Que piensa del nombre del libro, "Sin retículas no hay paraíso"?



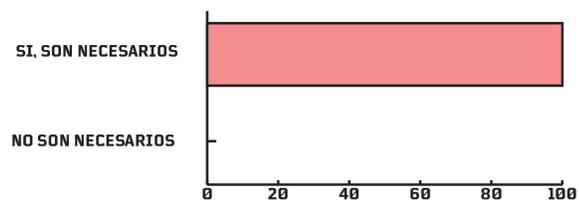
13. ¿Considera que el lenguaje empleado en el libro se entiende adecuadamente?



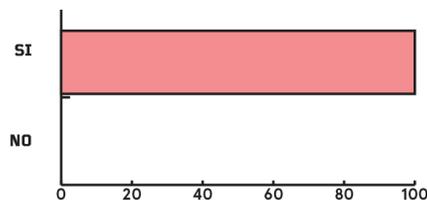
14. Según su criterio el lenguaje en el libro es



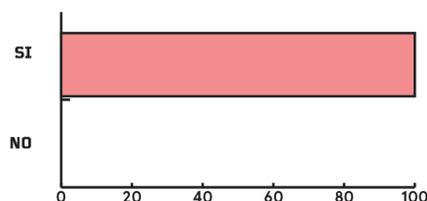
15. ¿Cree que los temas empleados en el libro son pertinentes para la asignatura de Diseño Visual 7?



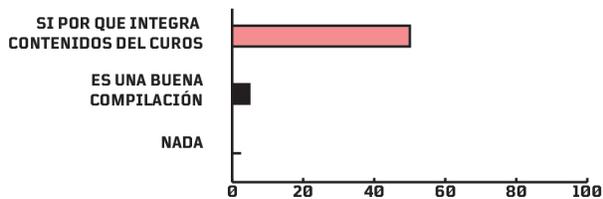
16. ¿Cree que el material constituye a la didáctica del aula?



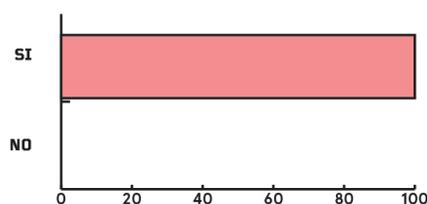
17. ¿Cree que el libro "Sin retículas no hay paraíso" es pertinente como material de apoyo para la asignatura de Diseño Visual 7?



18. ¿Encontró un aporte significativo en el material?



19. ¿Considera el libro como un aporte significativo al desarrollo de la docencia para el diseño editorial?



Guatemala, marzo 02 de 2018.

Señor Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala
Msc. Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento del estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **PABLO ANDRÉS HIGUEROS LÓPEZ**, Carné universitario: **201224263**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO DE APOYO PARA FORTALECER EL APRENDIZAJE DEL DISEÑO EDITORIAL, DIRIGIDO LOS ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA DE DISEÑO GRÁFICO, USAC**, previamente a conferírsele el título de Licenciado en Diseño Gráfico.

Y, habiéndosele efectuado al trabajo referido, las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica que exige la Universidad.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,



Lic. Maricella Saravia de Ramírez
Colegiada 10,804

Lic. Maricella Saravia de Ramírez
Colegiada 10,804

Profesora Maricella Saravia de Ramírez
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura

LENGUA ESPAÑOLA - CONSULTORÍA LINGÜÍSTICA
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

Teléfonos: 3122 6600 - 5828 7092 - 2252 9859 - - maricellasaravia@hotmail.com

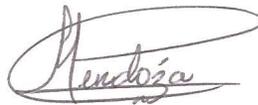
Diseño de material gráfico de apoyo para fortalecer el aprendizaje del Diseño Editorial, dirigido a los estudiantes de la Licenciatura de Diseño Gráfico, USAC.

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Pablo Andrés Higueros López

Asesorado por:



Licda. Larisa Claridad Mendóza



Licda. Lourdes Eugenia Pérez



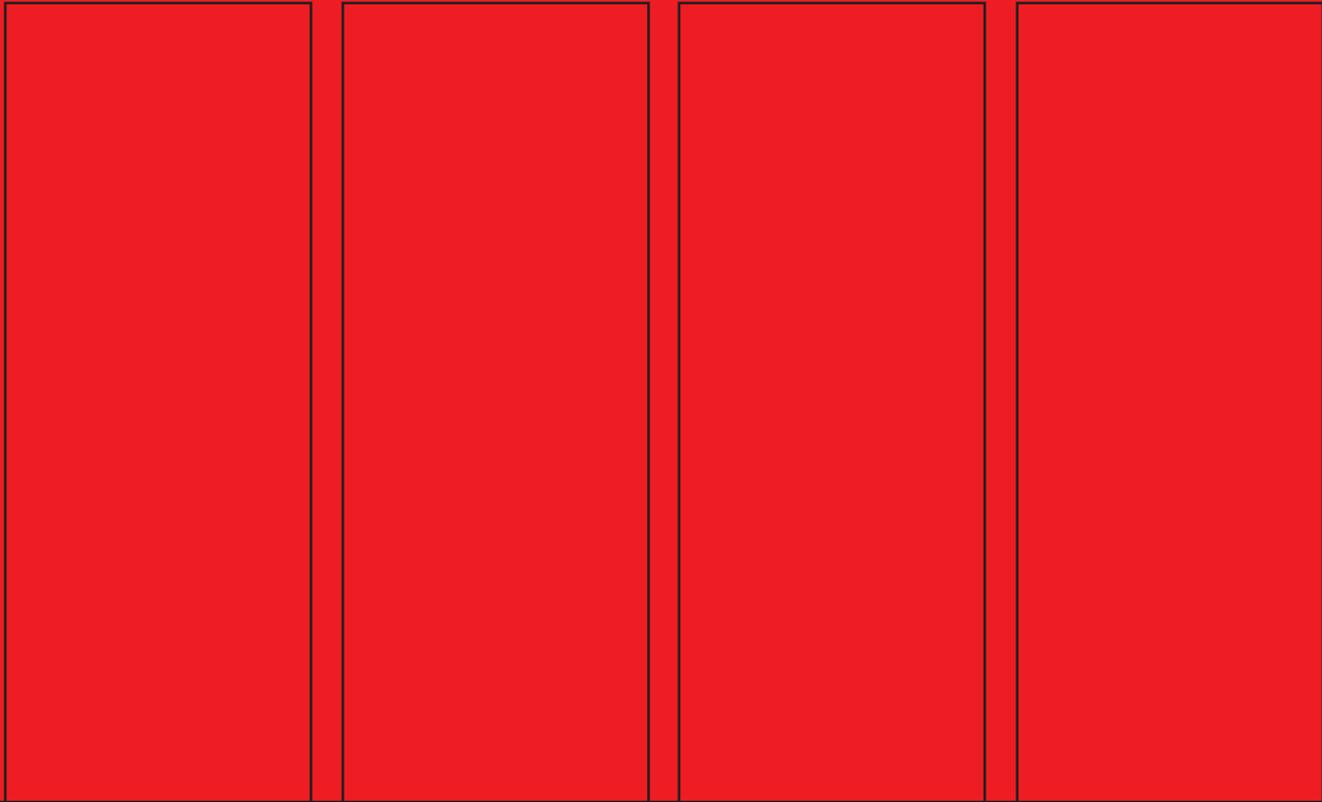
Licda. Cindy Gabriela Ruano

Imprimase:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA