

La Región carbonífera de Coahuila. El diseño editorial
como herramienta para el activismo.

Tesina para obtener el diploma de
Especialista en Diseño Editorial

Presenta:

Sasha Lucero Reyna Fraga

Directora de Tesina:

Mtra. Cindy Patricia Acuña Albores

Codirector de Tesina:

Mtro. Esteban Martínez Preciado

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

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

Índice

Introducción.....	5
Antecedentes.....	7
Diseño y activismo.....	7
La Región carbonífera. OFPC.....	11
Justificación.....	13
Activismo y acceso a la información....	13
Diseño editorial para el activismo.....	14
Activismo por los mineros.....	15
Objetivo general.....	18
Objetivos particulares.....	18
Cronograma.....	19
<i>Voz Minera</i> . Periódico.....	22
Planteamiento.....	22
El periódico.....	23
Fundamentación y desarrollo.....	30
Impresión.....	40
<i>Subterráneo</i> . Revista.....	43
Planteamiento.....	43
La revista.....	44
Fundamentación y desarrollo.....	48
Impresión.....	54
<i>Por una cuerda de vida</i> . Libro.....	57

Planteamiento.....	57
El libro.....	58
Fundamentación y desarrollo.....	62
Impresión.....	69
Conclusiones.....	73
Referencias.....	75
Índice de figuras.....	79
Índice de tablas.....	81

Introducción

La Región carbonífera de Coahuila, en el norte de México, carga a sus espaldas un nombre que no es gratuito. *La carbonífera*, como suele llamársele, ha construido sus pueblos, su vida laboral, su imaginario, su cultura, alrededor del carbón, debido a que es la extracción de este material el motor que mueve su economía.

Si bien, utilizar la palabra carga es inadecuado e impreciso, o en todo caso, subjetivo, la Organización Familia Pasta de Conchos no estará en desacuerdo con esta subjetividad.

Desde el 2006, este grupo de personas ha combatido los problemas derivados de la existencia de minas, pozos y tajos de carbón en la región, como la situación precaria de los trabajadores o de las instalaciones, y sobre todo, ha buscado el rescate de los cuerpos de más de 60 mineros atrapados en un accidente en la mina de Pasta de Conchos, que fueron dejados en el interior de la mina después de una explosión.

Las acciones que la organización realiza se han clasificado como activistas, en tanto que todos sus esfuerzos están dirigidos al cambio.

Cuando se piensa en activismo, la mente se llena de imágenes de lucha, manifestaciones, pancartas, grandes movilizaciones de personas, carteles y mantas, consignas. *Activismo*, la palabra, con sus connotaciones positivas (cambio, justicia, libertad) y negativas (la palabra blanca, la palabra moderna y pop que aplasta otros términos como militancia o lucha) designa acciones y actitudes, a veces el individuo no conoce la palabra o no se identifica con ella, pero el espectador lo mira y dice: “es activista”.

Contrario a lo que también se piensa, el activismo no es algo que sucede solo en la gran avenida cerrada por manifestantes frente a la casa del gobernador en turno, sino que sucede también en las casas, en el día a día. En algún lugar del mundo donde hay alguien que quiera hacer un cambio para generar bienestar, hay activismo en potencia. El activismo es resistencia y resiliencia, es buscar la justicia y la igualdad, es luchar por el digno descanso de un cuerpo fallecido por negligencia de las empresas y el gobierno.

¿Qué tiene que ver el diseño editorial con esto?

La pregunta sería, mejor dicho: **¿Qué puede hacer el diseño editorial?**

La Región carbonífera de Coahuila. El diseño editorial como herramienta para el activismo se presenta como un proyecto que plantea al diseño editorial como un medio de divulgación de información para un área concreta: el activismo de la Región carbonífera del estado de Coahuila, concretamente, del activismo de la Organización Familia Pasta de Conchos.

Dicho planteamiento se convertirá en un producto de diseño con la creación de tres publicaciones: un libro de memorias de los mineros afectados, sus familias, y los miembros de la organización, una revista con corte periodístico sobre los problemas que enfrentan los trabajadores y la industria minera, y un periódico con actualizaciones, noticias y comunicados de la lucha minera para la comunidad local de la Región carbonífera.

A través de estos tres productos, se pretende mostrar la capacidad del diseño editorial de ser una herramienta para el activismo, haciendo uso de recursos visuales que sean efectivos y especializados para las luchas sociales, laborales, ambientales, etc. y que tengan la cualidad de involucrar al espectador en el problema que se atiende.

Para lograr esto, se sigue un proceso metodológico que implica plantear las necesidades del diseño de los tres productos, investigar términos pertinentes, identificar los antecedentes, establecer un público objetivo y otros factores a considerar al momento de elaborar cada publicación, así como un proceso de diseño establecido que será aplicado a cada producto y las consideraciones adecuadas para su producción.

El diseño editorial, al ser una herramienta para el activismo se convierte no solo en un medio de comunicación, sino en un medio para el cambio.

Figura 1. Revista *Subterráneo*, producto editorial para el presente proyecto.



Nota: Imagen de elaboración propia.

Antecedentes

Diseño y activismo

Antes de que el diseño editorial se estableciera como disciplina profesional, y de que la palabra *activismo* adquiriera la connotación que tiene hoy en día, las publicaciones ya eran utilizadas por quienes actuaban contra problemas sociales e injusticias y quienes dedicaban sus esfuerzos a promover el cambio. Esto debido a que hacer pública una lucha ha sido una necesidad desde los orígenes de los movimientos organizados. Basta recordar que, apenas décadas después de la invención de la imprenta de tipos móviles por Johannes Gutenberg, que revolucionó la producción de libros y publicaciones en general, Martín Lutero empezaba su propia revolución usando como medio de comunicación productos editoriales impresos en la ya mencionada máquina (Meggs y Purvis, 2009).

Pero fue hasta el siglo XIX que se planteó la reflexión sobre la relación existente entre la labor de diseñar y el bienestar humano, principalmente a través del movimiento *Arts and Crafts* (Gualdrón, 2018, p. 93), cuya influencia siguió presente durante los movimientos vanguardistas del siglo XX:

Por lo que se refiere a las vanguardias, tanto el futurismo como Dadá y el constructivismo ruso, aunque de distinto signo, manifestaron un alto grado de compromiso político y/o social por el que, en gran medida, desembocaron en el campo del diseño. (Pelta, 2012, p. 2)

Esto sin dejar de lado a otras corrientes como De Stijl y la Bauhaus.

Posteriormente, la década de 1960, que fue una época marcada por los movimientos sociales, hizo visible la responsabilidad del diseño gráfico, además de su incidencia en las tendencias de

Figura 2. Ilustración de E. Burne-Jones para *A Dream of John Ball* (1988) de William Morris, miembro fundamental del movimiento *Arts and Crafts*.

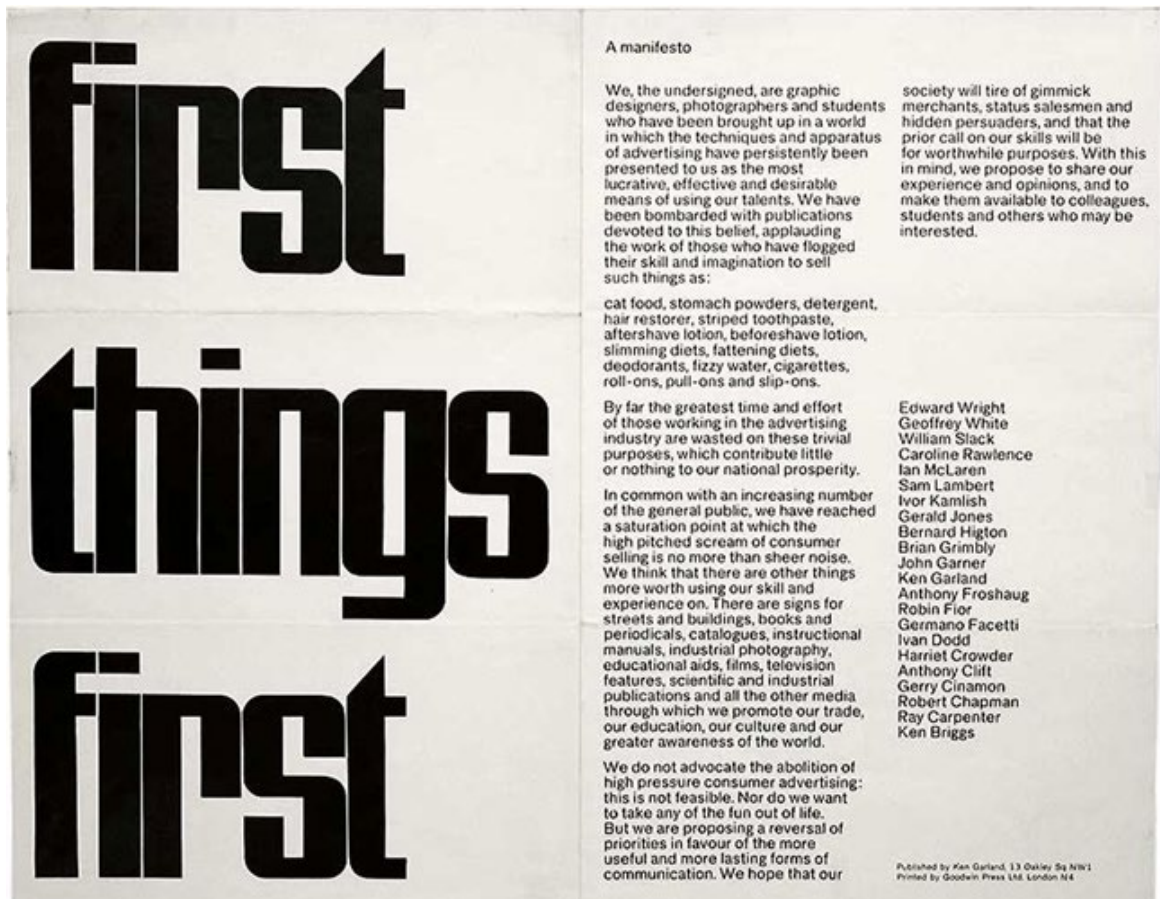


Nota: Adaptado de *Wikimedia Commons*, 2020, (<https://commons.wikimedia.org/wiki/File:William.Morris.John.Ball.jpg>). Dominio público.

consumo. Resalta entre estos el *First Things First Manifesto*, expuesto por Ken Garland en 1963, el cual plantea:

Proponemos una reversión de las prioridades a favor de formas más útiles y perdurables de la comunicación [...] y que el requerimiento de nuestras habilidades sea para propósitos que valgan la pena. Con esto en mente proponemos compartir nuestra experiencia y opiniones, proporcionándolas a colegas, estudiantes y a otros a los que les pueda interesar. (Garland, 1963, como se citó en Arráez y Ortiz, s.f., p. 4)

Figura 3. *First things first manifesto*.



Nota: Adaptado de R. Pelta, 2012, Monográfica (<http://www.monografica.org/02/Articulo/3398>). Licencia CC-BY-NC-ND.

Destaca también el aporte de Victor Papanek, quien desarrolló teorías y propuestas metodológicas encaminadas al diseño responsable, y su libro publicado originalmente en 1977, *Diseñar para el mundo real*, es un referente para el tema.

Por otro lado, según Pelta (2011):

Desde finales de la década de los 90 se ha ido construyendo un discurso en torno al diseño como herramienta poderosa, capaz de mejorar las condiciones de vida de las personas, frenar el deterioro medioambiental –si hablamos especialmente de diseño industrial, de moda y de interiores–, informar,

divulgar y propagar mensajes sociales, políticos y comerciales –si nos referimos al gráfico– y, por ello, con fuertes implicaciones éticas. (p. 1)

Este discurso ha llevado al surgimiento en el siglo XXI de una serie de conceptos asociados al diseño y al activismo, como *diseño activista*, *diseño para el cambio social*, *diseño para el bienestar*, *diseño social*, *diseño consciente*, *diseño responsable*, e incluso, del término *activismo en diseño*, en el cual el diseño no es un medio por el que el activista logra sus objetivos, sino que es el objeto mismo del activismo.

Figura 4. Carteles elaborados por la artista y activista Emory Douglas.



Nota: Adaptado de Elvert Barnes from Hyattsville MD, USA, 2013, Wikimedia Commons ([https://commons.wikimedia.org/wiki/File:43.DesignStudio.WillToAdorn.SFF.WDC.26June2013_\(9170122061\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:43.DesignStudio.WillToAdorn.SFF.WDC.26June2013_(9170122061).jpg)). Licencia CC BY-SA 2.0.

Es importante mencionar a teóricos y autores contemporáneos que han establecido relaciones entre el diseño y el activismo, como Ann Thorpe (2007) y sus planteamientos sobre el diseño y la sostenibilidad, Alastair Fuad-Luke, cuyo libro *Design Activism* (2009) ha sido de gran utilidad para el presente proyecto y un trabajo que explora y cuestiona las circunstancias sociales e individuales que motivan al diseñador a involucrarse en el activismo, y Jorge Frascara que, en *Diseño Gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social* (2000) pone en relevancia la importancia y responsabilidad del diseño como herramienta de comunicación y su utilidad para promover el cambio social.

Sin embargo, la conversación en torno al diseño y activismo contempla al diseño gráfico en general. En relación al diseño editorial y su papel como herramienta para el activismo, aunque el diálogo se ve reducido, encontramos proyectos que proponen el uso del diseño editorial para proyectos sociales.

Mónica Jiménez Palacios desarrolla en México el proyecto de tesis *La importancia del diseño editorial en un proyecto social* en el año 2004, el cual, inspirado en una iniciativa aplicada alrededor del mundo que propone la realización de productos editoriales que den a conocer las experiencias de personas en situación de calle al tiempo que involucraban a estas en el proceso de producción para su reinserción en la vida productiva, decide aplicar una variación de esta iniciativa en México.

En 2014, por otro lado, Nadia Soledad Cione presenta *Un problema social; una solución gráfica. El diseño editorial y las escuelas rurales*, proyecto que propone la creación de una revista que

divulgue la situación precaria que enfrenta la educación pública rural en Argentina, en colaboración con fundaciones y organizaciones que militan por mejorar las condiciones de las escuelas rurales, y que la comercialización de esta revista genere recursos para atender el problema.

Figura 5. Periódico *El Hijo del Ahuizote*.



Nota: Adaptado de Wolf Luis Mochán Backal, 2011, Wikimedia Commons (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:El_Hijo_del_Ahuizote.jpg). Dominio público.

Por otro lado, en la práctica se hace evidente la utilización de diversos tipos de publicaciones que sirven como medio de comunicación para los movimientos activistas. Delimitando el enfoque a México, es pertinente mencionar, por ejemplo, la labor de la prensa de oposición al régimen de Porfirio Díaz de los hermanos Flores Magón, y de Cabrera, Pérez y Sarabia con el emblemático periódico *El Hijo del Ahuizote* (1885-1903) y sus derivados, así como la publicación de la revista de crítica *Crisol* (1929-1958) en años posteriores a la Revolución. En otro momento histórico del país, el *Boletín informativo del Comité Coordinador de Huelga de la UNAM* fue una publicación que mantuvo informada a la comunidad estudiantil durante el Movimiento del 68, además de la gran cantidad de folletería que utilizaban para comunicarse en una época sin internet y sin el apoyo de los medios de comunicación.

Más recientemente, el diseño editorial ha servido como herramienta para movimientos activistas de relevancia en la actualidad, como el movimiento feminista, la militancia de los familiares de los 43 desaparecidos de Ayotzinapa, las luchas ambientales y por la defensa de los territorios, entre otros. Es importante y necesario destacar el valor de los activistas de hacer públicas por distintos medios dichas injusticias, en un país que resulta particularmente peligroso para el activismo, en especial, para el activismo ambiental, siendo que, en la última década, 125 activistas ambientales han sido asesinados en México, varios de los cuales publicaron libros e informes dando a conocer la contaminación, la deforestación y el acaparamiento del agua, así como la apropiación de territorios, que en no pocos casos involucran, por cierto, a empresas mineras (Castellanos, 2018).

La Región carbonífera. Organización Familia Pasta de Conchos

La región centro-oriente del estado de Coahuila, Región carbonífera, llamada coloquialmente *La Carbonífera*, está conformada por cinco municipios: Sabinas, San Juan de Sabinas, Múzquiz, Juárez y Progreso. En el municipio de San Juan de Sabinas, en la ciudad de Nueva Rosita, se ubica la Unidad minera Pasta de Conchos, dedicada a la extracción y procesamiento de carbón mineral.

La madrugada del 19 de febrero de 2006, en la Mina 8 de dicha unidad hubo un accidente. Una explosión en el interior de la mina dejó un saldo de 8 mineros heridos y 65 fallecidos, de los cuales solo se recuperaron los cuerpos de dos mineros antes de que decidieran clausurar la mina (Organización Familia Pasta de Conchos [OFPC], 2008).

El rescate de los cuerpos de los mineros no se ha reanudado a pesar de que han pasado más de 14 años del accidente y de que las familias de los mineros, al no recibir argumentos sólidos para no proceder con el rescate, han recurrido a medios legales y a instituciones internacionales para presionar al gobierno mexicano y a Grupo México, empresa operadora del complejo minero, no solo a rescatar los cuerpos de los mineros atrapados, sino a responder por las malas condiciones de la mina que originaron el siniestro y por la irregularidades en las prestaciones laborales que tenían los mineros fallecidos.

La movilización de las familias de los mineros atrapados, en conjunto con el Equipo Nacional de Pastoral Laboral, dieron como resultado la Organización Familia Pasta de Conchos (OFPC), que con el paso de los años, se dedicó no solamente a luchar por el rescate en la Mina 8, sino que acogió otras luchas contra las empresas mineras de la región, que van desde explotación laboral, malas condiciones de seguridad, accidentes y muertes laborales, así como la apropiación de territorios para extracción y tratamiento de carbón. La labor de la OFPC ha implicado manifestaciones, acciones legales, un antimonumento en honor de los mineros fallecidos en la capital del país, así como labor de divulgación realizada por medio de redes sociales y de la publicación de informes con datos y actualizaciones del activismo por los mineros en la región.

Figura 6. Logotipo de la OFPC.



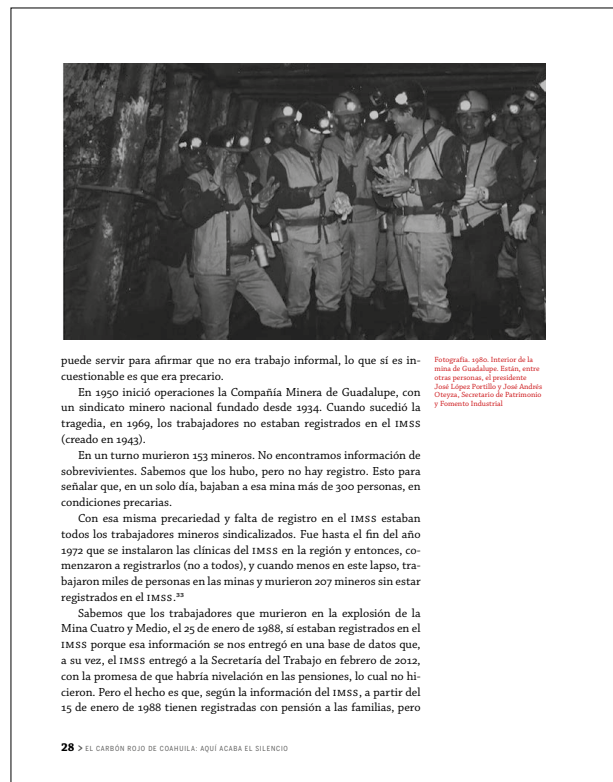
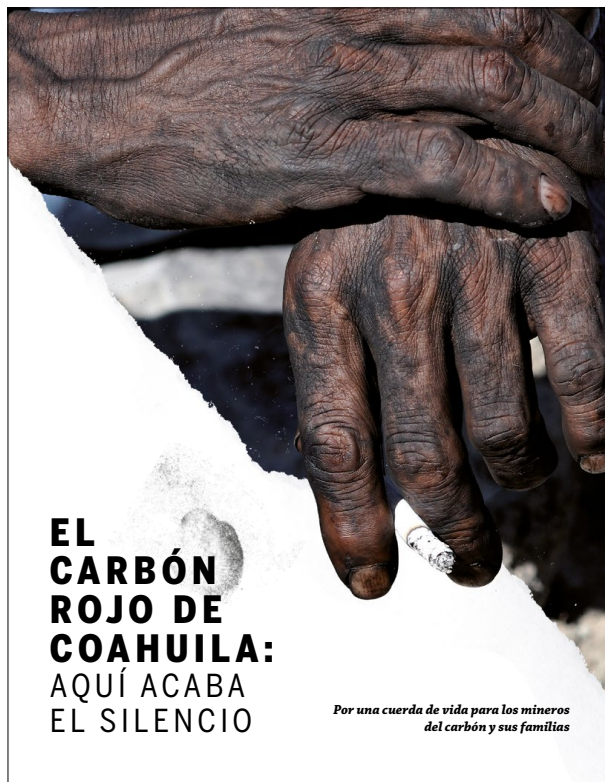
Nota: Adaptado de OFPC. (<https://www.pastadeconchos.org>).

Estos últimos se encuentran disponibles para el público en su página web. Además, se publicó el libro informático *A una voz, rescate ya*, y en 2018, se publicó física y digitalmente el informe *El carbón rojo de Coahuila*, que incluye información sobre el siniestro en Pasta de Conchos y otros incidentes en las minas de carbón de la Región carbonífera. En este se puede vislumbrar el esfuerzo de la

organización por conectar con la población a través de intervenciones en los textos con narraciones de las víctimas y sus familiares, además de representar un trabajo de edición y diseño formidables, por lo que resulta un antecedente importante para el diseño editorial del activismo de la región.

Además de este informe, se pueden encontrar algunas otras aportaciones editoriales relevantes a la lucha minera de la Region carbonífera. En 2019, Mario Gill publicó *La huelga de Nueva Rosita*, una crónica y análisis del movimiento obrero más importante del estado de Coahuila que tuvo lugar en 1950 por trabajadores del carbón, y que resulta importante como referencia histórica de las luchas obreras en Coahuila y de la inconformidad con las políticas de las empresas mineras.

Figura 7 y 8. Informe *El carbón rojo de Coahuila*.



Nota: Adaptado de *El carbón rojo de Coahuila*, OFPC, 2018.

Justificación

Activismo y acceso a la información

El uso y generación de información a lo largo de la historia ha permitido al ser humano desarrollar el conocimiento, la memoria colectiva y herramientas para el avance de la civilización humana. La comprensión del mundo que lo rodea es posible recibiendo, analizando, contrastando y generando nueva información para entender, decidir, hacer, etc. Cabe mencionar también, que el uso de la información disponible ha contribuido al desarrollo de la organización en sociedad.

La UNESCO reconoce la libertad de información como parte integradora de la libertad de expresión, considerando que ambas son partes fundamentales para formar sociedades con conocimiento (UNESCO, 2015). Pero la organización también hace notar que “la libertad de información no garantiza el acceso” (UNESCO, 2008, párr. 5). Aquí es donde entra la labor del divulgador, encargado no solo de crear herramientas para que la información sea accesible, sino de que estas sean adecuadas para la población a la que van dirigidas.

Sobre la importancia de la accesibilidad de la información y de la diversidad de medios para ponerla al alcance de la población, Reynoso (2013) menciona:

Es indispensable divulgar un amplio espectro de temas para diferentes sectores de la población y satisfacer una gama de necesidades e intereses de la población a través de todos los medios de comunicación que tenemos a nuestro alcance. No existen fórmulas únicas para realizar esta tarea. (p. 7)

Aunque su comentario está orientado a la ciencia, es válido para la divulgación de cualquier tipo de temas, incluyendo al activismo, para el que difundir, volver accesible y exponer claramente información es una parte fundamental al momento de afrontar sus luchas, y los activistas dedican no poco tiempo y recursos en la divulgación. “La divulgación consiste en exponer y difundir información sobre un tema concreto para promover su conocimiento y que llegue a una mayoría [...] ser activista, es luchar por aquello que se divulga” (Rivero, 2020, párr. 1-2).

Sin embargo, para los activistas no solo es importante mantener a la población informada sobre situaciones concretas, sino que dicha información genere conciencia en quien la recibe. Invitar al análisis y al entendimiento de una situación que afecta a los seres humanos o a los ecosistemas es necesario para estas personas, organizaciones, grupos y colectivos. Es a través de la sensibilización y

de la generación de una conversación crítica en la sociedad que los movimientos activistas crecen y se sostienen, y es también así como las personas se involucran y participan, es decir, se convierten en agentes de cambio para el bienestar.

El activismo es necesario para la transformación de la sociedad, para combatir la desigualdad, la injusticia, el abuso, la desinformación, para crear y organizar nuevos espacios donde haya cabida para todos, para fomentar la participación en decisiones políticas y colectivas en beneficio del ser humano y de su entorno. Según Fuad-Luke (2009) “el activismo se trata de... tomar acciones para catalizar, alentar o generar cambio, a fin de provocar transformaciones sociales, culturales y/o políticas. Eso también puede implicar la transformación de los activistas” (p. 6). El activismo no tiene la posibilidad de generar solamente una transformación en el entorno, sino también en el mismo individuo que, en coherencia con su discurso, trabaja en sí mismo la crítica que hace al mundo que le rodea.

Diseño editorial para el activismo

El diseño gráfico es una disciplina ampliamente ligada a la divulgación, pues a través de este es que la información se transmite de manera eficiente, convirtiendo al diseñador en un mediador entre el conocimiento y la población. Sánchez (2012) reconoce al diseño gráfico “como la disciplina facilitadora de las comunicaciones, nexo ineludible entre emisor y receptor que motiva la convivencia humana favoreciendo, en la cotidianeidad, el contacto entre las personas y fortaleciendo sus relaciones” (p. 237).

El caso de diseño editorial es particularmente relevante, pues las publicaciones son productos diseñados con el fin explícito de, como su nombre lo indica, publicar información. El libro, objeto estandarte de la conservación del conocimiento, es un producto editorial. Involucrar al diseño editorial en un tema como el acceso a la información es hacer conciencia de que no solo se trata de poner la información a la disposición de los demás, sino que, para que esa información esté realmente disponible, es necesario un proceso de diseño que posibilite la comprensión de la información para que esta se convierta en conocimiento, y este a su vez, en acciones.

Es así que resulta válido plantear las posibilidades del diseño editorial para el activismo, ya que, si una parte esencial de estos movimientos es la divulgación del problema que atienden, de sus acciones y de las necesidades de la lucha, el diseño editorial se convierte en una herramienta para el alcance de sus objetivos al facilitar esa divulgación,

Figura 9. Diseño de portada de ensayos feministas.



Nota: Adaptado de T. Rosenberg, 2016, Wikimedia Commons (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Don%27t_Be_Quiet.pdf). Licencia CC BY-SA 4.0.

proporcionando no solo un soporte para la información, sino propuestas, soluciones y estrategias para generar conciencia en la población sobre un problema que necesita movilización.

Este planteamiento deja en evidencia la responsabilidad ética del diseño editorial y de los diseñadores sobre los contenidos que publican. Al respecto Gualdrón (2018) comenta que el diseño “tiene una responsabilidad mayor a la de guiar los recorridos de lectura o la navegación de contenidos, es la de plantearse qué efectos tendrán sus artefactos, qué capacidad tienen de convocar a una convergencia cultural y de incidir en las situaciones que cada momento histórico genera” (p.12).

Este proyecto, asumiendo esa responsabilidad, busca acercarse, a través del diseño editorial, a distintas estrategias de comunicación que resulten efectivas para un movimiento activista. Diseñar productos editoriales con recursos planeados y dirigidos a la comunicación del activismo brinda herramientas para futuros proyectos y para futuros movimientos, además de demostrar la importancia del poder transformador del diseño.

Activismo por los mineros

La Región carbonífera de Coahuila tiene una fuerte tradición minera. La distribución poblacional, la actividad económica y la vida de sus habitantes está estrechamente ligada a la explotación del carbón, construyendo así una comunidad de localidades con un fuerte lazo con este mineral. Esto es así, en parte debido a que la colonización de esta región fue consecuencia de la necesidad de mano de obra para las minas de carbón (Sánchez, 1995). Una actividad tradicional de *La carbonífera* tan arraigada como el béisbol, por ejemplo, en apariencia tan lejana al carbón, tiene su origen en el impulso de las empresas mineras y en el sentido de comunidad de sus trabajadores.

Sin embargo, esta circunstancia, que brinda valor identitario y cultural, además de un sustento económico, no siempre ha generado consecuencias positivas para las comunidades que integran la Región carbonífera. Los variados conflictos que enfrenta tienen que ver en gran parte con la explotación del carbón. Inestabilidad económica, contaminación ambiental, falta de políticas públicas para la diversificación laboral, abandono, despojos, explotación, corrupción y accidentes –mortales en no pocos casos– parecen ser el pan de cada día para sus habitantes, que, ante la falta de opciones, han asimilado estas condiciones como su modo de vida. Valiosos son los aportes de

Figura 10. Mina en la Región Carbonífera de Coahuila.



Nota: Imagen autoría de la OFPC.

los periodistas y organizaciones civiles que hacen notar estas injusticias. La OFPC ha dedicado más de una década a ser la portavoz de las víctimas de la industria.

Lo que empezó en 2006 como un colectivo de familiares de los 65 mineros que quedaron atrapados en la explosión de la Mina 8 de la Unidad Pasta de Conchos, en Nueva Rosita, Coahuila, y que exigían el rescate de los cuerpos y acciones concretas de los responsables del accidente, se convirtió pronto en una organización que ya no solo luchaba por la reparación del daño causado por la ya mencionada explosión, sino por los derechos laborales de los mineros de la Región carbonífera.

A pesar de sus esfuerzos por documentar y divulgar la información recabada referente a las condiciones de trabajo de los mineros, de las injusticias cometidas por las empresas mineras y de la lucha por el rescate de los mineros de Pasta de Conchos a través de informes presentados públicamente, estos, desde un análisis de diseño, se limitan a presentar datos y experiencias sin que interactúen con el receptor, sean accesibles y sensibilicen a la población.

Por tanto, este proyecto resulta necesario, al ser el diseño editorial una herramienta para el activismo y al ser la OFPC un movimiento activista, pues plantea la organización de una estrategia de comunicación a través de tres productos editoriales que cubren distintas necesidades de la organización y le permiten hacer llegar a la población su problema desde tres perspectivas diferentes:

- **Revista.** A lo largo de los casi quince años de la OFPC, los miembros de la organización han recopilado una gran cantidad de información, de la que se han obtenido gran cantidad de análisis, observaciones, conclusiones, sugerencias y artículos que no se encuentran disponibles a la población, al no haber un medio por el cual hacer llegar de manera organizada dichos contenidos más allá de alguna publicación aleatoria en redes sociales o de la inclusión de parte de esa información en su informe *El carbón rojo de Coahuila*.

Se considera pertinente que la divulgación de esta información se realice a través de una revista, por un lado, por la cualidad de la revista de ser una publicación periódica, pues se toma en cuenta que los contenidos que la OFPC tiene a su disposición irán aumentando mientras su activismo en la Región carbonífera siga, lo que significa que será necesario contemplar el lanzamiento de varios números.

Por otro lado, el que la división de artículos con distintos abordajes de un mismo tema por distintos autores sea parte de la naturaleza de una revista, permite la ampliación de las perspectivas y opiniones que el movimiento por los mineros de *La carbonífera* ha generado.

Además, que la revista esté dirigida a un público especializado, activistas, periodistas e investigadores, da lugar a que la información que este producto contiene no se quede en el papel ni en la mente del lector, sino que esté disponible para que sea replicada por personas que pueden tener repercusión en los medios de comunicación, autoridad en el tema y en la voz pública.

- **Periódico.** Así como la revista considera la divulgación del activismo de la OFPC al público, el periódico considera la divulgación dentro del movimiento y dentro de la comunidad afectada.

El último año ha sido de grandes noticias para la organización. Aunque pareciera que hay un diálogo abierto hacia la reanudación de la labores de rescate de los mineros de Pasta de Conchos, el camino es incierto y el cambio en los acuerdos, fechas y los frecuentes comunicados requieren un medio que mantenga a la población de *La carbonífera* al día sobre la situación del rescate y que aporte noticias sobre la situación de la minería en la región. Aunque las redes sociales se muestran nuevamente como el medio de comunicación utilizado por OFPC y su uso es conveniente por su alcance y costo, es necesario un espacio confiable que presente la información de manera organizada y en donde las noticias tengan trascendencia en quien las lee y no se difuminen entre la diversidad de contenidos que internet ofrece.

■ **Libro.** Para Cristina Auerbach, coordinadora de la OPFC, los años de activismo han dejado una huella profunda en los participantes y en los involucrados con la organización, por lo que considera necesario que estos tengan la oportunidad de manifestar su experiencia en estos tiempos siendo parte de la lucha (Auerbach, C., comunicación personal, 1 de octubre de 2020). De ahí surge la oportunidad de presentar un libro para dar a conocer a la población en general estas experiencias a través de un recorrido histórico por el movimiento y de la memoria de los afectados por la minería, con el fin de informar a los lectores sobre la situación que viven tanto quienes son víctimas de la industria minera como quienes luchan por cambiar esta situación, respetando siempre la integridad de quienes son parte de la organización y de quienes han perdido a alguien en las minas de carbón, así como sensibilizando, informando y generando conocimiento y conciencia sobre la situación que enfrentan. Es importante que este recorrido histórico se dé a través de las víctimas y de los activistas porque, en palabras de Reyes (2016), “la memoria, sin embargo, es una lectura moral del pasado, no solo quiere contar hechos, sino que busca el sentido de ellos, el sentido que tiene que tener el pasado para nosotros. Por eso mismo, el que recuerda, de alguna manera, se siente interpelado por la responsabilidad de ese pasado” (párr. 1).

Las personas que viven en la Región carbonífera de Coahuila merecen la posibilidad de ganarse la vida en entornos que no impliquen un riesgo para la salud, el medio ambiente y el bienestar general de la población, y el diseño editorial se plantea en el presente proyecto como una herramienta con la que el activismo de la Organización Familia Pasta de Conchos puede continuar en su lucha para que esa posibilidad se convierta en realidad.

Figura 11. Señalética en mina en la Región carbonífera de Coahuila.



Nota: Imagen autoría de la OFPC.

Objetivo general

Describir los procesos de diseño editorial de tres productos: libro, revista y periódico como herramientas para el activismo de la Región carbonífera de Coahuila.

Objetivos particulares

- Analizar el diseño editorial de libro, revista y periódico y su uso como herramienta para el activismo.
- Definir y planificar la creación de tres productos editoriales: libro, revista y periódico que divulguen los problemas sociales que atiende el grupo activista Organización Familia Pasta de Conchos en la Región carbonífera de Coahuila.
- Diseñar el libro, revista y periódico considerando los conocimientos en diseño editorial adquiridos en la Especialidad en Diseño Editorial y su aplicación al activismo.

Cronograma

Para el correcto desarrollo de un proyecto de diseño se considera indispensable una adecuada planeación, por lo cual un cronograma resulta útil para planear y presentar visualmente los tiempos y procesos necesarios para el diseño de tres productos editoriales y el logro de los objetivos del proyecto.

Se ha realizado una proyección a un año, asignando tiempos concretos a una serie de actividades a seguir para realizar el proyecto. Estas actividades parten de la metodología de diseño propuesta por Ambrose y Harris en *Metodología del diseño* (2015) en donde proponen siete fases:

- | | |
|------------------|-------------------|
| 1. Definición | 5. Selección |
| 2. Investigación | 6. Implementación |
| 3. Ideación | 7. Aprendizaje |
| 4. Prototipo | |

Sin embargo, esta metodología se ha ampliado y adaptado a las necesidades tanto del proyecto como de las áreas de conocimiento de la Especialidad en Diseño Editorial, tomando en cuenta también elementos de la metodología de Bruno Munari, presentada en *¿Cómo nacen los objetos?* (2004). El proceso propuesto se compone de la siguiente manera:

■ Planteamiento y definición del problema

La primera fase del proyecto contempla el planteamiento del problema que habrá que resolverse a través de tres soluciones de diseño editorial, así como la definición de los objetivos, motivaciones y conocimientos en diseño que se pretenden lograr.

■ Investigación

En la fase de investigación se documentará y analizará la información relevante para la argumentación de una solución de diseño, además de revisar y contrastar proyectos, productos e investigaciones previas que han tocado el tema del diseño editorial como herramienta para el activismo y de soluciones de diseño para el activismo de la Región carbonífera.

■ Fundamentación

Habiendo efectuado la fase de investigación, se realizará un proceso de propuestas de conceptualización para los tres productos, fundamentados en los conocimientos adquiridos en la EDE y en los resultados del análisis de la información documentada.

▪ **Desarrollo de elementos gráficos**

De la mano de la fundamentación comenzarán a tomarse las decisiones de producción y diseño del libro, incluyendo la selección y organización de:

- 1 Contenidos
- 2 Formatos
- 3 Materiales
- 4 Color
- 5 Tipografía
- 6 Identidad
- 7 Retículas
- 8 Recursos visuales (imágenes, ilustraciones, ornamentación)

Además se contemplará el desarrollo de una identidad visual para los tres productos, buscando que haya coherencia y unidad entre ellos, pero que al mismo tiempo cada producto desarrolle elementos que correspondan a las necesidades que pretenden cubrir.

También, y a lo largo de todo el proceso, se realizarán muestras y prototipos para visualizar la viabilidad de estas decisiones.

▪ **Diseño y maquetación**

Teniendo definidos los elementos a utilizar para los tres productos el siguiente paso será desarrollar los productos y maquetar los contenidos, tomando en cuenta siempre la imagen que se habrá definido para cada publicación, que a su vez estará fundamentada en la investigación realizada.

▪ **Impresión**

La fase de producción involucrará tanto la cotización, impresión y ajuste final de los productos, como los registros legales necesarios para que estos puedan ser presentados al público.

▪ **Evaluación y aprendizaje**

En este último proceso, con los productos terminados se realizará una retroalimentación partiendo del resultado, analizando el logro de objetivos, la comprobación de hipótesis, así como propuestas de mejora para el presente proyecto y para posteriores trabajos similares.

Tabla 1. Cronograma.

Cronograma	Planteamiento	Definición	Investigación	Contenidos	Elementos	Fundamentos	Maquetación	Costos	Legal	Portada	Revisión	Impresión	Muestras	Evaluación	Entrega
2020 - Septiembre															
2020 - Octubre															
2020 - Noviembre				1											
					2										
					3										
					4										
2020 - Diciembre					5										
					6										
					7										
					8										
2021 - Enero															
2021 - Febrero															
2021 - Marzo															
2021 - Abril															
2021 - Mayo															
2021 - Junio															

Nota: Elaboración propia.

Voz minera Periódico

Planteamiento

La Organización Familia Pasta de Conchos se encuentra en un punto decisivo de su historia. En 2021 se cumplen 15 años del accidente en Pasta de Conchos y la posible reanudación de las labores de rescate de los mineros atrapados está sobre la mesa, no sin ciertos inconvenientes e intereses de por medio que la organización no se limita en denunciar, por lo que con frecuencia hay noticias nuevas. La OFPC mantiene comunicación con la población de *La carbonífera* por medio de las redes sociales, estableciéndolas como su espacio de información y convocatoria.

Sin embargo, la necesidad de un espacio exclusivo y organizado, que condense, seleccione y verifique la información llevó a la propuesta de la distribución de un periódico local que mantenga informada a la población sobre las noticias referentes al posible rescate de los mineros de la Mina 8 de Pasta de Conchos, así como información relevante y los comunicados que constantemente emite la organización, a través de un proceso de diseño que contemple la difusión de noticias y la divulgación de información para un sector específico de la población: los habitantes de la Región carbonífera y particularmente aquellos interesados en la lucha minera.

El periódico está pensado para distribuirse digital y físicamente de manera quincenal con la distribución inicial de 1,000 ejemplares, pero se contempla la posibilidad de publicarse con mayor frecuencia dependiendo de la afluencia de noticias y de producir un mayor tiraje considerando que aumente su demanda.

El nombre, *Voz minera*, es simple pero concreto y directo, y evoca a un medio que permite que los mineros hablen, es decir, el periódico no pertenece a una entidad que represente la voz de los mineros, sino que los mineros tienen su propia voz.

El periódico

Un *periódico* es definido por Kloss (2002) como “cualquier boletín no institucional que aparezca regularmente y contenga noticias de índole general sobre lo sucedido en un área determinada de la geografía o del conocimiento” (p. 169). El autor destaca además el papel de los periódicos de circulación general en la vida política, economía, cultura, el mercado de trabajo, etc., por lo que su producción implica contar con información y opiniones confiables, originales y frescas, así como asumir la responsabilidad del trato que se le dé a la información que se publica.

Pero la producción no solo toma en cuenta el tratamiento editorial, sino también el diseño. González y Pérez (2001) mencionan que “desde mediados de los años ochenta, la presentación visual de los mensajes informativos tomó importancia en el convencimiento de que el aspecto de las noticias no era un añadido artístico, sino una parte indisoluble del mensaje. Y los medios (principalmente periódicos) empezaron a ser más claros, más ordenados y atractivos” (p. 37), ya que, anteriormente, los periódicos se diseñaban sin planificación consciente, solo haciendo encajar la información en la página (Zorrilla, 1997, como se cita en González y Pérez, 2001).

Una característica particular del periódico es su tamaño, que según Álvarez (2014), permite colocar más información en menos páginas, y por otro lado, la estandarización de estos formatos obedece también a las medidas establecidas en las máquinas de impresión de grandes tirajes utilizadas para imprimir periódicos (Medina, 2017). Los dos tamaños principales son el tradicional –llamado *sábana*–

Figura 12. Periódico *El País*, promotor del uso del tamaño tabloide para contenidos formales.



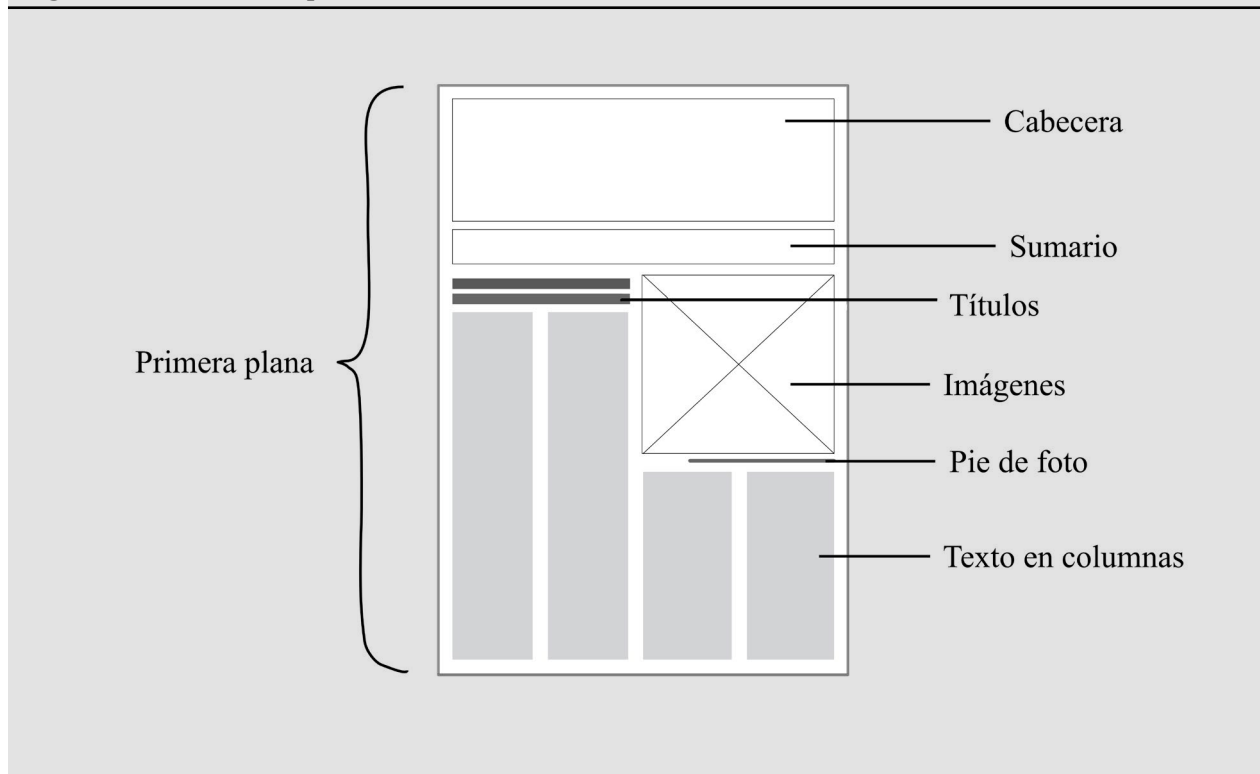
Nota: Adaptado de Wikimedia Commons, 1994, (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:El_pa%C3%ADs-1993-2.webp). Dominio público.

de aproximadamente 40 x 60 cm, y el cada vez más común *tabloide*, de una medida alrededor de los 30 x 40 cm, y no suelen ir encuadernados (Kloss, 2002). Habría que incluir, claro, al formato web, que en la actualidad es un recurso indispensable para gran parte del mercado del periodismo.

No solo el formato de un periódico está estandarizado, sino también su estructura, de la cual Medina (2017) menciona los siguientes elementos:

- *Secciones*. Un periódico suele dividirse en secciones agrupadas por su contenido o temática.
- *Primera plana*. Es la primera página, muestra las noticias más relevantes y busca llamar la atención del público.
 - *Cabecera*. Se encuentra en la parte superior de la primera plana y transmite la esencia de la línea editorial. Debe ser legible a distancia. Incluye el nombre del periódico así como datos propios de la empresa editorial que lo publica, fechas, ediciones, etc.
 - *Titulares*. El título o frase con que se identifica una noticia.
 - *Cuerpo de texto*. Usualmente formado en columnas, es el contenido en general.
 - *Sumario*. Algunos periódicos cuentan con una pequeña sección en la primera plana que indica los contenidos.
 - *Imágenes*. Son un elemento importante en la comunicación de la información. Suelen ir acompañados de una explicación en un *pie de foto*.

Figura 13. Partes de un periódico.



Nota: Elaboración propia.

La divulgación como disciplina se entiende como una mediación entre especialistas de un tema y un público, cuyo mediador traduce a un lenguaje entendible la información para atraer al lector (Calvo, 2006). Moya y Romero (s. f.) indican que la principal cualidad de una publicación de divulgación es convertir un contenido extenso y complejo en algo digerible para el lector promedio, lo que permita generar interés en una rama del conocimiento específica. Además, las autoras destacan la importancia de que la población en general comprenda el mundo que los rodea y eso permita generar y construir ideas de manera colectiva.

Aunque el discurso general gira en torno a la divulgación de las ciencias, particularmente de las ciencias exactas –lo cual es comprensible por la naturaleza especializada de esta rama del conocimiento–, la divulgación no se limita a la ciencia sino a cualquier tema que requiera un intermediario para su comprensión y asimilación. Los periódicos, al ser, por lo general, un medio de comunicación masiva, tienen cualidades propias de la divulgación, pues tienen la necesidad de ser comprensibles para una gran cantidad de público. *Voz minera*, en particular, hace uso de este recurso para comunicar a la población de *La carbonífera* información relevante sobre la lucha por el rescate de los mineros, para así cumplir su función de herramienta para el activismo.

Para Pelta (2012), *activismo* es un término que ha tomado el significado de “acción o actividad directa y sostenida cuyo objetivo es incitar o efectuar un cambio social o político” (p. 1). La OFPC es considerada un movimiento activista puesto que desde su fundación sus miembros se han movilizad para lograr el cambio en las precarias condiciones de las minas de carbón, además de buscar que se reanude el rescate de los mineros atrapados en el accidente de la Mina 8 en Pasta de Conchos.

El periódico, al ser un medio de comunicación de gran relevancia, aún en la actualidad, ha servido al activismo y a la vez ha recibido sus críticas por el tratamiento o la omisión de la información, incluso, como menciona Rovira (2013) “los movimientos sociales no controlan su propia imagen: aunque planean cómo van a manifestarse, dependen de la voluntad y las decisiones de agenda de los grandes medios” (párr. 4). Aunque en la actualidad la oficialidad de los medios masivos de comunicación se ha visto reducida por la incursión del internet en la sociedad, y por otro lado, *Voz minera* pretende ser un medio local, sin necesidad de masividad, es importante señalar estas observaciones para poner en relieve la autoridad como medio de comunicación que un periódico tiene.

Documentación visual

Se considera importante hacer una revisión de los productos existentes que guarden similitud de contenido y forma con *Voz minera*, para encontrar patrones existentes, recursos de diferenciación así como identificar áreas de oportunidad. Para esto, se realizó una selección de periódicos que aborden temas de activismo, de crítica social, así como minería (Tabla 2).

El análisis de esta selección permitió observar que los recursos visuales están encaminados al tema particular que cada activismo aborda, así por ejemplo, *La periódica* utiliza un color morado por ser

Tabla 2. Documentación visual para periódico.



Praxis

Nota: Adaptado de *Praxis*, 2020, (<https://praxisenamericalatina.org>)



El libertario

Nota: Adaptado de *El libertario*, 2015, (<https://issuu.com/elibertario>)



cnt

Nota: Adaptado de *Cnt*, 2012, (<https://issuu.com/periodicoent>)



Mundo minero

Nota: Adaptado de *Mundo minero*, 2020, (<https://mundominero.com.pe/revista/>)



El salto

Nota: Adaptado de *El salto*, 2020, (<https://www.elsaltodiario.com>)



La periódica

Nota: Adaptado de *La periódica*, 2020, (<https://laperiodica.net>)

Nota: Elaboración propia.

activismo feminista, o en otros casos, de tomar en cuenta el formato de impresión, lo que lleva a decidirse por una sola tinta, la negra. Por otro lado, todos los productos revisados utilizan juegos de tipografías serif con palo seco, un recurso habitual en el periódico.

Se observa también un apego a los formatos tradicionales, tanto en los periódicos impresos como en los digitales, que manejan una estructura web clásica. *El libertario*, sin embargo, destaca en este sentido, pues, aunque utiliza un formato de periódico similar al formato sábana, aprovecha la tendencia a doblar el producto en dos para que la primera plana sea a su vez portada y contraportada.

Público objetivo

Determinar el público al que se va a dirigir un producto es indispensable para el adecuado desarrollo del mismo, pues hay que considerar que será ese público determinado quien, desde su contexto, interactuará con él. Esto es importante tanto para generar interés en el consumo del producto, para que sea utilizable, como para que el mensaje sea adecuadamente transmitido. Álvarez (2009) dice al respecto:

El poder de la comunicación radica en pensar en los demás [...] para tratar de leer los signos que el interlocutor nos envía, y que desvelan sus intereses, afinidades, gustos y disgustos, preocupaciones, expectativas, prioridades, motivaciones... cuando esto sucede, el espectro de posibilidades de producción signica se abre ante el diseñador para encontrar la mejor manera de decir las cosas en favor de la intención comunicativa. La empatía con el destinatario nos hace sensibles a él, permitiendo identificar aquellos portales de acceso a su inteligencia y emotividad por medio del discurso visual. (p. 105)

Figura 14. Perfil de persona para periódico.



Nota: Imagen de referencia, de Andrea Piacquadi, s. f., Pexels. Licencia CC0

Eréndira Valdés

45 años, mujer

- Nivel D+
- Escolaridad básica
- Ama de casa
- Católica
- Vive en la Región carbonífera
- Sus decisiones de compra están determinadas por el valor económico y duración del producto
- Su motivación es la crianza y el cuidado del hogar (se añade la necesidad de justicia)

Nota: Elaboración propia.

Para este proyecto, la delimitación poblacional se realizó a través de la herramienta Perfil de persona, en la que, a partir del análisis de la población a la que va dirigida un producto, se crea un perfil de un personaje que corresponde a las características propias de dicho sector de la población tomando en cuenta sus datos demográficos, socioeconómicos y sus tendencias de comportamiento.

Los criterios de análisis para determinar el perfil de persona de cada producto fueron:

- Análisis de datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).
- Revisión de los niveles socioeconómicos basados en los modelos estadísticos NSE de la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI).
- Análisis de interacción en redes sociales (Twitter y Facebook) con la OFPC y otras organizaciones activistas laborales mineras como la Red Mexicana de Afectados por la Minera (REMA).
- Análisis de documentación fotográfica de la OFPC.
- Experiencia personal viviendo en la región durante 17 años.

Organización Familia Pasta de Conchos

Así como es necesario conocer al público objetivo, también es necesario conocer a la organización activista que hará uso tanto de *Voz minera* como de los otros dos productos diseñados para este proyecto. Aunque ya se han expuesto las motivaciones de OFPC y su campo de acción, se realizó una revisión visual de la imagen que la organización ha desarrollado, para que los productos a realizar sean coherentes con lo que esta representa (Figura 15).

En líneas generales, la OFPC no maneja una identidad visual, pero sí estableció un logotipo, del que se desprende un elemento visual que asemeja una cuerda, además de tres colores principales: rojo, amarillo y negro, que, aunque no son definitivos, se pueden encontrar en gran parte de sus documentos así como en su página web. En otros aspectos visuales sus recursos son variados, lo que implica tanto un reto como mayor libertad para el proyecto, pero permitirá ayudar a la organización a establecer una identidad.

Figura 15. Referencias visuales de la OFPC.



Nota: Imágenes propiedad de la OFPC.

Fundamentación y desarrollo

Contenidos

Tomando en cuenta la estructura de un periódico indicada por Medina (2017), la información que la OFPC va a transmitir, y las necesidades de la población a quien va dirigido el producto, se decidió asignar las siguientes secciones a *Voz Minera*:

- *Cabecera*. Incluirá el logotipo del periódico, el nombre y lema de la organización, así como fecha de su publicación.
- *Primera plana* con las noticias más importantes.
- Una sección de *reporte*, que contendrá un reporte quincenal de actividades de la organización, en el primer número se contempla además un reporte general del movimiento desde sus inicios.
- Cada número contendrá un *homenaje* de uno de los mineros fallecidos. El primer número considera una mención de todos ellos.
- Una sección de la *minería en el país*.
- Una sección para *noticias locales* que la comunidad quiera compartir.

Formato

El *formato*, según Kloss (2002) se refiere a “las medidas que tendrá un impreso terminado y refinado (cortado a su proporción definitiva), que enunciaremos en centímetros expresados como anchura por altura” (p. 182).

Se ha considerado el formato como una de las primeras decisiones de diseño para los tres productos puesto que este va a determinar el espacio en que los productos se van a diseñar, además de ser, en el caso de los formatos impresos, “un punto de contacto físico con el usuario que afecta al modo en que recibimos la comunicación impresa” (Ambrose y Harris, 2005, p. 5).

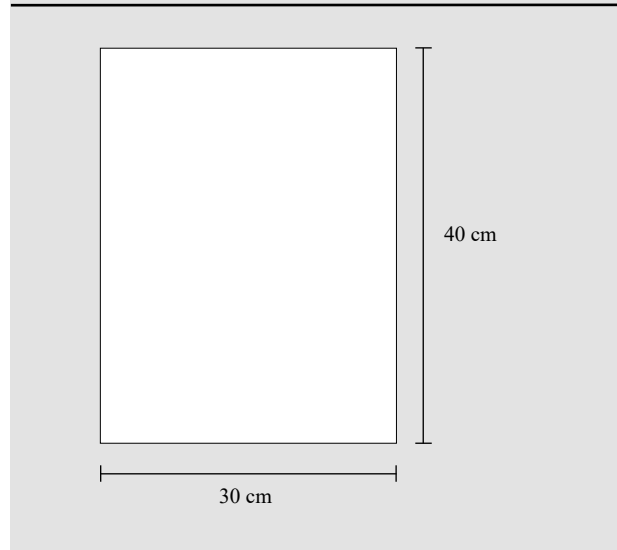
El periódico con un formato *tabloide* surgió a mediados del siglo XX, según Soca (2012) partiendo de la medida del formato sábana tradicional. Según el autor, el nombre proviene de la tendencia de los periódicos que aprovechaban la reducida medida de este formato para condensar la información y dar mayor relevancia a las imágenes, asemejándose así a una *tableta*, es decir, a una pastilla que condensaba el medicamento (p. 553). Sin embargo, en la actualidad el tabloide es

un formato muy extendido y se ha desprendido de la imagen amarillista y superficial que le fue adjudicado en principio, y es cada vez más utilizado pues es más práctico que el sábana.

Un periódico tamaño tabloide puede tener una medida que varíe entre los 27 a 30 cm por 35 a 45 cm. *Voz minera* se adhiere a la medida aproximada de Kloss (2002) de 30 x 40 cm.

Habiendo determinado una medida, y teniendo asignadas 8 páginas para desarrollar un prototipo del producto, se hizo un acercamiento a la distribución de secciones del periódico, la cual se muestra en la figura 17.

Figura 16. Formato de periódico.



Nota: Elaboración propia.

Figura 17. Distribución de periódico.



Nota: Elaboración propia.

Color

Aparici, Fernández, García y Osuna (2006) definen el *color* como “una experiencia sensorial ligada íntimamente a la luz [...], la luz es la fuente de todos los colores, que éstos se ven por una interrelación entre la luz y los objetos” (p. 82). Hablar del color en términos de experiencia sensorial es importante, ya que “podemos decir que el color es una interpretación visual que la especie humana en particular realiza de las radiaciones electromagnéticas que el entorno emite, refleja o transmite en todas direcciones (González y Pérez, 2001, p. 162).

Según Dondis (1977) “el color está cargado de información y es una de las experiencias visuales más penetrantes que todos tenemos en común” (p. 64), lo que coincide con lo dicho por González y Pérez (2001) para quienes el color es uno de los elementos gráficos más potentes e identificables a disposición del diseñador gráfico, por lo que el color transmite información antes de que el espectador repare en la imagen o en el texto (p. 165). Esto en parte debido a la exposición a significaciones respecto al color que tenemos desde la temprana infancia, lo que permite a los diseñadores establecer relaciones subjetivas y emocionales con él (Bhaskaran, 2006, p. 80). Debido a esto, se le asignó prioridad en cuanto a su selección.

Cabe señalar que para brindar uniformidad, coherencia e identificación con la organización, la selección de color se ha definido igual para los tres productos, buscando que sean adecuados para cada uno de ellos, y que al mismo tiempo, su uso y aplicación estén determinados por las necesidades del libro, la revista y el periódico.

La OFPC a lo largo de sus años activos, ha hecho uso principalmente de tres colores, que pueden encontrarse en su identidad, el color rojo, amarillo y negro, aunque no han sido usados con uniformidad y han ido variando según el producto, lo que permite establecer una selección de color con relativa libertad respetando estos colores.

■ **Rojo.** Este color es usado de manera extensa en el activismo y en general en los movimientos civiles y políticos. “En la antigüedad y en la Edad Media el rojo era el color de la autoridad y el poder, usado por los emperadores romanos, los señores europeos y los Papas. Con el curso de los siglos se convirtió en el color de los revolucionarios (Klein, 2018, párr. 1). No resulta extraña esta elección de color, pues el rojo es un color intenso, llamativo, activo, una *llamada a la acción* (Berry y Martin, 1994, p. 17), pero también indica peligro y agresividad (Dondis, 1977, p. 67).

■ **Amarillo.** Es un color alegre, cálido y enérgico, aunque puede ser un indicio de advertencia (Ambrose y Harris, 2006, p. 12). Respecto a esto, Pastoreau (2007) menciona que en la actualidad el amarillo tiene la función de un “semir rojo”, lo cual se evidencia en el ámbito industrial e incluso en los semáforos. No es un color empleado particularmente en el activismo o incluso en la divulgación, aunque, como se observó en el periódico *El salto*, en combinación con el negro da un resultado interesante.

■ **Negro.** Formal y serio. Cuando se acerca al gris puede representar profesionalidad, sobriedad, austeridad (Ambrose y Harris, 2006, p. 13). También se ha considerado la importancia

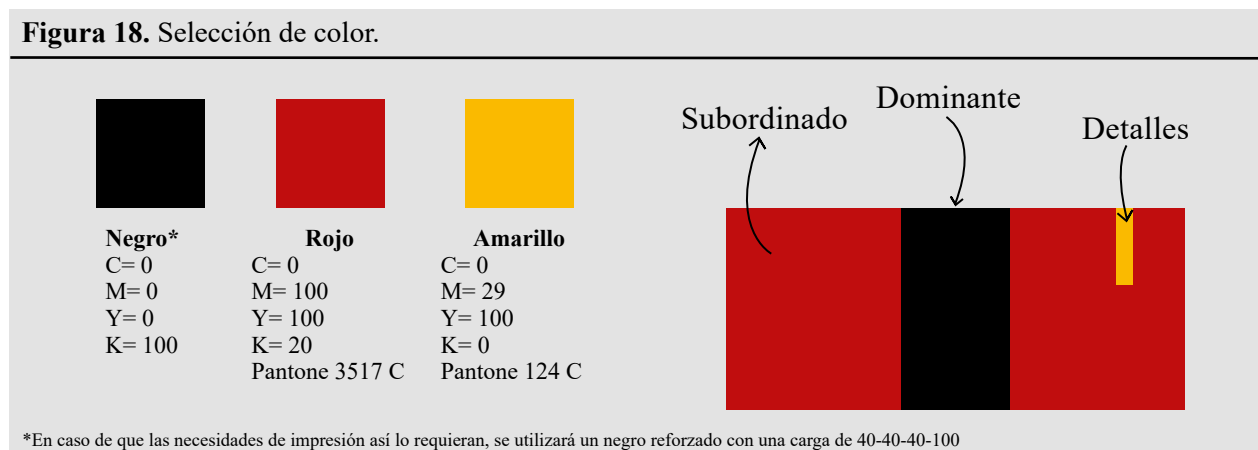
de este color para la Región carbonífera pues es el color del carbón. El negro es una consideración básica al momento de diseñar puesto que es un color adecuado para textos largos y una tinta base en el sistema de impresión offset.

Justamente es importante considerar que los productos a elaborar en este proyecto deberán imprimirse en offset, pues si se plantea un tiraje grande de ejemplares este sistema es el más adecuado. Cuando se habla de impresión de color, es necesario tomar en cuenta el color como un pigmento o una tinta, en palabras de Acaso (2009) “el sistema mediante el cual se forma este tipo de colores es la síntesis sustractiva, y los colores primarios que componen este sub-grupo del color son el cian, el amarillo y el magenta, siendo el negro el tono que resulta de la suma de todos” (p. 58). Estos cuatro colores, cian, magenta, amarillo y negro (CMYK, por sus siglas en inglés) conforman las cuatro tintas utilizadas en la impresión offset. Es así que hay que contemplar el cian, el magenta, el amarillo y el negro para componer los colores precisos a utilizar en los tres productos editoriales, lo que permite también dotar de matices más concretos al color rojo, amarillo y negro, así como sugerir la selección de una tinta directa PANTONE en caso de que sea necesario no utilizar las tintas CMYK.

Para el color rojo se propuso un color compuesto por magenta y amarillo, con una carga ligera de negro para que el color no esté tan saturado y a la vista y percepción no resulte agresivo. El mismo caso con el color amarillo, tomando como referencia el color utilizado por OFPC se seleccionó un amarillo con un tenue acercamiento al ocre para que mantenga su impresión de calidez y advertencia pero alejándolo de lo alegre y vivaz, pues eso restaría seriedad al producto.

Por otro lado, Ambrose y Harris (2006) sugieren que al momento de hacer combinaciones de color en una composición, se establezca desde el principio una jerarquización en el uso de estos colores, por lo que se propone el uso del color negro como principal, considerando las escalas de grises como opcionales, el rojo como color subordinado, y el amarillo como un color de énfasis en ciertos detalles. Este último se considerará prescindible en caso de que las necesidades de diseño puedan solucionarse con dos colores.

Figura 18. Selección de color.



*En caso de que las necesidades de impresión así lo requieran, se utilizará un negro reforzado con una carga de 40-40-40-100

Nota: Elaboración propia.

Tipografía

La *tipografía* se define como “el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa” (Iñigo y Makhlouf, 2014, p. 75). Cuando se habla de selección tipográfica, se hace referencia a la selección de una fuente tipográfica, es decir, del conjunto de caracteres, y de las propiedades y características que le serán aplicadas.

Hoy en día se pueden encontrar una gran cantidad de fuentes disponibles para su uso, y determinar cuál utilizar implica un proceso de análisis que incluye factores como el medio en que será utilizado, el objetivo del producto y del texto mismo que va a reproducir, el tema que el diseño va a abordar, y su lugar en la composición de un diseño.

Para los tres productos editoriales, se ha decidido utilizar una selección de dos familias tipográficas distintas, esto con el fin de dar contraste entre los contenidos que se presentan, así como de proporcionar fuentes que sean útiles en diversos productos.

Se ha seleccionado *Libre Baskerville* para los cuerpos de texto, tomando cuenta que es una tipografía con serifas, pues este tipo de caracteres facilitan la lectura de textos largos, debido a que “diferencian más cada letra, guardan la distancia entre éstas y, al mismo tiempo, las unen para formar palabras [...] se considera que el movimiento horizontal de la mirada al leer un texto queda reforzado por los remates de las letras” (González y Pérez, 2001, pp. 73-74). Se realizaron pruebas con distintas fuentes de esta clasificación, como *Georgia* o *Garamond* para analizar su visualización en diferentes tipos de textos, y se seleccionó a *Libre Baskerville* por su adaptabilidad a distintas columnas de texto, por lo que se considera útil tanto para un periódico como para una revista o un libro, además de tener un estilo formal, serio y clásico, pero al ser una tipografía con una forma claramente redonda resulta lo suficientemente amigable y digerible, además de contener los caracteres necesarios para la escritura en español. Esta variación de la fuente *Baskerville* está también optimizada para su uso en pantallas por lo que resultará útil cuando el producto editorial se difunda en un formato digital.

Para los títulos y como un recurso visual, se consideró el uso de fuentes sin serifas, por su versatilidad y por su adaptabilidad, lo que permite adecuar la composición para mejorar la visibilidad de el texto. Cabe mencionar que Kloss (2002) hace la diferencia entre legibilidad y visibilidad, enfatizando que las tipografías con serifas son útiles para la legibilidad y recomienda su uso cuando se ha de leer un texto en que se requiera volcar la atención sobre el contenido, pero para textos donde el fuerte sea la visibilidad y la capacidad de captar la atención del espectador, la selección se vuelve más abierta. Entre las fuentes que se consideraron se incluye *Helvetica* y *Franklin*, aunque *Acumin Variable*, por tener una considerable cantidad de variaciones y ser una extensa familia tipográfica, además de tener un estilo fuerte y formal sin llegar a ser agresivo se propone como la seleccionada.

Figura 19. Selección tipográfica.

Libre Baskerville

Diseñada por Impallari Type

Regular *Italic* **Bold**

Aborrumquat a vendis eiunt facepediae nonsect otatior eperunt evenimaion resto bea sunt abo. Itaspero mi, se alit, cus, ipitio. Ips qui omnis es magnam, ut et, ulle-
nihil ma eribeat aut quatur atem qui od magnient quo bea quaepe-
lendem con ririt ut omnis.

aA bB cC dD eE
fF gG hH iI jJ
kK lL mM nN ñÑ
oO pP qQ rR sS
tT uU vV wW xX
yY zZ

Acumin Variable

Diseñada por Robert Slimbach

Regular *Italic* **Bold**

Aborrumquat a vendis eiunt facepediae nonsect otatior eperunt evenimaion resto bea sunt abo. Itaspero mi, se alit, cus, ipitio. Ips qui omnis es magnam, ut et, ulle-
nihil ma eribeat aut quatur atem qui od magnient quo bea quaepe-
lendem con ririt ut omnis.

aA bB cC dD eE
fF gG hH iI jJ
kK lL mM nN ñÑ
oO pP qQ rR sS
tT uU vV wW xX
yY zZ

Nota: Elaboración propia.

Soporte

El material sobre el que se imprimirá el producto, en este caso papel, es importante ya que, en palabras de Johansson, Lundberg y Ryberg (2004) “el papel elegido no sólo proporciona personalidad y estética al producto final, sino que también afecta a la calidad de textos e imágenes, así como al correcto funcionamiento de la máquina de imprimir” (p. 224).

Para *Voz minera* se busca un material que brinde un sentido de familiaridad y seguridad al lector, por lo que se busca acercarse a las convenciones en la impresión de periódicos. Al ser un producto local y no requerir un tiraje grande, se ha optado por utilizar papel revolución, el cual se comercializa en un gramaje de 49 grs.

A pesar de ser un papel ligero y frágil, el corto periodo de vida de un periódico permite que sea funcional, además de económico y ambientalmente responsable, no solo en la producción del papel, sino en su vida útil, pues son las propiedades de este tipo de papeles las que permiten a los lectores de periódicos darles segundos y hasta terceros usos en el hogar, ya sea en la limpieza, protección o embalaje.

Figura 20. Papel revolución.



Nota: Elaboración propia.

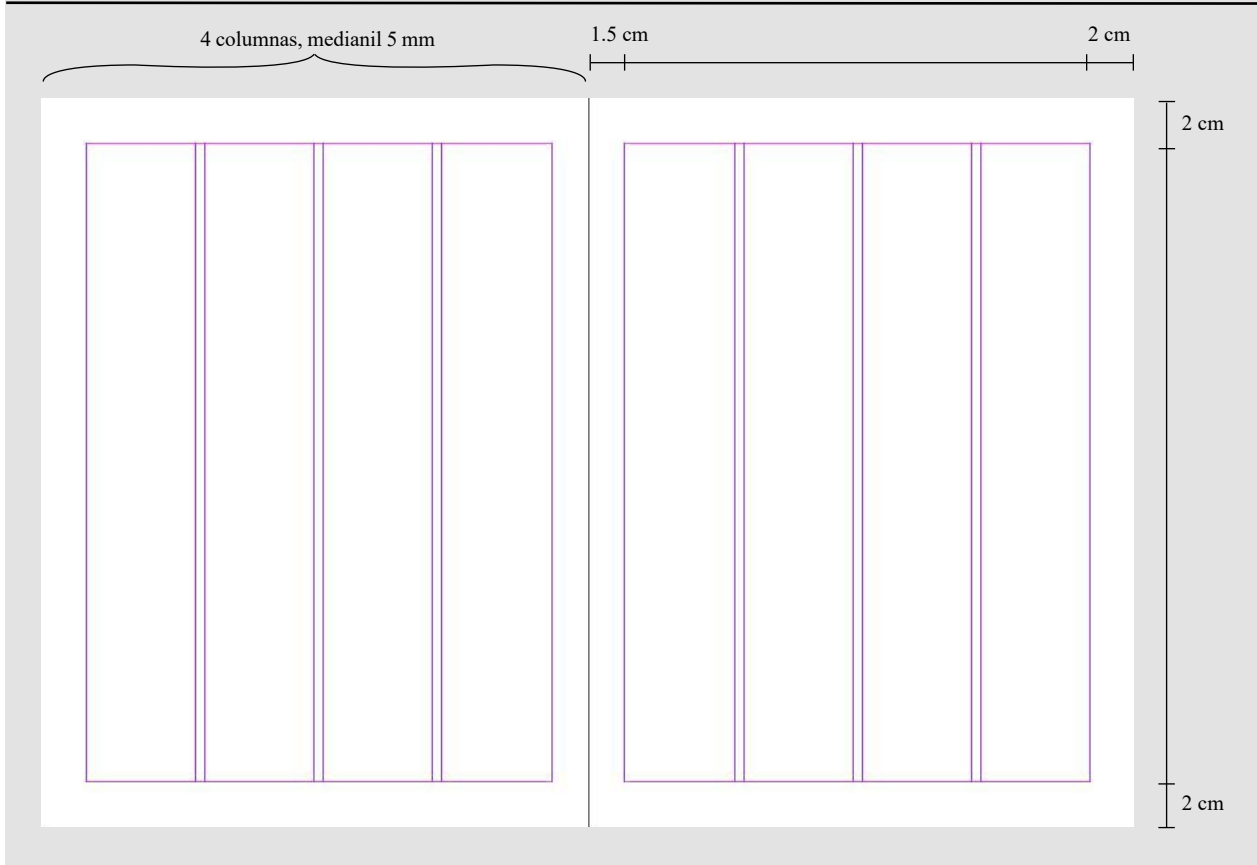
Retícula

Para que visualmente *Voz Minera* tuviera un acercamiento con la imagen de un periódico, se utilizó una retícula basada en columnas, en este caso, en cuatro columnas, que, distribuidas en el ancho de la página, resultan lo suficientemente anchas para no afectar el ritmo de lectura, con medianiles de 5 mm para permitir una diferenciación clara entre columnas de texto.

Respecto al uso de otros elementos como imágenes, separaciones, gráficos, etc., estas columnas pueden convertirse en módulos, asignando espacios que respetan las líneas de texto.

Se han definido también márgenes de página que brindan espacio suficiente para que el diseño no resulte pesado y al mismo tiempo no limiten la capacidad de contenido del periódico, resultando con márgenes exteriores de 2 cm, y un margen interior de 1.5 cm aprovechando que el acabado doblado y la cantidad de páginas no intervendrán con la visibilidad en el área interior (Figura 21).

Figura 21. Retícula de periódico.



Nota: Elaboración propia.

Identidad

Para la identidad de *Voz Minera*, se decidió darle relevancia a la palabra *Voz*, utilizando un logotipo simple pero concreto que utiliza la tipografía establecida Acumin Variable y un recuadro que permite hacer una separación entre el nombre del periódico y el contenido de la primera plana. El conjunto del encabezado incluye también la fecha en que se distribuya la publicación, el logotipo de la OFPC, así como el lema principal de la organización, “por una cuerda de vida para los mineros del carbón y sus familias”, y su consigna “a una voz.. ¡rescate ya!”. Para que la palabra *Voz* tenga la relevancia mencionada, se ha utilizado una variante extrabold de Acumin y se ha cambiado el tono a rojo.

El logotipo resultante es sobrio y formal pero lo suficiente concreto y fuerte para evidenciar que se trata de un contenido activista. El diseño del contenido será acorde a esta idea desarrollada.

Figura 22. Logotipo de *Voz Minera*.

A una voz... ¡rescate ya! Junio 2021



Nota: Elaboración propia.

Componentes

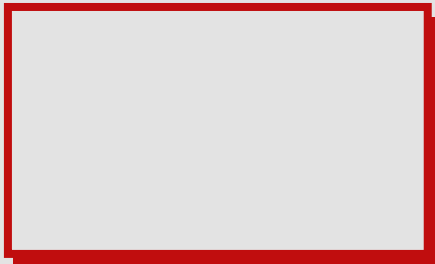
Se han seleccionado una serie de elementos que formarán parte del concepto visual de *Voz Minera*, en concordancia con la identidad y con las necesidades del periódico, con el fin de brindar uniformidad a los contenidos.

Tabla 3. Componentes de periódico.

- Líneas que delimitan las páginas y los contenidos



- Cuadros para contener información



- Texturas y plastas de color en tono rojo



- Estilos tipográficos para textos

Obis et oditibus voluptis pari velentibus vollici doluptati omnimus citincimilis cupienis molorrume quunt dolupta sit pore nis acepuditiur, nis explaut empelibus dero volum, nem same veleseq uuntem doluptatem vit as minctem fugia aut enecusam sequass itecae qui illique omnis si conse eos doluptiis pa quo volupid maiostes et pra aceaqui acea doluptae ne voluptatia doluptum hit optaecerum il modi

Videm adit fugiat la voluptate sum explate non pel imin porisi ulparup tatibus eseceresed quistibus. Sed quatis plam, cullo et erro esto blantur aut accusdandene simoluptas ma ipid quis etusdanda nihic to este quas quodisit voloriate rest estiat et liatatem.

*El essum qui videl eossit int,
ommolor emporem faceped
itaspist ratur? Occae exero
inctium arum quos.*

- Estilos tipográficos para títulos

TÍTULO

Título 2 - rojo

Título 2 - negro

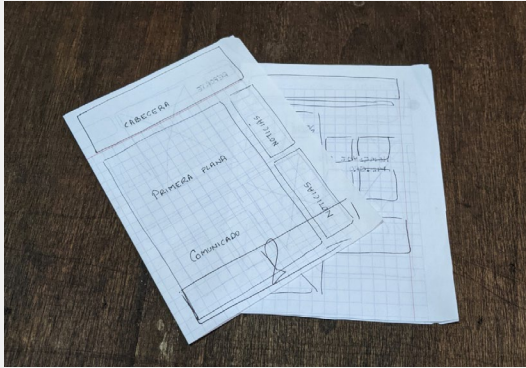
Título 3

Nota: Elaboración propia.

Documentación del proceso

Tabla 4. Proceso de elaboración de periódico.

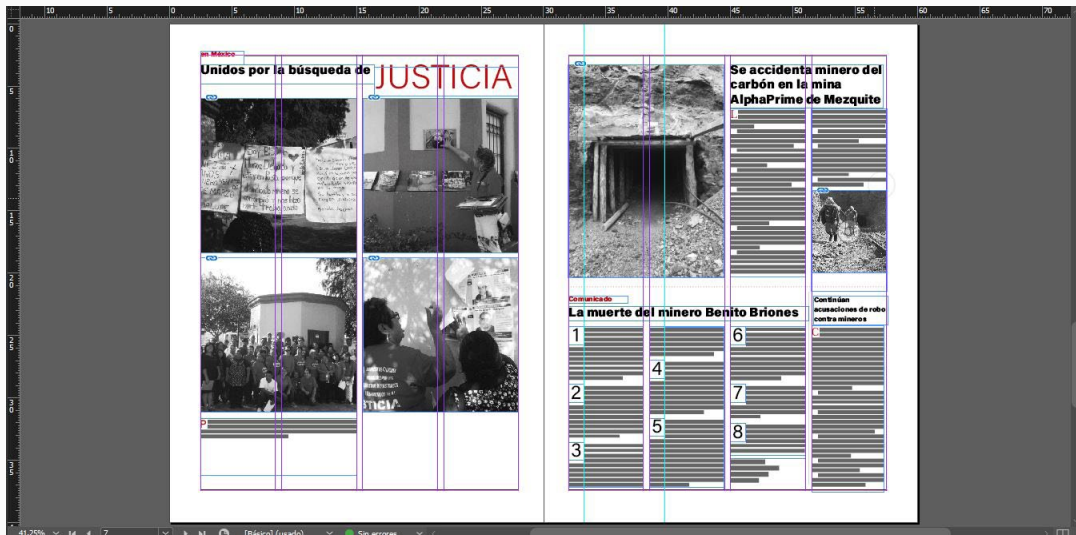
Distribución de contenidos



Pruebas de impresión



Diseño en InDesign, software especializado en diseño editorial



Prototipo impreso



Diseño de portada



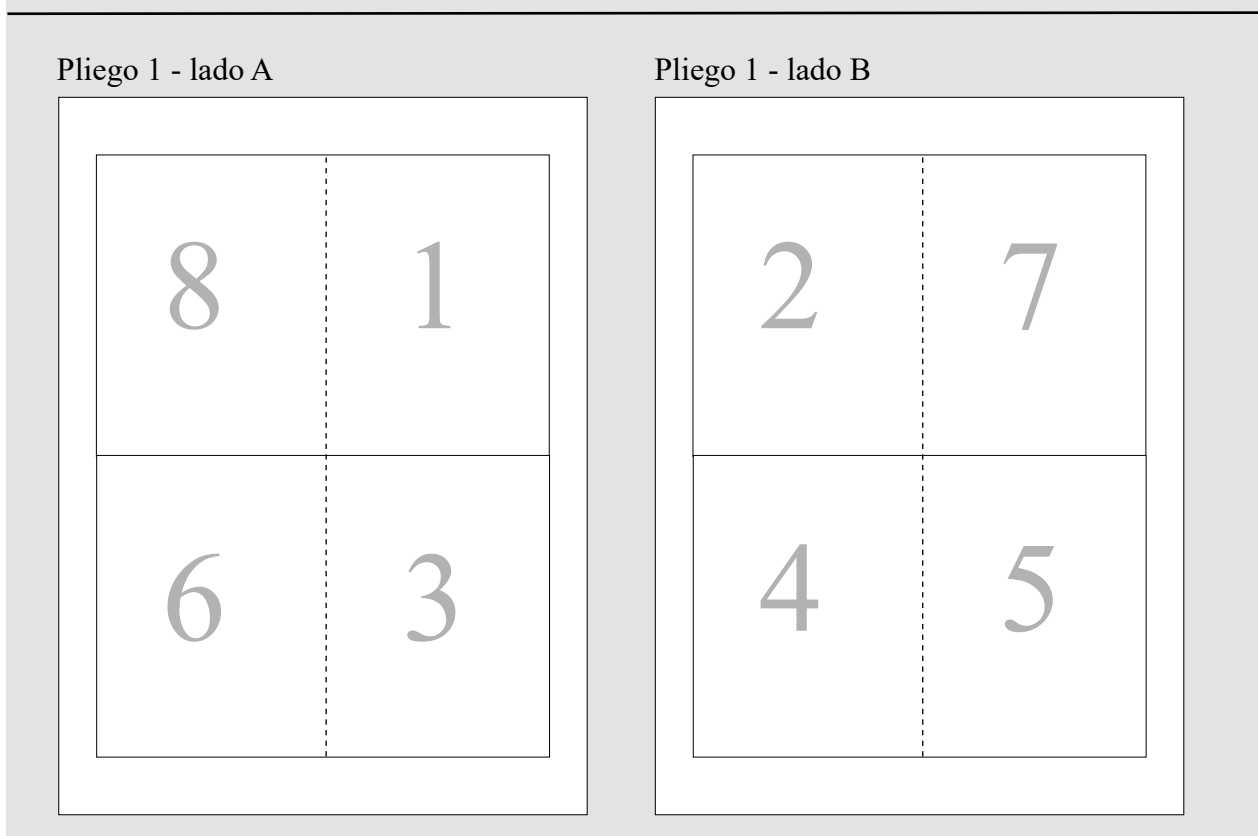
Nota: Elaboración propia.

Impresión

Usualmente, los periódicos se imprimen en rotativas, grandes prensas para grandes tirajes. Sin embargo, al ser *Voz Minera* un producto de alcance local y limitarse a cientos de ejemplares, se ha optado por la impresión en offset convencional, utilizando dos tintas para todos sus pliegos, es decir, a 2 x 2, suficientes para que resulte un producto económico pero sin perder la oportunidad de establecer una dinámica entre dos tonos, el negro y el rojo. Esto implica que el documento se trabaje en tintas CMYK, un modelo de color utilizado para impresión.

Se propone que su acabado sea doblado, ya que son pocas páginas y de un tamaño y papel que evitan que resulte incómodo que se encuentren sueltas las hojas.

Figura 23. Distribución en pliegos de periódico.



Nota: Elaboración propia.

Presupuesto de impresión

Partiendo de las características del producto (tipo de papel, tintas a utilizar, tipo de impresión) se han planteado los costos de impresión de un tiraje inicial de 1,000 ejemplares. Para esto, se ha solicitado a una imprenta ubicada en el estado de Coahuila, cercano a el punto de distribución del producto, una cotización con base en sus costos de producción. La cotización recibida se presenta a continuación, considerando que el costo por ejemplar sería de \$5.40 MXN.

Impresión periódico 300 x 400 mm	
Papel revolución	
Doblado	
8 páginas	\$5,400 MXN
2x2 tintas	
1,000 pzs.	

Aspectos legales

Según la Secretaría de gobernación de México (2019):

- Para que un medio impreso circule legalmente en México debe contar con certificados vigentes de:
 - Reserva de Derechos al Uso Exclusivo del Título, expedido por el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR),
 - Licitud de Título y Contenido, expedido por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas (CCPRI). (párr. 3)

Ambos trámites son realizados ante las autoridades gubernamentales siguiendo un proceso establecido para obtener los certificados.

Además de estos dos requerimientos, se recomienda hacer un registro ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) de *Voz Minera* como marca. Al estar un periódico o cualquier publicación periódica protegida por el IMPI y por el INDAUTOR, se obtiene una protección doble ante cualquier intento de apropiación del producto.

Por último, un periódico puede identificarse internacionalmente con un número ISSN (International Standard Serial Number, en español: Número Internacional Normalizado de Publicaciones Seriadas), el cual también es tramitado en México ante el INDAUTOR.

- Dichos trámites tendrían los siguientes costos, que se efectuarían antes del primer tiraje:
- Reserva de Derechos: \$2,218.00 MXN
 - Licitud de título: \$2,898.00 MXN
 - Licitud de contenido: \$3,622.00 MXN
 - Registro ante el IMPI: \$2,457.00 MXN
 - Identificación ISSN: \$173.00MXN

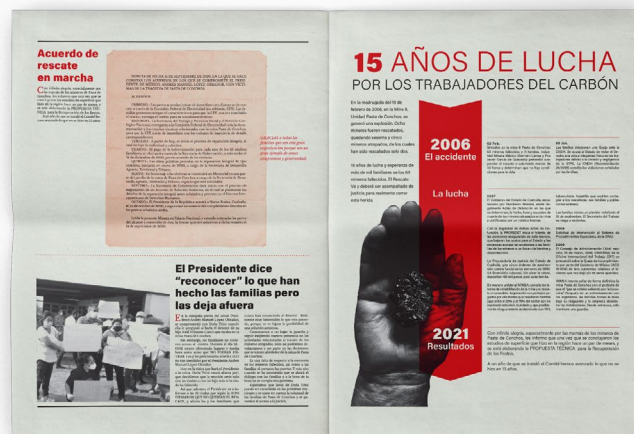
Propuesta resultante

Tabla 5. *Voz Minera*.



Prototipo de *Voz Minera*

Diseño de doble página



Ejemplo de uso



Detalle de producto



Nota: Elaboración propia. Las imágenes utilizadas para este producto pertenecen a la OFPC.

Subterráneo Revista

Planteamiento

La información que la Organización Familia Pasta de Conchos genera, artículos de opinión, comunicados, manifiestos y textos con datos y estadísticas sobre las injusticias cometidas en las minas de carbón y en los territorios ocupados por estas, requieren un medio para llegar al público, por lo que se propone que la labor periodística de la OFPC se organice en una revista cuya línea editorial es la minería de *La carbonífera* con un enfoque activista, ya no centrándose solo en lo referente a la Mina 8 de Pasta de Conchos, sino a la labor completa de la organización, que abarca varios problemas causados por la industria minera. El diseño de la revista debe contemplar dicha línea editorial, así como la intención de la organización al divulgar este material, que sirve tanto a la población general como a un público especializado que busca información concreta sobre el problema de la región.

Subterráneo surge como nombre establecido para la revista, pues hace referencia al lugar de donde provienen las opiniones: el interior de las minas que, en su mayoría, se encuentran bajo tierra. Resulta oportuno el enfoque a algo que está “debajo de” puesto que es un tópico comúnmente usado por los movimientos civiles que se encuentran “debajo de” los grupos de poder que toman las decisiones.

La revista

Guerrero (2016) define revista como:

Una publicación impresa que circula de manera periódica siendo mensual, trimestral, cuatrimestral, semestral o anual, con contenido resumido de forma concreta y directa. Tiene información actualizada con diferentes secciones [...] Lo que envuelve al lector no es la noticia o acontecimiento inmediatos, que de esto se encargan los diarios (informan lo último en acontecer). Más bien complementar y ampliar temas mediante destacados, historias o artículos, entre otros. (p. 41)

Entre los elementos que caracterizan una revista, Caldwell y Zapatterra (2014) determinan los siguientes:

- *Portada*. Es un elemento importante, ya que tiene que representar la imagen y los valores de la revista y es el primer acercamiento del lector con el producto, incluye una cabecera y señalización de los contenidos del producto.

- *Página de contenidos*. Aquí se encuentra el índice de los contenidos.

- *Páginas de apertura*. Con frecuencia se encuentran al inicio páginas que muestran o condensan el material encontrado en la publicación, así como textos de los editores y créditos.

- *Artículos o reportajes*. Son el elemento de texto con más peso en cuanto a contenido.

- *Páginas finales*. Pueden incluir reseñas, directorios o comentarios.

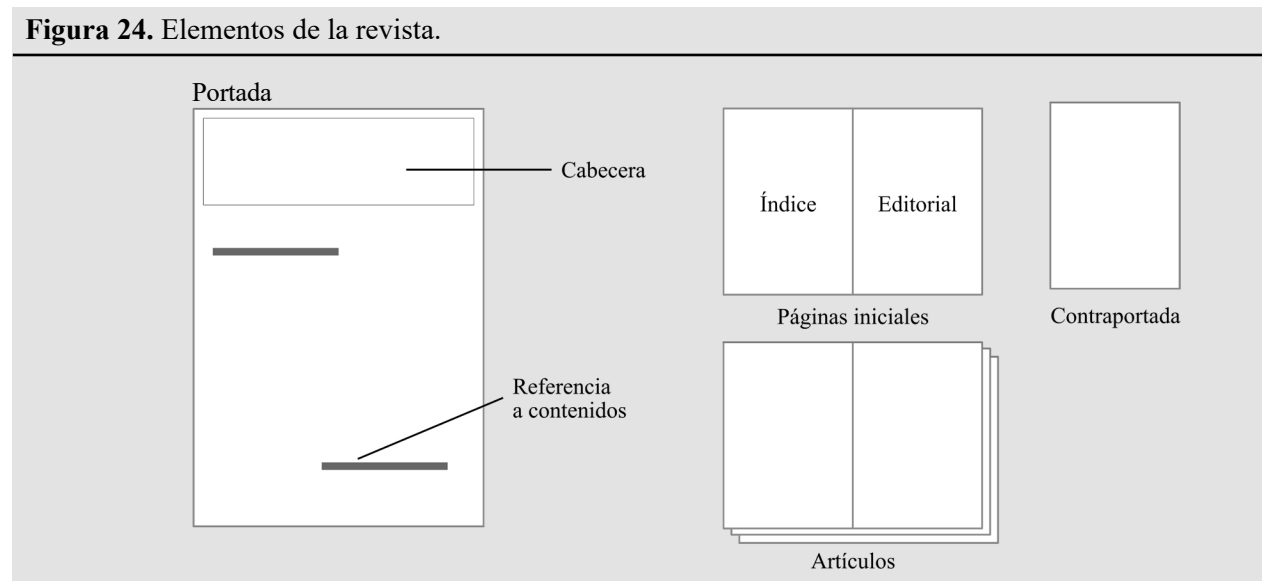
- *Portadillas*. Aunque no se encuentran en todas las revistas, las portadillas son páginas de apertura de secciones que sirven como señaladores para el lector.

Otra característica que vale la pena señalar en cuanto al diseño de una revista, es la habilidad de crear un producto uniforme a partir de contenidos de diversos orígenes (Kloss, 2002).

Las revistas pueden clasificarse en diferentes géneros, como la revista de entretenimiento, científicas, especializadas, entre las cuales al presente proyecto compete la *revista periodística*.

Las revistas periodísticas, especializadas, independientes o que abordan temas específicos “compiten por un nicho en el mercado mundial con el propósito de ofrecer a los lectores aquello que las revistas comerciales de gran tirada no pueden proporcionarles” (Caldwell y Zapatterra, 2014, p. 30). En específico, según Guerrero (2016) una revista periodística “informa sobre un determinado tema, dentro del ámbito real (acontecimiento), con temas específicos sobre la actualidad, puede

incluir noticia o entrevistas” (p. 41), lo que coincide con una revisión sobre el concepto de *periodismo*, el cual se puede definir como “un servicio profesional centrado en difundir información sobre la realidad con un alto grado de responsabilidad” (Donsbach, 2010, como se cita en Robledo-Dioses, 2017, p. 2), por otro lado, Grijelmo (1997) hace notar que dicha información puede presentarse en forma de noticia o en forma de opinión, dependiendo del grado de involucramiento del autor de la información. En *Subterráneo* se encontrarán ambos tipos de información.



Nota: Elaboración propia.

Documentación visual

Para analizar lo que existe en el mercado, se seleccionaron ejemplares de revistas de periodismo, preferentemente periodismo enfocado al activismo, así como revistas enfocadas a la minería, aunque en este último criterio se encontraron revistas, en su mayoría, con un corte empresarial que no es acorde a la línea activista que *Subterráneo* sigue.

Se encontró que existe una gran variedad de recursos visuales utilizados por las revistas seleccionadas, muchos de los cuales parten del tema en que la publicación se enfoca. Por un lado revistas como *Colectiva dos latinas* y *Octavo mundo* recurren a colores contrastantes y llamativos, pero con un diseño simple y con tipografías sin serifas que le brinda formalidad a la composición. Por otro lado, *En otras palabras* y *Gatopardo* utilizan diseños más sobrios, esta última es caracterizada por un estilo elegante y clásico, en su mayoría en escala de grises, con un claro predominio de la fotografía en la portada.

En el diseño interior se observa el uso del diseño en dos columnas, lo cual se infiere es debido a que la mayoría son revistas planeadas para su visualización digital. Además utilizan abundantes imágenes e ilustraciones, así como juegos tipográficos contrastantes.

Tabla 6. Documentación visual para revista.



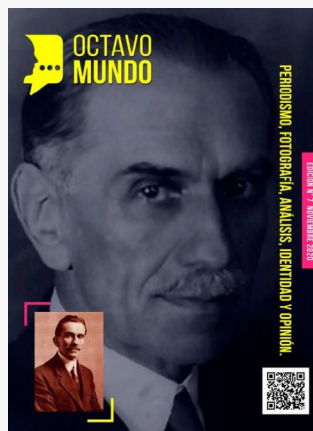
Periodistas

Nota: Adaptado de Fape, 2015, (<https://fape.es/aprobaremos-ingles/>)



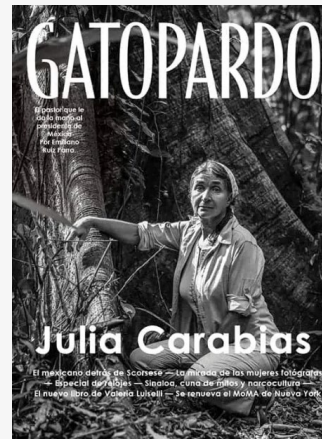
Con-ciencia

Nota: Adaptado de Con-ciencia, 2020, (https://issuu.com/josuemanuelcanelasnova/docs/revista_cient_fica_c_)



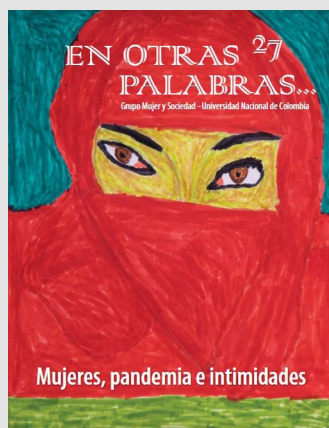
Octavo mundo

Nota: Adaptado de Octavo mundo, 2020, (https://issuu.com/octavomundo/docs/revista_octavomundo_7)



Gatopardo

Nota: Adaptado de Gatopardo, 2020, (<https://gatopardo.com/revista/edicion-207-diciembre-2019/>)



En otras palabras

Nota: Adaptado de En otras palabras, 2020, (https://issuu.com/revistaenotraspalabras/docs/eop_27_22_11_2020)



Colectiva dos latinas

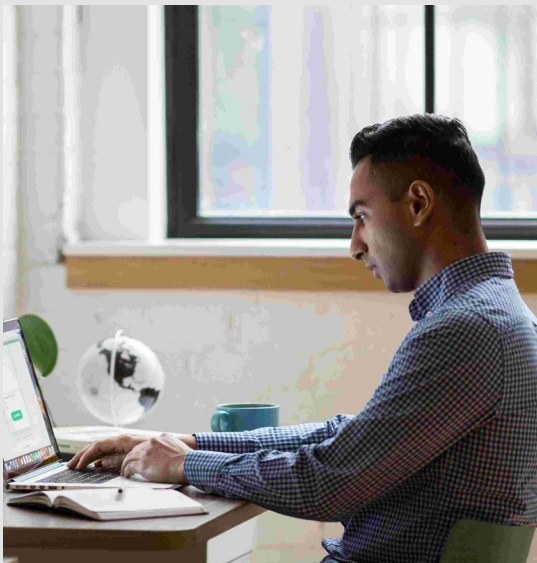
Nota: Adaptado de Dos latinas, 2020, (<https://issuu.com/revistacolectivadoslatinas/docs/colectiva-edicion-1>)

Nota: Elaboración propia.

Público objetivo

La segmentación de la población de *Subterráneo* se realizó siguiendo los lineamientos utilizados para *Voz Minera*, esta vez tomando en consideración que por los contenidos y objetivos de la revista, el público lector del producto sería un sector especializado con conocimientos previos en el tema o en el activismo. Utilizando la Herramienta persona se llegó al perfil mostrado en la Figura 25.

Figura 25. Perfil de persona para revista.



Nota: Imagen de referencia, 2018, Pexels. Licencia CC0

Alfonso Magaña

35 años, hombre

- Nivel C+
- Escolaridad superior
- Periodista. Escribe artículos para un medio nacional y está trabajando en su libro sobre explotación laboral
- Gusto por la tecnología
- Existe interés previo en los problemas sociales
- Católico no practicante
- Consume productos por necesidad, ocio y desarrollo humano

Nota: Elaboración propia.

Fundamentación y desarrollo

Contenidos

Los contenidos que se incluirán en la revista serían escritos principalmente por la OFPC, quienes tienen un archivo de escritos con información, datos, análisis y artículos de opinión que es necesario sean dados a conocer. Se planea un primer número enfocado al accidente en Pasta de Conchos y subsecuentes números con artículos centrales respecto a otros problemas de la Región carbonífera.

Partiendo de la especificación de partes de una revista de Caldwell y Zapatterra (2014), se propone la siguiente estructura de la revista.

- *Portada*, donde se incluya el nombre y logo de la revista, así como referencias al artículos principales.
- Una *página de apertura* con un artículo editorial que toque brevemente los contenidos.
- Un *índice* de contenidos.
- Un breve *informe* sobre la situación de la minería en *La carbonífera* y las actividades de la organización.
- *Artículos* escritos por los miembros así como de colaboradores de la organización y especialistas, periodistas e investigadores invitados.
- Un *artículo principal* sobre el accidente de Pasta de Conchos.
- Una *contraportada* con un mensaje de protesta.

Formato

Para la selección de un formato adecuado para *Subterráneo*, se consideró:

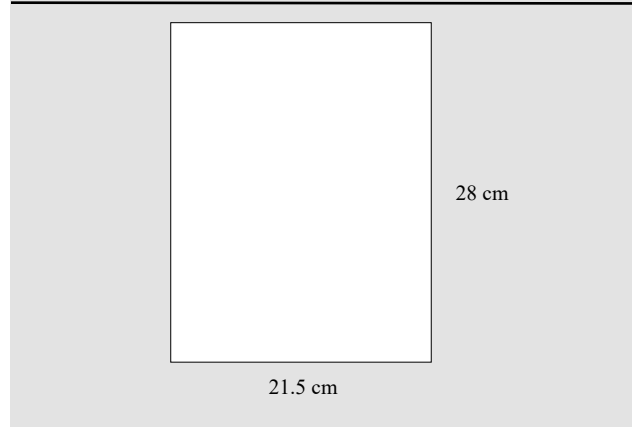
- El género de revista al que pertenece.
- La facilidad de lectura con base en los contenidos.
- Poco desperdicio de papel.

Subterráneo es una revista periodística y además aborda un tema que requiere mucha seriedad, por lo que se partió de formatos establecidos para una revista, pues así se consigue una sensación de familiaridad y confianza con el lector. Entre los formatos más utilizados para revistas, se encuentra el formato A4, y el carta. Se decidió utilizar el carta en una medida cerrada de 21.5 x 28 cm para que se

podiera ajustar adecuadamente en un pliego de 70 x 95 cm, con suficiente espacio para rebases, líneas de corte, registro y barras de color, que es además un tamaño lo suficientemente grande para poder hacer uso de recursos visuales que añadan valor a la revista, sin que resulte voluminosa por la ligera cantidad de páginas.

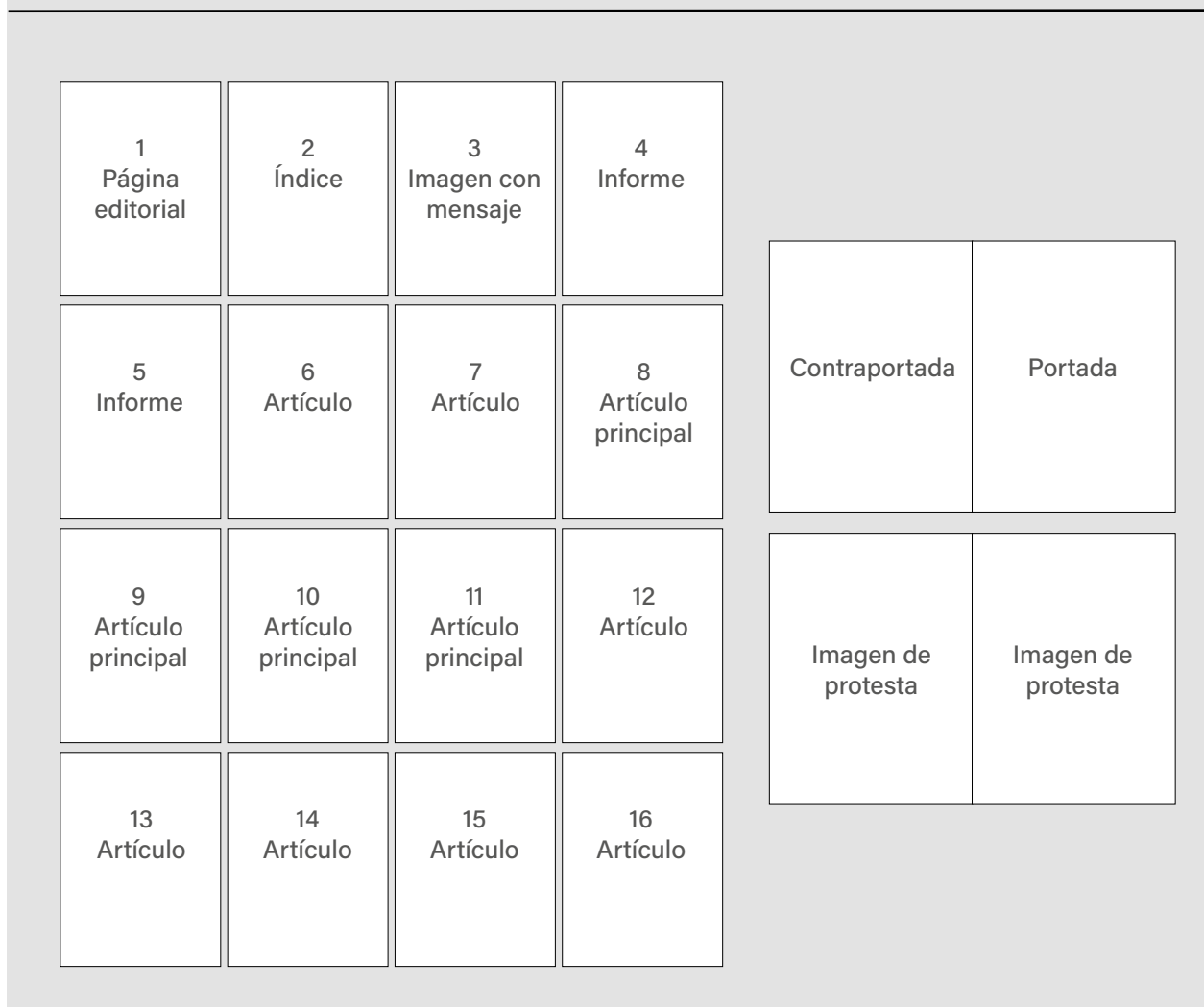
Después de definir un formato y con la cantidad de 16 páginas a desarrollar, se realizó un ejercicio de distribución de contenidos para el primer ejemplar.

Figura 26. Formato de revista.



Nota: Elaboración propia.

Figura 27. Distribución de revista.



Nota: Elaboración propia.

Soporte

Para *Subterráneo* se utilizarán dos tipos de materiales, uno para las páginas interiores y otro para los forros o portada.

Para los forros, se ha escogido un material ligeramente más grueso que en el interior, con el fin de brindar soporte, aunque, al ser pocas hojas interiores, un papel con un gramaje de 175 gr. es suficiente. El papel cartoncillo blanco, aunque no es un material convencional para impresión de publicaciones, tiene una textura porosa y un tono irregular, que, combinado con su color base grisáceo, da una sensación terrosa, lo que resulta conveniente para aprovechar la idea del concepto editorial de *Subterráneo*, pues brinda una ilusión similar a la del suelo de la Región carbonífera, lo cual permitirá aprovecharlo en el diseño de la portada.

Para los interiores, por otro lado, se busca un material que permita una correcta visualización de imágenes, pero al mismo tiempo, resulte armónico con el papel cartoncillo. El papel opalina blanco resulta ideal para establecer esta combinación, pues tiene una textura porosa que al tacto es armónica con los forros, pero lo suficientemente lisa para que las imágenes y gráficos puedan visualizarse con nitidez, y a pesar de ser blanco, su ausencia de brillo se adecúa a la lectura de textos largos.

Figura 28. Papel opalina (izq.) y cartoncillo (der.).



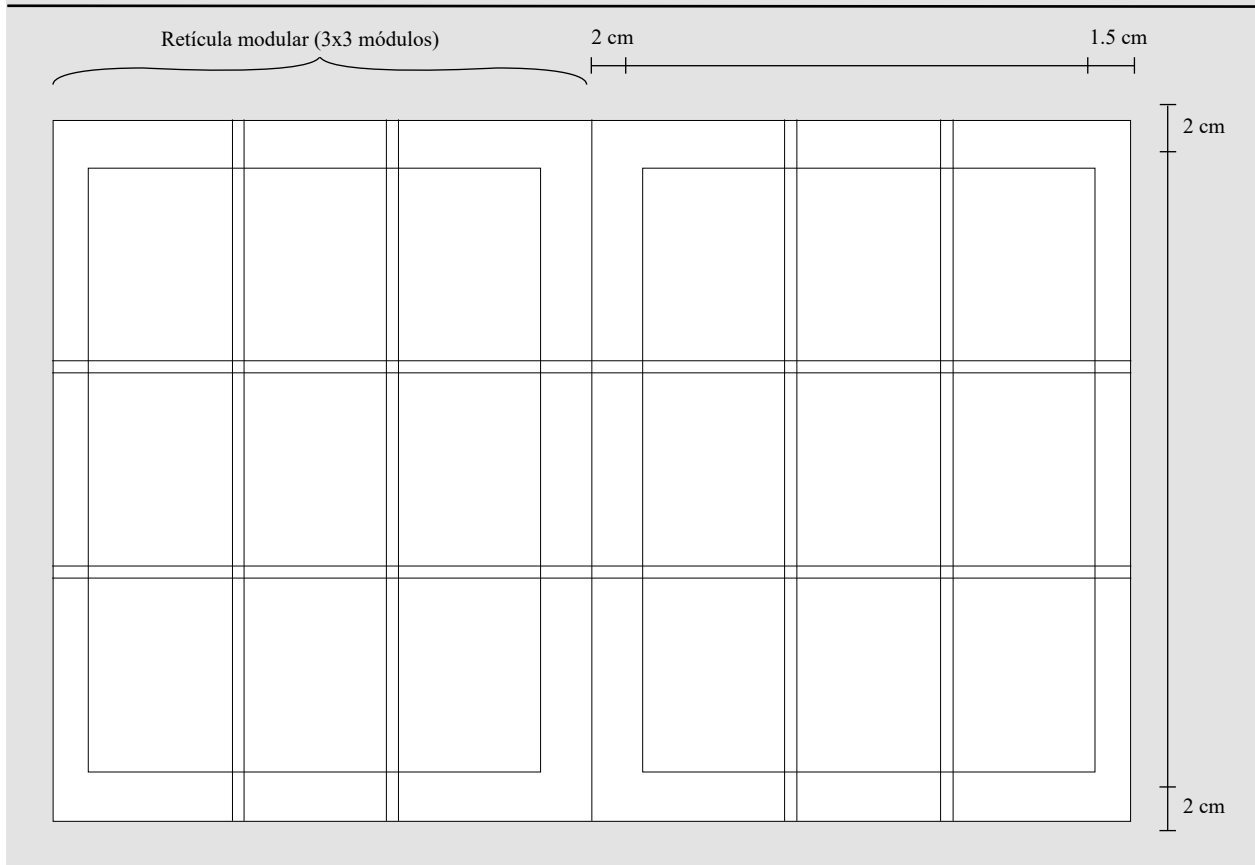
Nota: Elaboración propia.

Retícula

Para una revista, una retícula, es decir, una guía de estructura para la organización de los elementos en la página, es de suma importancia ya que permite dar coherencia a los distintos contenidos que puede tener una publicación de este tipo. Es por esta razón, que se considera oportuno el uso de una retícula modular, con divisiones verticales y horizontales que generen bloques o módulos en los que se ajuste la información. Este tipo de retícula permite combinar el orden y la versatilidad en las páginas, ya que permite una mayor variedad de opciones de organización en contraposición a una retícula por columnas. Según Samara (2004) una retícula elaborada con módulos “confiere un significado adicional de orden, claridad y reflexión”.

En el caso particular de *Subterráneo*, para una mayor limpieza, y tomando en cuenta que la información en las páginas será principalmente texto, se han reducido al mínimo las divisiones, resultando en una retícula de nueve módulos, organizando la hoja vertical y horizontalmente en separaciones por tercios, así, se podrá hacer exploraciones con el espacio y dar protagonismo a ciertos contenidos a partir de la cantidad de tercios utilizados.

Figura 29. Retícula para revista.



Nota: Elaboración propia.

Identidad

El logotipo de *Subterráneo* se ha diseñado pensando en una imagen limpia y formal, dejando la palabra en tipografía Libre Baskerville, que se escogió por sobre Acumin Variable por sus serifas que remiten a la seriedad y formalidad, sin elementos añadidos o innecesarios, más que una frase que condensa el contenido de la publicación: “Crónicas mineras de la Organización Familia Pasta de Conchos”, y un eslogan que establece una relación entre la frase y el nombre de la revista: “Voces desde el fondo”, colocado en un aparente desfase con la línea del título y en un pequeño bloque de texto a parte, esto para generar un contraste entre lo elegante y formal y la abstracción y vanguardia, contraste que se busca implementar en el diseño general de *Subterráneo*.

Figura 30. Logotipo de *Subterráneo*.

Subterráneo VOCES
DESDE
EL FONDO

Nota: Elaboración propia.

Componentes

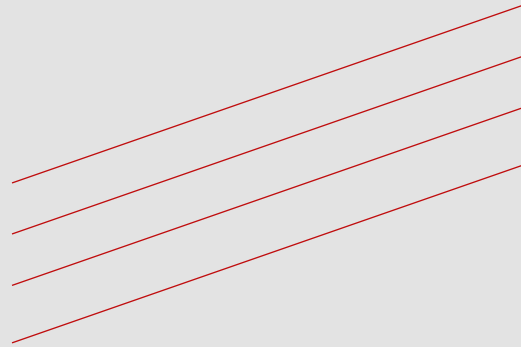
Subterráneo es un producto que tendrá mayor libertad creativa y diversidad visual, dado que su diseño dependerá en gran parte de el contenido de cada artículo. Sin embargo, mantendrá una coherencia y un estilo acorde a su identidad.

Tabla 7. Componentes de revista.

- Imágenes sin fondo para resaltar el valor de los elementos



- Líneas de movimiento



- Estilos tipográficos para textos:

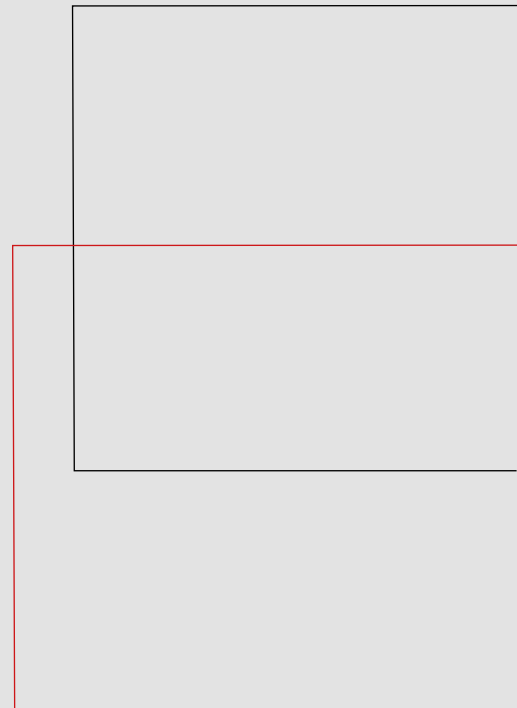
Obis et oditibus voluptis pari velentibus vollici doluptati omnimus citincimilis cupienis molorrume quunt dolupta sit pore nis acepuditiur, nis explaut empelibus dero volum, nem same veleseq uuntem doluptatem vit as minctem fugia aut enecusam sequass itecae qui illique omnis si conse eos doluptiis pa quo volupid maiosetes et pra aceaqui acea doluptae ne voluptatia doluptum hit optaecerum il modi

Videm adit fugiat la voluptate sum explate non pel imin porisi ulparup tatibus eseceresed quistibus. Sed quatis plam, cullo et erro esto blantur aut accusdandene simoluptas ma ipid quis etusdanda nihic to este quas quodisit volorate rest estiat et liatatemo.

*El essum qui videl eossit int,
ommolor emporem faceped
itaspist ratur? Occae exero
inctium arum quos.*

(Para título y encabezado se permitirán variaciones de formato)

- Recuadros de texto



Nota: Elaboración propia.

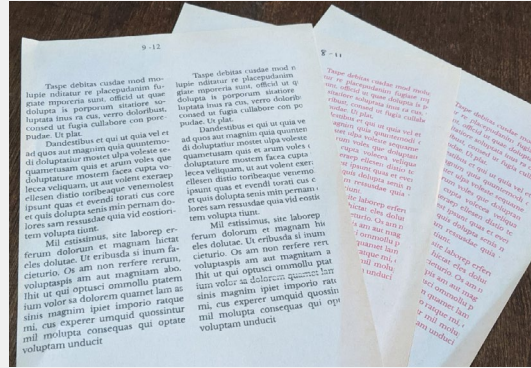
Documentación del proceso

Tabla 8. Proceso de elaboración de revista.

Pruebas de papel



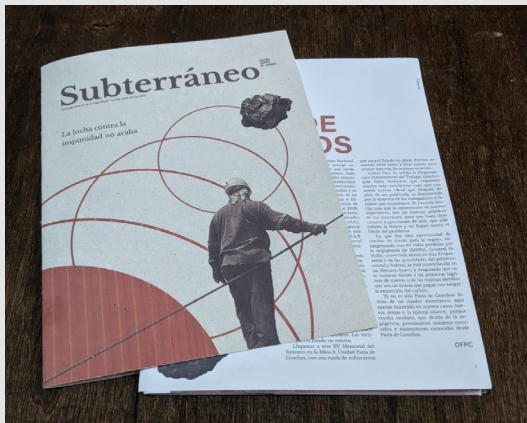
Pruebas de tipografía



Diseño en InDesign



Prototipo impreso



Diseño de portada



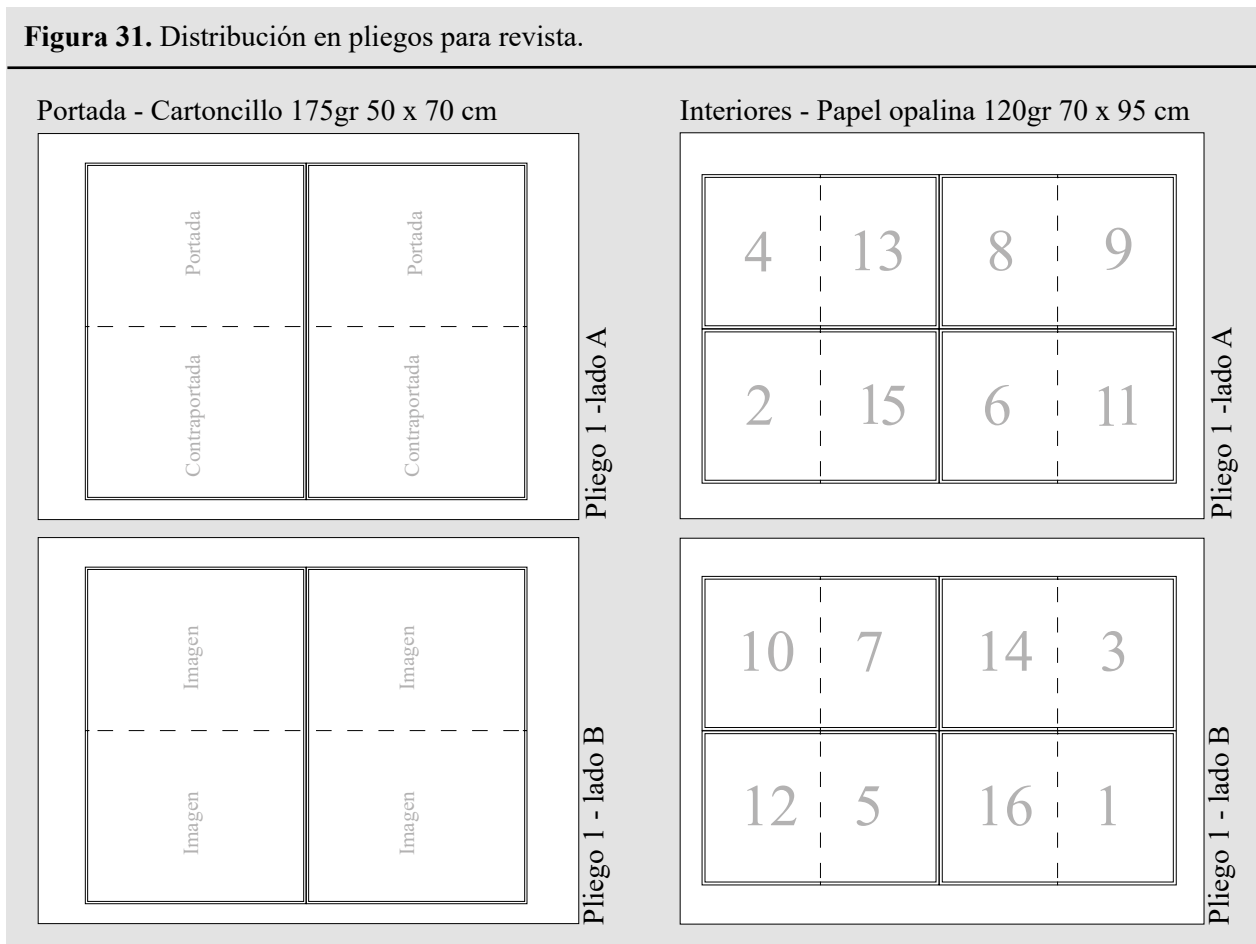
Nota: Elaboración propia.

Impresión

Para *Subterráneo* se utilizará el sistema de impresión offset en CMYK, a tinta negra y pantone rojo establecido. Se ha propuesto una formación en un pliego de 70 x 95 cm, la cual puede ajustarse a dos medios pliegos en caso de que sea un requerimiento de la imprenta y considerando que los forros se imprimirán en un papel distinto.

En cuanto al acabado de la revista se propone un corte, doblado y grapado a caballo (con dos grapas en el lomo), por lo que el ajuste debe contemplar su acomodo en páginas opuestas, distribuyendo en pliego en base a la carga de color; un acabado que brinda firmeza y sostén.

Figura 31. Distribución en pliegos para revista.



Nota: Elaboración propia.

Presupuesto de impresión

Al igual que con *Voz Minera*, se solicitó un presupuesto con un punto de partida de 1,000 ejemplares, del cual se recibieron los siguientes datos que dan como precio unitario de \$27.00 MXN para la revista *Subterráneo*.

Impresión revista 215 x 280 mm	
Forros papel cartoncillo 175 gr.	
Interiores papel opalina 120 gr.	
Doblado y grapado	\$27,000 MXN
16 páginas	
2 x 2 tintas	
1,000 pzs.	

Aspectos legales

Las consideraciones de registro de *Subterráneo*, al ser también una publicación periódica, se adhieren a las requeridas para *Voz Minera*, añadiendo en este caso, tomando en cuenta su posible distribución digital, se requerirá una identificación ISSN para el producto impreso y uno para el digital, para diferenciarlos.

- Reserva de Derechos: \$2,218.00 MXN
- Licitud de título: \$2,898.00 MXN
- Licitud de contenido: \$3,622.00 MXN
- Registro ante el IMPI: \$2,457.00 MXN
- Identificación ISSN impresa: \$173.00 MXN
- Identificación ISSN digital: \$173.00 MXN

Propuesta resultante

Tabla 9. Subterráneo.



Prototipo de Subterráneo

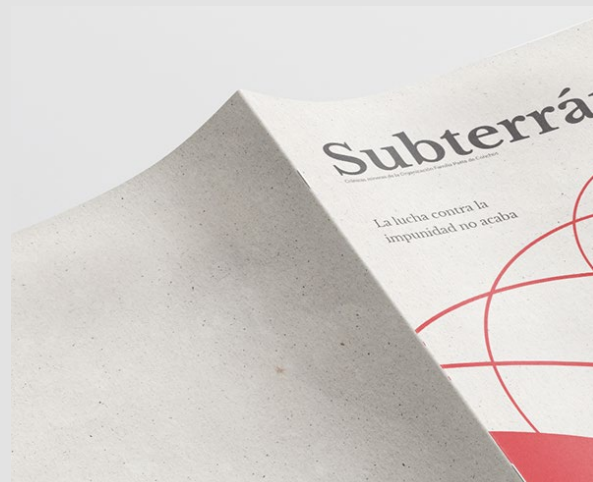
Diseño de doble página



Ejemplo de uso



Detalle de producto



Nota: Elaboración propia. Las imágenes utilizadas para este producto pertenecen a la OFPC.

Por una cuerda de vida

Libro

Planteamiento

Durante el año 2020, la Organización Familia Pasta de Conchos, inspirada por las bitácoras y diarios que antiguamente se entregaban a los mineros para mantener un control de sus actividades, se propuso entregar diarios a las casi 200 personas que han colaborado con la organización, con la intención de permitirles expresarse y mostrar su sentir respecto a las injusticias que han vivido tanto en la vida en la mina como en el enfrentamiento de la OFPC contra las autoridades. Se considera que el resultado de esta actividad debe ver la luz para sensibilizar y acercar a la población al problema.

La organización se planteó entonces la creación de un producto editorial que, en principio, fuese dirigido al público en general, con la intención de llegar a la mayor cantidad de personas.

Es así como, analizando los posibles contenidos y las opciones editoriales se define como propuesta un libro de memorias de los mineros afectados y sus familias. Con un enfoque más emocional e incluso catártico, el libro se propone presentar ya no datos estadísticos ni noticias sobre el rescate de los mineros, sino las experiencias de los familiares de estos mineros, que han permanecido a pie de lucha desde el accidente. Haciendo un recorrido histórico por el movimiento desde el día de la explosión hasta los últimos acontecimientos que prometen el inicio de las labores de rescate, las vivencias, emociones, imágenes y recuerdos contados por los mismos familiares se condensan en esta publicación que, haciendo uso de los recursos y conocimientos del diseño editorial pretende mostrar los valores propios de una lucha vista desde sus militantes y afectados.

El nombre del libro proviene de una frase que la OFCP ha utilizado como estandarte: “Por una cuerda de vida para los mineros del carbón y sus familias”, cuyo origen proviene de la llamada *cuerda de vida*, una medida de seguridad básica en las minas que, en la Mina 8 de Pasta de Conchos no existía. Con el paso de los años, la referencia a la cuerda de vida se convirtió en una metáfora de la búsqueda de seguridad y estabilidad para los mineros, y al ser el libro propuesto una narración de esta lucha, *Por una cuerda de vida* resulta una adecuada referencia a la organización y a sus objetivos.

El libro

Para establecer un concepto de *libro*, resulta particularmente útil la definición de Kloss (2002), para quien un libro es “un impreso encuadernado que desarrolla extensamente un tema acorde con su título, un ensayo grande, una novela u obra literaria larga o una compilación de cuentos, ensayos u obras más pequeñas; pero hay estándares –desde luego discutibles– que establecen que una obra impresa *sólo debe considerarse libro* si pasa de ciento veinte páginas” (p. 165). Dentro de los estándares que el autor considera se encuentra también el de la UNESCO (1964), que define libro como “una publicación impresa no periódica que consta como mínimo de 49 páginas, sin contar las de cubierta, editada en el país y puesta a disposición del público” (p. 150).

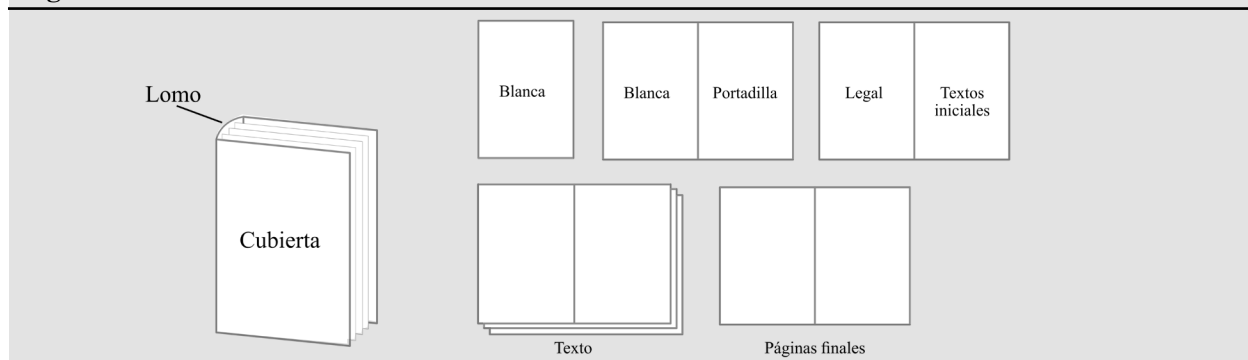
El añadido que Kloss hace, *discutibles*, hace referencia a la ambigüedad del término libro y a su modificación con el paso del tiempo, que en el caso de la UNESCO se enfoca al formato, y en otras acepciones se centra en su contenido, como es el caso de la *Ley Federal de Derechos de Autor* (1996) en México, para la cual un libro es una publicación “unitaria, no periódica, de carácter literario, artístico, científico, técnico, educativo, informativo o recreativo, impresa en cualquier soporte, cuya edición se haga en su totalidad de una sola vez en un volumen o a intervalos en varios volúmenes o fascículos” (art. 123).

Esto último se corresponde a lo mencionado por Barbier (2005) respecto que la concepción del libro se irá haciendo más intelectual que material (p. 11), tomando en cuenta, por ejemplo, a los libros digitales.

En este sentido, resulta conveniente tomar la definición de Kloss, a la que habría que añadir la consideración de la UNESCO de no ser una publicación periódica, además de que es importante destacar la función del libro, ya que según Haslam (2013) el libro “conserva, anuncia, expone y transmite conocimientos a los lectores a través del tiempo y del espacio” (p. 9), función de gran relevancia para el presente proyecto.

Sin embargo, *Por una cuerda de vida* es una publicación que además pretende servir como herramienta para el activismo de la Región carbonífera, particularmente, para la OFPC, a través de la publicación de las memorias de las víctimas y de los miembros de la organización, para lo cual resulta relevante mencionar el *libro de memorias*.

Figura 32. Elementos del libro.



Nota: Elaboración propia.

Respecto al *libro de memorias*, es conveniente señalar primeramente el concepto de *memorias*, definido como la “relación de recuerdos y datos personales de la vida de quien la escribe” (Real Academia Española, s.f., definición 10), aunque cuando se hace referencia a un libro de memorias, no siempre se trata de las memorias de una sola persona, puede involucrar a un colectivo o a un determinado sector de la población. Un libro de memorias se diferencia de un libro biográfico ya que no busca la precisión en la narración de la vida de una persona y puede centrarse en episodios concretos (González, 2019), y también se diferencia de un libro de historia en cuanto a que “la memoria no es lo mismo que la historia, simplemente porque es el recuerdo de la historia. Es un recuerdo personal y subjetivo” (Serra, 2018, párr. 2).

Documentación visual

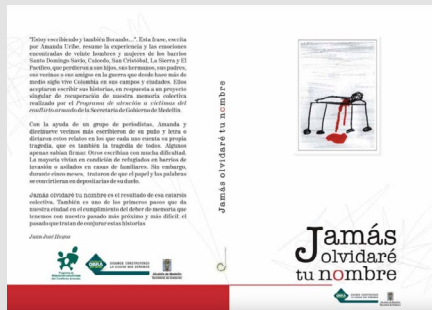
Para realizar un análisis visual de los productos similares, se tomaron en cuenta tanto libros de memorias, que aborden temas sociales, como libros que divulguen la situación de la minería en el país.

A pesar de que se presentan productos con formatos variados (Tabla 10), resaltando en este aspecto *El recuerdo de todas las víctimas*, que, a pesar de ser una plataforma web se presenta como un “libro virtual”, se pueden encontrar similitudes en cuanto al uso de color en los ejemplos presentados, pues es constante el empleo del color negro y rojo, así como el uso de tipografías clásicas con serifas, incluso en publicaciones como *Hijos del carbón*, que sigue la línea visual de su editorial.

Por otro lado, los libros publicados por Patricia Nieto rompen con la formalidad y seriedad para presentar un diseño más dinámico y que incluye fotografías de los apuntes originales de quienes han compartido sus memorias, además de optar por una portada con ilustraciones que simulan una elaboración infantil, se puede inferir que con el fin de mostrar un entorno comunitario.

Otro detalle que cabe resaltar es el uso del carbón como elemento visual, tanto en el diseño de portada de *Hijos del carbón*, como en el diseño en general de *El carbón rojo de Coahuila*, que “mancha” la hojas en blanco con dedos y huellas encarbonadas, el cual es conveniente incluir a pesar de ser un libro publicado por la OFPC, pues no solo es un antecedente sino una de las pocas publicaciones sobre la minería de la Región carbonífera disponibles en el mercado.

Tabla 10. Documentación visual para libro.



Título: *Jamás olvidaré tu nombre*
 Compilación: Patricia Nieto
 Edición: Alcaldía de Medellín
 Año: 2006



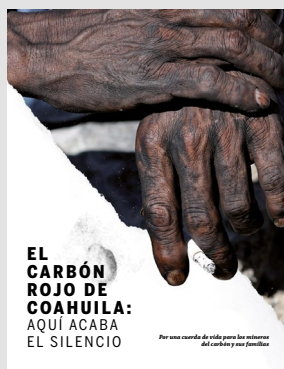
Título: *Donde pisé aún crece la hierba*
 Compilación: Patricia Nieto
 Edición: Alcaldía de Medellín
 Año: 2009



Título: *Memorias de un brigadista del movimiento estudiantil del 68*
 Autor: Raúl Rojas Soriano
 Editorial: Kanankil Editorial
 Año: 2017



Título: *Hijos del carbón*
 Autora: Noemí Sabugal
 Editorial: Alfaguara
 Año: 2020



Título: *El carbón rojo de Coahuila*
 Autores: OFPC
 Edición: Fundación Heinrich Böll
 México y El Caribe
 Año: 2018



Título: *En recuerdo de todas las víctimas*
 Coordinador: Asociación Homenaje

Nota: Elaboración propia.

Público objetivo

La segmentación de la población para *Por una cuerda de vida* se hizo, como en los productos anteriores, partiendo del perfil de persona. En este caso, se tomó en cuenta también los resultados del año 2020 del Módulo sobre Lectura (MOLEC) elaborado por el INEGI para realizar un análisis sobre los hábitos de lectura de la población, que permitieron determinar a una población adulta que tenga el gusto por la lectura arraigado, ya sea literatura o contenidos relacionados al activismo y las ciencias sociales.

Figura 33. Perfil de persona para libro.



Nota: Imagen de referencia, de Daniel Xavier, 2018, Pexels. Licencia CC0.

Claudia Sandoval

28 años, mujer

- Nivel C
- Escolaridad superior
- Trabajadora social
- Católica no practicante
- Gusto por la literatura, el arte y la cultura en general
- Interés en el bienestar social
- Usuaria activa de redes sociales
- Su consumo está orientado al ocio y a las necesidades básicas

Nota: Elaboración propia.

Fundamentación y desarrollo

Contenidos

Los contenidos que incluirá *Por una cuerda de vida* serían desarrollados por la OFPC, compilando, seleccionando y organizando los textos escritos en los diarios por los miembros de la organización, que se condensarán en cinco secciones, que corresponden a cinco momentos en la lucha por los derechos de los mineros, los cuales son:

1. El día del accidente
2. Los antecedentes de la mina que provocaron el siniestro
3. La movilización por el rescate de los mineros
4. La lucha por mejorar las condiciones en otras minas de la región
5. Las expectativas a futuro

Además, se añadirán imágenes y fotografías como apoyo a los contenidos, los cuales provienen del archivo que la organización ha recopilado a lo largo de los años. También se considera la posibilidad de la documentación visual específica para el desarrollo del libro.

El contenido es la parte principal de un libro, sin embargo, este producto como formato editorial contempla varias partes que, aunque no son absolutas, es importante considerarlas para que sea un producto formal y definido. Partiendo de la clasificación de las partes del libro de Zavala (2013) y tomando en cuenta la cantidad de páginas definidas para este producto, se considera incluir lo siguiente:

- *Forros*. Implica la cubierta, que incluye el nombre del autor y título, la segunda y tercera de forros que irán en blanco y la contraportada en que se añadirá una breve reseña del contenido.
- *Páginas de cortesía*, que no llevarán contenido.
- *Portada*, en donde se detallará la información de la cubierta.
- *Página legal*. Incluye los datos legales del libro, como los derechos de la obra, registro de ISBN, créditos, etc.
- *Texto complementario*, que será una introducción al libro.
- *Índice*, donde se indicarán los contenidos de la obra.
- *Colofón*, que señalará los datos de impresión del libro.

Formato

La selección del formato toma en cuenta varias consideraciones como:

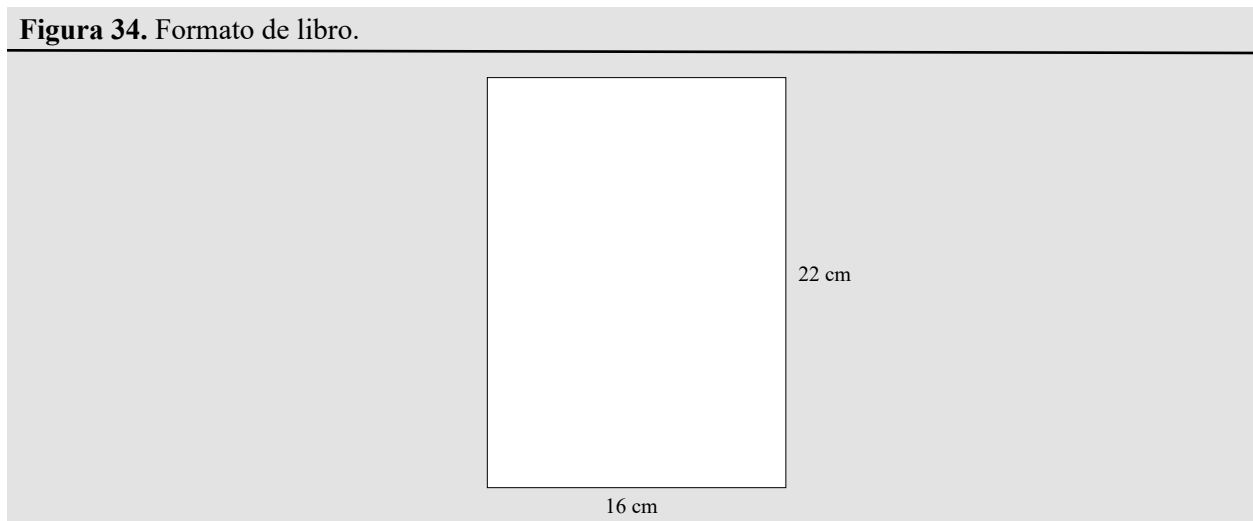
- Practicidad de uso.
- Comodidad de lectura.
- Poco desperdicio de papel.
- Tamaño adecuado para el uso de imágenes y recursos visuales.

Como punto de partida se tomaron los formatos estandarizados de libro y los tamaños definidos de papel utilizados en México. Además, Kapr (2013) recomienda que para libros que contendrán imágenes, ilustraciones, tablas, etc. se utilicen formatos amplios, pero recalca que un libro no debe ser innecesariamente grande (p. 50). El autor sugiere formatos rectangulares verticales proporcionales como 14 x 21 cm, 16 x 24 cm o 18 x 27 cm.

De entre estos, el formato de 16 x 24 cm resulta una medida adecuada por ser lo suficiente grande para el uso de imágenes sin que su tamaño resulte incómodo para su transporte y para que el lector lo sostenga en sus manos con comodidad. Analizando los formatos de libros existentes en el mercado, se encuentra una variedad de tamaños alrededor de esta medida, desde el medio oficio, pasando por 16.5 x 23 cm, 17 x 24 cm o 15 x 23 cm.

Teniendo este rango de medida como referencia, se hicieron experimentos y pruebas de ajuste en las medidas de pliegos de papel, de los cuales se encontró una medida conveniente de 16 x 22 cm, que se ajusta con comodidad a un pliego de 70 x 95 cm, dejando espacio suficiente para sangrado, marcas de registro, líneas de corte y barras de color, además de que, si resultase que la imprenta asignada para la impresión no maneja esa medida de pliego, se puede ajustar también a un medio pliego. El formato de 16 x 22 cm, aunque es una medida utilizada con más frecuencia en libretas y agendas, es adecuado para un libro que intercala texto e imágenes, pues es un rectángulo vertical que no resultan tan estrecho, favoreciendo la visualización de imágenes horizontales.

Figura 34. Formato de libro.



Nota: Elaboración propia.

Teniendo definida una medida y con la indicación de un producto de 32 páginas de contenido más páginas iniciales y finales, se consideró conveniente hacer un primer acercamiento hacia la distribución de contenidos de la obra, el cual resultó de la siguiente manera:

Figura 35. Distribución de libro.

1 Página cortesía	2 Página cortesía	3 Portada	4 Página legal	5 Índice	6 Testimonio	7 Intro	8 Intro
9 Intro	10 Cap. 1	11 Cap. 1 <small>El día de la tragedia</small>	12 Testimonio	13 Texto	14 Testimonio	15 Texto	16 Testimonio
17 Texto	18 Cap. 2	19 Cap. 2 <small>La tragedia que pudo haberse evitado</small>	20 Testimonio	21 Texto	22 Testimonio	23 Texto	24 Testimonio
25 Texto	26 Cap. 3	27 Cap. 3 <small>El rescate de los mineros</small>	28 Testimonio	29 Texto	30 Testimonio	31 Texto	32 Testimonio
33 Texto	34 Cap. 4	35 Cap. 4 <small>El problema no termina aquí</small>	36 Testimonio	37 Texto	38 Testimonio	39 Texto	40 Cap. 5
41 Cap. 5 <small>Por un mejor futuro</small>	42 Testimonio	43 Texto	44 Testimonio	45 Texto	46 Colofón	47 Página de cortesía	48 Página de cortesía

Solapa	Contra	Lomo	Portada	Solapa
--------	--------	------	---------	--------

Nota: Elaboración propia.

Soporte

Se propone que para el libro se utilice un material para los forros que sea resistente, que brinde soporte a las hojas interiores, y que permita que los elementos gráficos utilizados se vean en buena calidad. El papel couché brillante en un gramaje de 300 gr. es una opción válida para este caso, es incluso un material utilizado con frecuencia en la impresión de publicaciones, con el requerimiento de aplicar algún tipo de recubrimiento para proteger la superficie del papel, el cual a su vez añadirá resistencia y tiempo de vida al producto.

Para los interiores, intentando conservar la coherencia entre los productos se ha seleccionado el papel opalina de 120 gr., que permitirá lucir las texturas utilizadas en el diseño, al tiempo que su superficie ligeramente porosa y mate facilitará la capacidad de lectura de textos, cualidades que también son necesarias en *Por una cuerda de vida*.

Figura 36. Papel couché brillante.



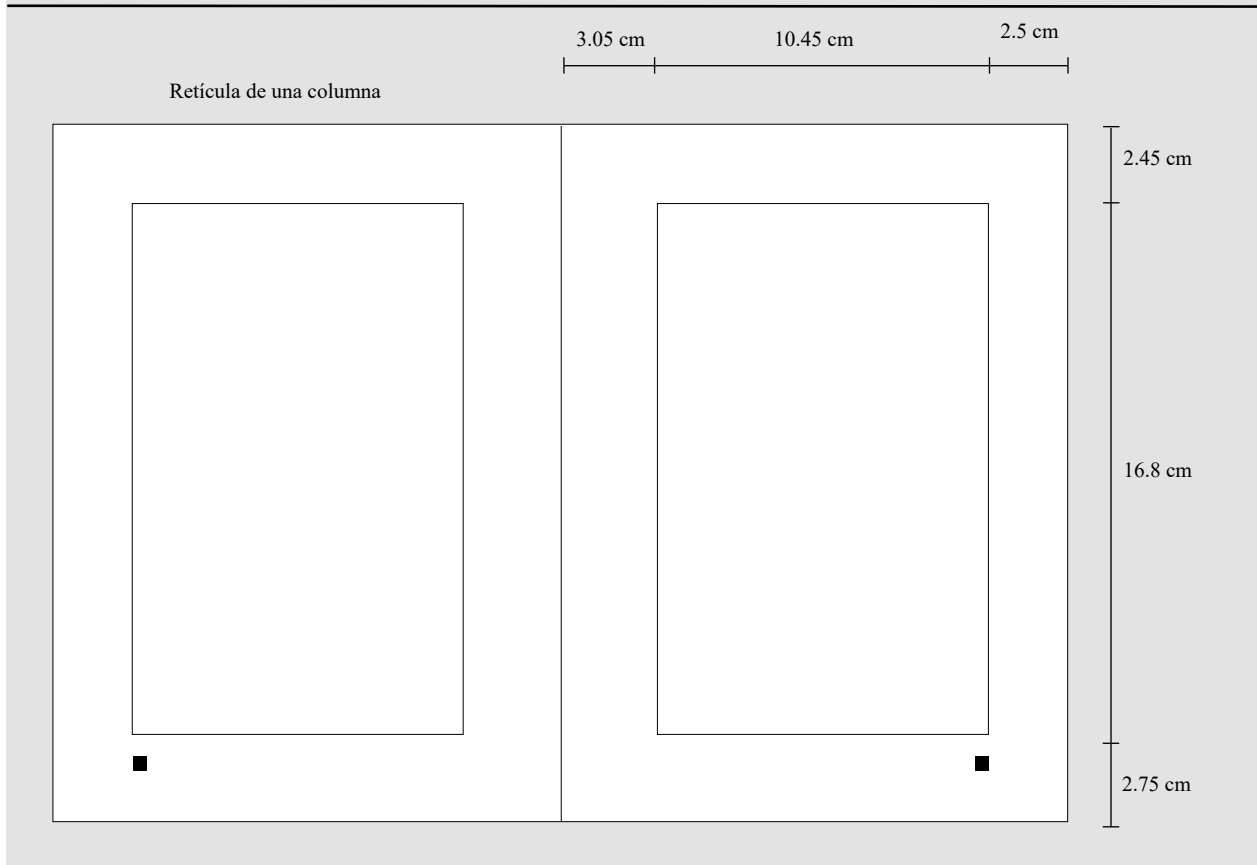
Nota: Elaboración propia.

Retícula

Por una cuerda de vida es un producto editorial cuyo elemento principal es el cuerpo de texto, no cuenta con imágenes aunque sí con texturas y gráficos, por lo que se considera que una retícula de una columna es ideal, pues permitirá generar manchas de texto en toda la página para una lectura fluida. Asimismo, la dinámica entre los estilos de texto y las texturas brindarán dinamismo y contraste a la composición.

Para definir el cuadro de texto se han establecido márgenes con un equilibrio entre amplitud para dar aire a la página, para que los dedos del usuario no interfieran con la lectura y para que el encuadrado no impida la visualización de los textos; y entre estrechez para que el cuerpo de texto sea el protagonista del diseño, resultando un recuadro de aproximadamente 10.5 x 16.75 cm, que tiene números fraccionados pues se ha considerado la amplitud y cantidad de líneas para que resulte un texto armonioso, añadiendo por último un espacio definido para la numeración de página en la parte inferior.

Figura 37. Retícula para libro.



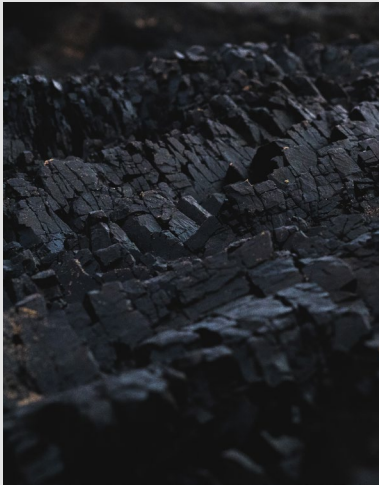
Nota: Elaboración propia.

Componentes

El diseño de *Por una cuerda de vida* mantiene una sobriedad, regularidad y aparente simpleza, al contener principalmente texto; pero contiene una serie de elementos gráficos que añaden fuerza, dinamismo y expresividad al conjunto.

Tabla 11. Componentes de libro.

- Texturas



- Estilos tipográficos para textos:

Obis et oditibus voluptis pari velentibus vollici doluptati omnimus citincimilis cupienis molorrume quunt dolupta sit pore nis acepuditiur, nis explaut empelibus dero volum, nem same velesseq uuntem doluptatem vit as minctem fugia aut enecusam sequass itecae qui illique omnis si conse eos doluptiis pa quo volupid maios-tes et pra aceaqui acea doluptae ne voluptatia doluptum hit optaecerum il modi

Videm adit fugiat la voluptate sum explate non pel imin porisi ulparup tatibus eseceresed quistibus. Sed quatis plam, cullo et erro esto blantur aut accusdandene simoluptas ma ipid quis etusdanda nihic to este quas quodisit volorate rest estiat et liatatemo.

- Estilos tipográficos para títulos

O

Títulos de capítulo

O

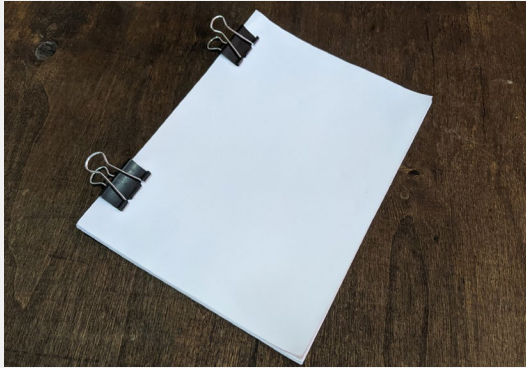
Títulos de capítulo

Nota: Elaboración propia.

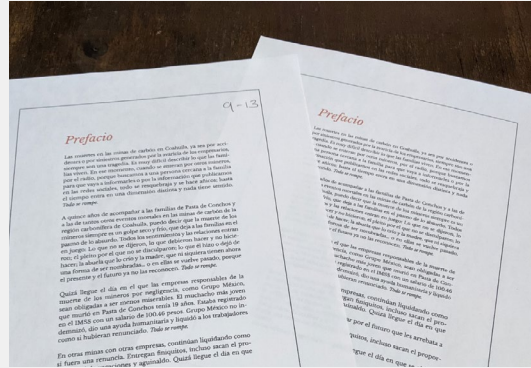
Documentación del proceso

Tabla 12. Proceso de elaboración de libro.

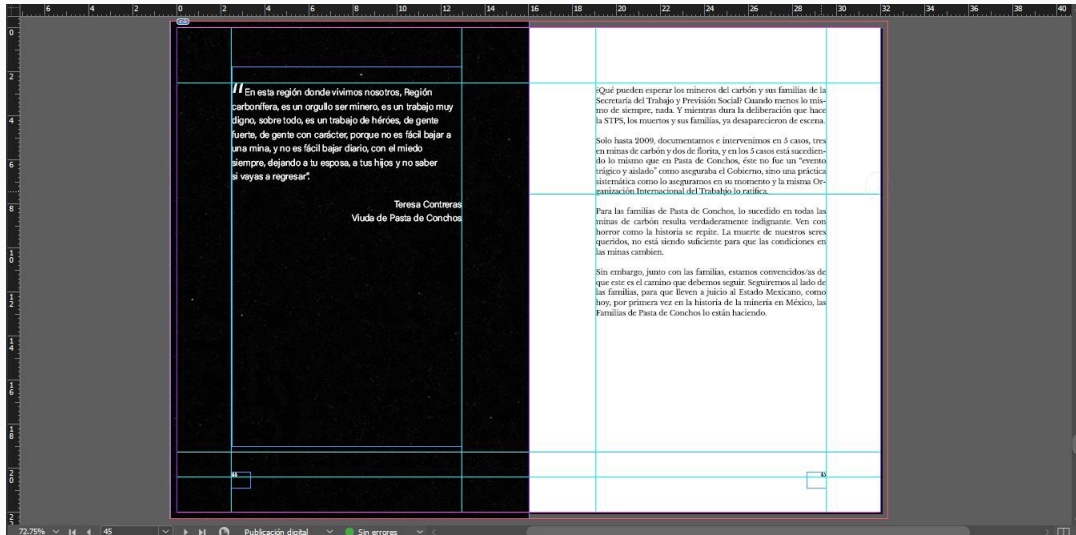
Pruebas de papel



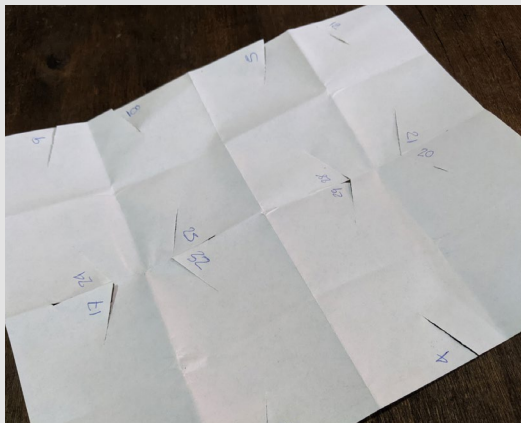
Pruebas de tipografía



Diseño en InDesign



Distribución en pliego



Diseño de portada



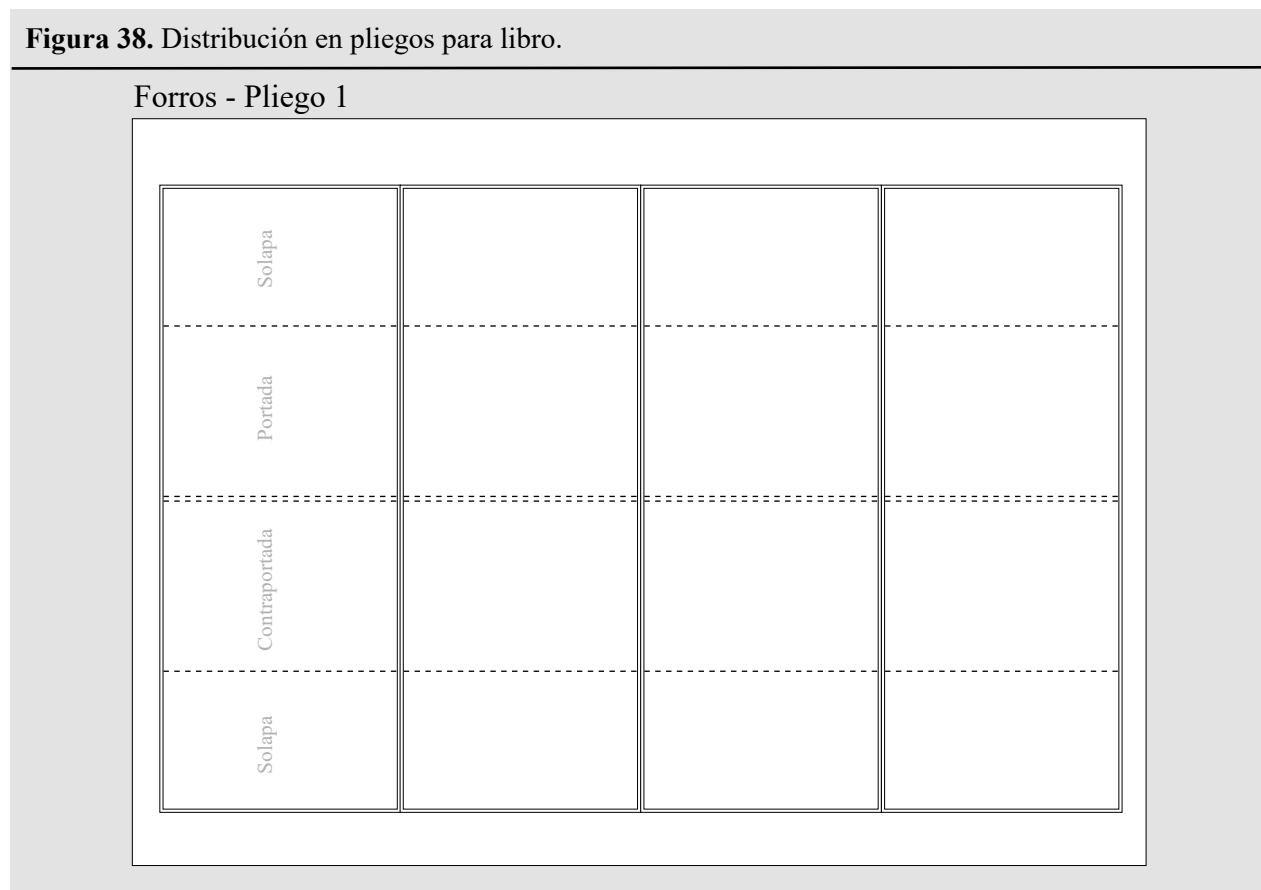
Nota: Elaboración propia.

Impresión

Al igual que los productos anteriores, se sugiere que *Por una cuerda de vida* sea impreso en offset, el diseño maneja principalmente tinta negra con el añadido del pantone rojo, por lo que será una impresión a 2 tintas en interiores. En el caso de los forros, se propone el uso de un negro reforzado, para que tenga suficiente profundidad, por lo que será una impresión a 4 tintas.

El libro tendrá un acabado pegado en hotmelt, es decir, con calor, y se compaginará en cuadernillos doblados, por lo que el acomodo en pliego se propone tomando esto en cuenta, considerando siempre que el acomodo en la impresión también debe atenerse a los requerimientos de la imprenta. Los forros, al llevar solapas, deberán ser cortados y ajustados antes de ser pegados, además de que llevarán un plastificado mate, que contraste con la textura brillante del carbón.

Figura 38. Distribución en pliegos para libro.



Interiores - Pliego 1 A

16	17	24	9
1	32	25	8
4	29	28	5
13	20	21	12

Interiores - Pliego 1 B

10	23	18	15
7	26	31	2
9	27	30	3
11	22	19	14

Interiores - Medio Pliego 2 A

36	45	48	33
37	44	41	40

Interiores - Medio Pliego 2 B

34	47	46	35
39	42	43	38

Nota: Elaboración propia.

Presupuesto de impresión

Siguiendo la línea de los anteriores productos, la cotización recibida para *Por una cuerda de vida* fue la siguiente, que da como precio por unidad un total de \$40.00 MXN.

Impresión libro 160 x 220 mm	
Forros couché br. 300 gr. plastificado fte. 4 x 1	
Interiores papel opalina 120 gr. 2 x 2	
Hotmelt con solapas	\$40,000 MXN
48 páginas	
1,000 pzs.	

Aspectos legales

Para la correcta publicación de un libro, se sugiere el registro del mismo como una obra, para proteger la autoría de los creadores, proceso en este caso realizado por el INDAUTOR, ante quien es necesario también generar un número ISBN (Número Internacional Normalizado del Libro) que, al igual que el ISSN, identificará el producto como una pieza única y rastreable. Al no ser un producto seriado, se prescinde de los trámites necesarios para los anteriores productos.

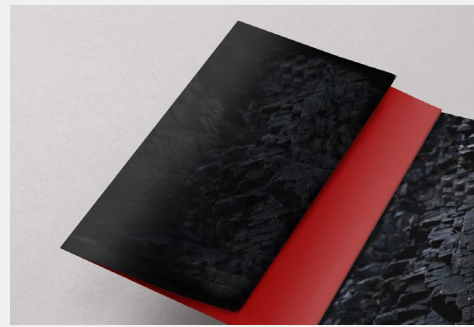
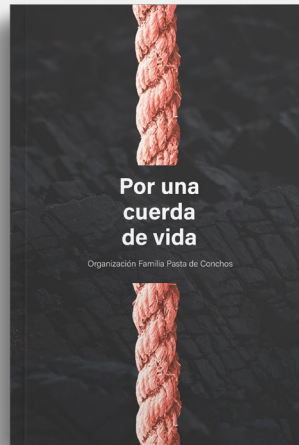
Los costos serían los siguientes:

- Registro ante el INDAUTOR: \$280.00 MXN
- Identificación ISBN: \$173.00 MXN

Propuesta resultante

Tabla 13. *Por una cuerda de vida.*

Prototipo de
*Por una cuerda
de vida*



Detalle de solapa

Diseño de doble página



Ejemplo de uso



Detalle de producto



Nota: Elaboración propia. Las imágenes utilizadas para este producto pertenecen a la OFPC.

Conclusiones

El presente proyecto implicó un reto en tanto que, a lo largo del proceso, los tres productos editoriales requerían el cumplimiento de una serie de factores:

- Ser un producto que genere en el usuario la convicción de que está consumiendo información confiable y digerible.
- Ser un producto cuyas características sean adecuadas para el público objetivo.
- Ser un producto que se pueda identificar con el activismo.

Esto con el fin de que la información que los productos transmiten llegue correctamente al usuario y puedan servir como herramienta al activismo.

Para lograr esto se tomó como punto de partida la interacción del usuario con el producto, desde el momento en que lo ve, en que lo toma con sus manos, en que consume y analiza la información. Así, por ejemplo, se decidió establecer formatos amigables y convencionales con el fin de brindarle seguridad, se asignaron tipos de productos a cada público para que fueran más accesibles para ellos, y se tomaron elementos gráficos que salieran de la norma o que pudieran establecer un vínculo con el activismo y con la Región carbonífera.

Esto permitió proponer tres productos, un libro, una revista y un periódico, que se considera, son viables y adecuados para presentar a la OFPC para su implementación, ya que consideran sus necesidades y audiencias.

Entre sus definiciones coloquiales, la Real Academia Española (s. f.) no considera la concepción de “herramienta” como una expresión metafórica, pero es innegable que en la actualidad en el habla hispana, una herramienta es más que un objeto físico. En el caso del diseño editorial, se pueden explorar sus posibilidades como una herramienta, es decir, un recurso que se utiliza para lograr un fin.

El mundo está en constante cambio. En México, la transición hacia las energías limpias está generando un cambio económico y social en la Región carbonífera, esto aunado a que, según Ballesteros (2021) los jóvenes de *La carbonífera* están cambiando su percepción de la minería y ya no la ven como la única posibilidad de desarrollo. Aún así, la minería sigue, y el carbón seguirá mostrándose como un recurso mineral importante durante varios años y los mineros seguirán

trabajando en las minas. El diseño editorial, desde su habilidad para informar, para divulgar, para transformar, puede ser parte ya no solo de las mejoras laborales, si no de los cambios sociales y este proyecto es una contribución a esa posibilidad.

Referencias

- Acaso López-Bosch, M. (2009). *El lenguaje visual*. Paidós.
- Arráez, V. y Ortiz, D. (s. f.). *First Things First*. https://issuu.com/victor.araez/docs/first_things_first
- Álvarez, M. (13 de marzo de 2014). De las malas prácticas y por qué los periódicos son tan grandes. *Manolo Álvarez: blog*. Recuperado el 15 de septiembre de 2020 de <https://manoloalvarez.blog/2014/03/de-las-malas-practicas-y-por-que-los-periodicos-son-tan-grandes/>
- Álvarez Tamayo, D. (2009). El diseño gráfico hecho por personas para las personas. En *El diseño y sus usuarios, de la forma a la interacción*. (pp. 105-116). Encuadre, Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico.
- Ambrose, G., y Harris, P. (2005). *Color*. Parramón.
- Aparici, R., Fernández, J., García A. y Osuna, S. (2013). *La imagen: Análisis y representación de la realidad*. Gedisa Editorial.
- Barbier, F. (2005). *Historia del libro*. Alianza.
- Ballesteros, O. (2021). *Sueño con ser joven en la región carbonífera de Coahuila*. La Corriente del Golfo. Recuperado el 20 de mayo de 2021 de <https://lacorrientedelgolfo.net/noticias/sueno-con-ser-joven-en-la-region-carbonifera-de-coahuila/>
- Berry, S., y Martin, J. (1994). *Diseño y color: Cómo funciona el lenguaje del color y cómo manipularlo en el diseño gráfico*. Blume.
- Bhaskaran, L. (2006). *¿Qué es el diseño editorial?*. Index.
- Caldwell, C., y Zapattera, Y. (2014). *Diseño editorial: Periódicos y revistas. Medios impresos y digitales*. Gustavo Gilli.
- Calvo Hernando, M. (2006). Objetivos y funciones de la divulgación científica. *Manual formativo de ACTA*, (40), 99-106. Recuperado el 15 de noviembre de 2020 de https://www.acta.es/medios/articulos/comunicacion_e_informacion/040099.pdf
- Castellanos, L. (14 de noviembre de 2018). *Estos 108 mexicanos fueron asesinados por defender nuestros bosques y ríos*. México.com. Recuperado el 28 de octubre de 2020 de <https://www.mexico.com//nuestras-causas/estos-108-mexicanos-fueron-asesinados-por->

- defender-nuestros-bosques-y-rios/
- Dondis, D. A. (2000). *La sintaxis de la imagen*. Gustavo Gili.
- Fuad-Luke, A. (2009). *Design activism: Beautiful strangeness for a sustainable world*. Earthscan.
- González Díez, L. y Pérez Cuadrado, P. (2001). *Principios básicos sobre diseño periodístico*. Universitas.
- González Lozada, A. (13 de mayo de 2019). *¿Cuál es la diferencia entre una novela histórica, una biografía y un libro de memorias?*. Atópico. Recuperado el 15 de noviembre de 2020 de <http://atopico.com.mx/cual-es-la-diferencia-entre-una-novela-historica-una-biografia-y-un-libro-de-memorias/>
- Grijelmo, A. (1997). *El estilo del periodista*. Taurus.
- Gualdrón Cantor, N. R. (2018). Diseño para el bienestar humano. El sentido y el contenido del discurso gráfico. *Luciernaga Comunicación*, 10(19), 91-109.
<https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v10n19a7>
- Guerrero Reyes, L. (2016). *El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas* [Tesis de maestría de la Universidad Complutense de Madrid].
<https://eprints.ucm.es/39751/1/TFM%20-%20autor%20Leonardo%20Guerrero%20Reyes.pdf>
- Haslam, A. (2013). *Creación, diseño y producción de libros*. Blume.
- Iñigo Dehud, L., y Makhlof Akl, A. (2014). *Diseño Editorial. Manual de conceptos básicos*. Universidad Autónoma del Estado de Morelos.
- Johansson, K., Lundberg, P., y Ryberg, R. (2004). *Manual de producción gráfica: Recetas*. Gustavo Gili.
- Kapr, A. (2013). Formato y medidas. En Castillo Cervantes, C. (Ed), *130 reglas [clásicas y contemporáneas] para confeccionar un libro con buen criterio*. (p. 50). Ediciones Cícero y Company.
- Klein, S. (abril de 2018). *Un color político que se destiñe*. Goethe Institut. Recuperado el 25 de noviembre de 2020 de <https://www.goethe.de/ins/es/es/kul/sup/kar/21254970.html>
- Kloss Fernández, G. (2002). *Entre el diseño y la edición: Tradición cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Ley Federal del Derecho de Autor [LFDA]. Art. 123. 24 de diciembre de 1996.
- Medina Chávez, L. (2017). *El periódico y su estructura* [Diapositiva de Power Point]. UAEMEX.
http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/70443/secme-16454_1.pdf?sequence=1
- Meggs, P. B., y Purvis, A. W. (2009). *Historia del diseño gráfico*. RM.
- Moya, M., y Romero, S. (s. f.). *Los mejores libros de divulgación científica de la historia*. Muy interesante. Recuperado el 15 de octubre de 2020 de <https://www.muyinteresante.es/ciencia/fotos/los-mejores-libros-de-divulgacion-cientifica-de-la-historia/libros-darwin>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1964). *Actas de la*

- conferencia general*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000114581_spa.page=153
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2008). *Día Mundial de la Libertad de Prensa 2014*. UNESCO.
<http://www.unesco.org/new/es/unesco/events/prizes-and-celebrations/celebrations/international-days/world-press-freedom-day/previous-celebrations/worldpressfreedomday2009001/themes/access-to-information/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2015). *Proclamación del 28 de septiembre. Día Internacional del Derecho de Acceso Universal a la Información*.
https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000235297_spa
- Organización Familia Pasta de Conchos. (2008). *Por una cuerda de vida para los mineros del carbón y sus familias. Segundo informe*. [Archivo PDF].
<https://www.pastadeconchos.org/copia-de-primer-informe>
- Organización Familia Pasta de Conchos. (2018). *El carbón rojo de Coahuila: aquí acaba el silencio*. Fundación Heinrich Böll México y El Caribe.
https://mx.boell.org/sites/default/files/el_carbon_rojo_web.pdf
- Pastoreau, M. (2007). *Breve historia de los colores*. Morfología Wainhaus.
<http://www.morfologiawainhaus.com/pdf/Pastoureau.pdf>
- Pelta, R. (2011). *Diseñar para el cambio social* [Archivo PDF].
<http://www.monografica.org/02/Opinión/3112>
- Pelta, R. (2012). *Diseño y Activismo. Un poco de historia* [Archivo PDF].
<http://www.monografica.org/02/Artículo/2909>
- Real Academia Española. (s.f.). Herramienta. En Diccionario de la lengua española. Recuperado el 4 de noviembre de 2020 de <https://dle.rae.es/herramienta>
- Real Academia Española. (s.f.). Memoria. En Diccionario de la lengua española. Recuperado el 4 de noviembre de 2020 de <https://dle.rae.es/?w=memoria&origen=REDLE>
- Reyes Mate, M. (febrero de 2016). *Memoria histórica y ética de las víctimas*. Pensamiento crítico. Recuperado el 20 de octubre de 2020 de <http://www.pensamientocritico.org/manrey0316.htm>
- Reynoso Haynes, E. (2013). *La divulgación de la ciencia en México desde distintos campos de acción: visiones, retos y oportunidades*. (pp. 6-7). Sociedad Mexicana para la Divulgación de la Ciencia y la Técnica. https://somedicyt.org.mx/images/noticias/noticias-y-boletines/2014/20140722/divulgacion_mexico_somedicyt.pdf
- Rivero, A. (6 de septiembre de 2020). *¿Por qué todos podemos ser activistas o divulgadores?*. Good4Good. Recuperado el 3 de noviembre de 2020 de <https://good4good.es/index.php/2020/09/06/reflexiones-activismo-y-divulgacion/>
- Robledo-Dioses, K. (2017). Evolución del periodismo: aportes mediáticos a la consolidación de la profesión. *Comhumanitas: revista científica de comunicación*, 8(1), 1-27. Recuperado el 14

- de octubre de 2020 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6057561>
- Rovira Sancho, G. (2013). Activismo mediático y criminalización de la protesta: medios y movimientos sociales en México. *Convergencia*, 20 (61), 35-60. Recuperado en 02 de diciembre de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352013000100002&lng=es&tlng=es.
- Samara, T. (2004). *Diseñar con y sin retícula*. Gustavo Gili.
- Sánchez Ramos, M. (2012). El diseño gráfico y su aportación a la divulgación científica. *Actas de diseño*, (13), 237-240. https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/396_libro.pdf
- Sánchez Salazar, M. (1995). La minería del carbón y su impacto geográfico-económico en el centro-oriente y noreste de Coahuila, México. *Investigaciones geográficas*, (31), 93-112. Recuperado en 03 de diciembre de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-46111995000200004&lng=es&tlng=es.
- Secretaría de gobernación (2019). *Trámite para obtener Certificado de Licitud de Título y Contenido*. Recuperado el 10 de marzo de 2020 de <https://www.gob.mx/segob/acciones-y-programas/tramite-para-obtener-certificado-de-licitud-de-titulo-y-contenido-167861>
- Serra Majem, R. (14 de noviembre de 2018). *¿Qué es un libro de memorias?*. Memorias ediciones. <https://www.memoriasediciones.com/que-es-un-libro-de-memorias/>
- Soca, R. (2012). *La fascinante historia de las palabras*. Interzona Editora.
- Zavala Ruiz, R. (2013). *El libro y sus orillas tipografía, originales, redacción, corrección de estilo y de pruebas*. Fondo de Cultura Económica.

Índice de figuras

Figura 1. Revista <i>Subterráneo</i> , producto editorial para el presente proyecto.....	6
Figura 2. Ilustración de E. Burne-Jones para <i>A Dream of John Ball</i> (1988) de William Morris, miembro fundamental del movimiento <i>Arts and Crafts</i>	7
Figura 3. <i>First things first manifiesto</i>	8
Figura 4. Carteles elaborados por la artista y activista Emory Douglas.....	9
Figura 5. Periódico <i>El Hijo del Ahuizote</i>	10
Figura 6. Logotipo de la OFPC.....	11
Figura 7. Informe <i>El carbón rojo de Coahuila</i>	12
Figura 8. Informe <i>El carbón rojo de Coahuila</i>	12
Figura 9. Diseño de portada de ensayos feministas.....	14
Figura 10. Mina en la Región Carbonífera de Coahuila.....	15
Figura 11. Señalética en mina en la Región carbonífera de Coahuila.....	17
Figura 12. Periódico <i>El País</i> , promotor del uso del tamaño tabloide para contenidos formales.....	23
Figura 13. Partes de un periódico.....	24
Figura 14. Perfil de persona para periódico.....	27
Figura 15. Referencias visuales de la OFPC.....	29
Figura 16. Formato de periódico.....	31
Figura 17. Distribución de periódico.....	31
Figura 18. Selección de color.....	33
Figura 19. Selección tipográfica.....	35
Figura 20. Papel revolución.....	36
Figura 21. Retícula de periódico.....	37
Figura 22. Logotipo de <i>Voz Minera</i>	37
Figura 23. Distribución en pliegos de periódico.....	40
Figura 24. Elementos de la revista.....	45
Figura 25. Perfil de persona para revista.....	47

Figura 26. Formato de revista.....	49
Figura 27. Distribución de revista.....	49
Figura 28. Papel opalina y cartoncillo.....	50
Figura 29. Retícula para revista.....	51
Figura 30. Logotipo de <i>Subterráneo</i>	51
Figura 31. Distribución en pliegos para revista.....	54
Figura 32. Elementos del libro.....	59
Figura 33. Perfil de persona para libro.....	61
Figura 34. Formato de libro.....	63
Figura 35. Distribución de libro.....	64
Figura 36. Papel couché.....	65
Figura 37. Retícula para libro.....	66
Figura 38. Distribución en pliegos para libro.....	69-70

Índice de tablas

Tabla 1. Cronograma.....	21
Tabla 2. Documentación visual para periódico.....	26
Tabla 3. Componentes de periódico.....	38
Tabla 4. Proceso de elaboración de periódico.....	39
Tabla 5. <i>Voz Minera</i>	42
Tabla 6. Documentación visual para revista.....	46
Tabla 7. Componentes de revista.....	52
Tabla 8. Proceso de elaboración de revista.....	53
Tabla 9. <i>Subterráneo</i>	56
Tabla 10. Documentación visual para libro.....	60
Tabla 11. Componentes de libro.....	67
Tabla 12. Proceso de elaboración del libro.....	68
Tabla 13. <i>Por una cuerda de vida</i>	72

Cuernavaca, Morelos a 23 de agosto de 2021.

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

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina: La Región carbonífera de Coahuila. El diseño editorial como herramienta para el activismo.

que presenta el(la) alumno(a):

SASHA LUCERO REYNA FRAGA

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

Lo anterior con base en:

La tesina refleja un excelente manejo de los conocimientos adquiridos a lo largo de la Especialidad, así como una estructuración metodológica minuciosa y que aporta de forma innovadora al campo del Diseño Editorial.

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

Atentamente
Por una humanidad culta.
Una universidad de excelencia

Mtra. Cindy Patricia Acuña Albores

[Firmado con e-Firma UAEM]



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

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

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

Sello electrónico

CINDY PATRICIA ACUÑA ALBORES | Fecha:2021-09-01 20:07:03 | Firmante

q/qtmvCiybYtljQPMAHyLVXUewh0P2tqNKBMRXi5Qq0KvCw1ehGwMoosSFJrSZPrpnAeev22RfFRODJq0LNtLwwzNok+ohEPBA0olcmFaFHu//LqR4KyK3+ajlTrJu2Mny9lh
YetroGH6PrVG67Vx6PH0hfy122JWUPXVeNqW345oMXBuke6qli4yMco3oRcukVleaYYAHAT7HdjgeTnM5lrvGupWzdaqZLK9KDthGUpZTzUf+lwWK4eZ1VRBmlakGwDZV//
Qj0rgnRGW90jY/qBpCxEHxTEzwZsGh5ScDZ/HJkNqFR7+cQduZZsTnesRsT4bOFgtGeQA+acnAVp9uA==

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



nUH1vC

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/GKRbtVOLWuBhU7wgNaGRrboizkJqaWg>



Cuernavaca, Morelos a 02 de septiembre de 2021.

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

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina: La Región carbonífera de Coahuila. El diseño editorial como herramienta para el activismo.

que presenta la alumna:

SASHA LUCERO REYNA FRAGA

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

La estudiante demuestra con esta tesina que realizó una investigación profunda para fundamentar y justificar no sólo la pertinencia social de los tres productos editoriales que propone, sino cada una de las decisiones editoriales que tomó. El diseño editorial de los productos que desarrolló es impecable por su contundencia, elegancia y claridad visual, y cumple además con la función de comunicar y hacer activismo social a través del diseño editorial.

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

Atentamente
Por una humanidad culta.
Una universidad de excelencia

Mtra. Jade Nadine Gutiérrez Hardt



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

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

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

Sello electrónico

JADE NADINE GUTIERREZ HARDT | Fecha:2021-09-02 09:34:10 | Firmante

A+ZUdqPbL.GcVOZ39H+Mjeyp1ETUmvaB7iuOnsfaA2k9j+Tax/i0+EAulf+ZcqQcRe86qAg8QsnQdAOzEMwCQF6WerG2eL/JBNFSnAVnwWXdos5tPjLfNrkIT5rK22Yq0VrBstROf
Qgs8n2K9IA95ivF3a8cR605dkjt/Scp+dpms80h00DuSEZuYb7iuMDLY5e65or7qNM/9FrsGVtocqVUC5pcNHOy8ZFOMO0DulrJm8JQgmLInFhnXP7rQsy34nSRr9w/Ozawj4+2+71
SiFMZKlyFGkU4OEK5uRrNvEq5TqGznp2NSPNrrVtWxTRkmL+SqXnPHhchw1H2pakB+ERg==

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



[EShyTO](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/N5dYUSwK2vDAXnMIDZzTxbqr3gJZWtzj>



Cuernavaca, Morelos a 27 de Agosto de 2021.

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

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina: La Región carbonífera de Coahuila. El diseño editorial como herramienta para el activismo.

que presenta el(la) alumno(a):

SASHA LUCERO REYNA FRAGA

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

Lo anterior con base en:

- Presenta de manera bien estructurada y argumentada el resultado de un trabajo profundo de investigación.
- Establece y aplica de manera consistente los criterios metodológicos elegidos.
- Demuestra un conocimiento profundo de su campo de conocimiento, capacidad de trabajo autónomo y dominio de las habilidades investigativas pertinentes al tema de estudio.
- Expone un tema de investigación y aplicación pertinente a nuestros tiempos, resultando relevante socialmente.

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

Atentamente
Por una humanidad culta.
Una universidad de excelencia



Mtro. Esteban Martínez Preciado



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

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

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

Sello electrónico

ESTEBAN MARTINEZ PRECIADO | Fecha:2021-08-30 08:28:59 | Firmante

oBj3BM3kUS3hIXD7uKriwelovWwFj8G1zQnt7aplWQm2kB1ZU0tNNQj2L5lj83d1GCh3/+2hITPmBxK05hzsvP/Z1EblU1+PJ4/aVpfvCCT5Vw2fga8xetw8Ge3qKupScP9GzPzlb6Kq
dVRjUcHB7f0QttqM+1hsdOphxAqgESUaHm5Jw1NGyaJFLnywrfITMxvJXGOKDBGuYnohK+y9gW3Z5LEG95MQdcw9YaC8YxsAgZoxh5ztO2pouU4AyZpKUIIn4xR8leiFrc3gvUDs
qBcWFXUhm9MJ1pJhDoCygKSjuOjzjTIQRRYtC7+NbwOXAejTZEEmrZAh4W6ePOHn7/gA==

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



05h8iq

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/viVRkQTVwGjGZ3PWxqSnH3g4Mlj5YKFv>



Cuernavaca, Morelos a 24 de agosto de 2021.

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

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina: La Región carbonífera de Coahuila. El diseño editorial como herramienta para el activismo.

que presenta la alumna:

SASHA LUCERO REYNA FRAGA

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

Lo anterior con base en:

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

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

Atentamente
Por una humanidad culta.
Una universidad de excelencia

Dr. Antonio Makhoulf Akl



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

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

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

Sello electrónico

ANTONIO MAKHLOUF AKL | Fecha:2021-09-24 14:57:58 | Firmante

B2SNkmrfeoO2fCzHpMdgPmKdiZQwcE4MB3KbO+SvLuqmouZBmVw+DGWpbAhLH9jJmQHWI8mIBQeqknSJR/Wymu2Yua0Kmul3J92J3jrNiZOigpXzIIIIE5VDy9Yo4NsTDXWH
cgf4iqAWUivG63CeC4dFRlivQhbpuGJSfE1dP5X5W2PGok9H9z9+YKxMwWUAYQj4ivNXyb+W1b5frwIXbNkdQAIpM9pLJvjgXrN8xlA8f5w0AIVWWE1ccV2mMBEP3qkTiteCawtr
XYldrHhBgOMBdTW6Uay+mg5KbeG4gVdsDib4Ym925no4AahU8v03D/rnHu1Q6BNpINVSdTLQL3g==

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



[YrkhNg](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/W42fXauMfBCxUk9Nrt72XTKDibTpqQfk>



Cuernavaca, Morelos a 2 de septiembre de 2021.

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

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina: La Región carbonífera de Coahuila. El diseño editorial como herramienta para el activismo.

que presenta la alumna:

SASHA LUCERO REYNA FRAGA

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

Lo anterior con base en: considero que los productos editoriales presentados tienen unidad de sentido, han sido planeados y desarrollados cabalmente. Todos los elementos gráficos utilizados en el diseño editorial propuesto han sido debidamente fundamentados en la tesina presentada.

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

Atentamente

Por una humanidad culta.
Una universidad de excelencia



Mtra. Lorena Sánchez Adaya

Incluir e-firma UAEM



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

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

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

Sello electrónico

LORENA SANCHEZ ADAYA | Fecha:2021-09-02 10:52:06 | Firmante

IRLA+pUGI+Vsu4JsQoFXRp2/WUBoCM4P76g9FLbKA5EvRWzeSFE0DPiuTTnWYs+mLSX8iKd6HJkgWEdjvZuOVNXOfPeyiKfq1zusSuZX283hkIvyKl9FgWzKtzcOrm+gS6XxZrSbyWkHao5JEBS7V7FmbOv920ohy5e2Y0mwwi4TX3Qx4QL+eqacpq47Ge2ngUsna1Pqhl/apB8aNjjiWYrMuTK6yL7Hj5o+LvZOO1FrAa0T103LgdtA9ZqaJC5JDQ34SHDpMsoC
G4iN1+JWbs+SfjR70O3yatzRGtGCBMw3lfjt+gOITz8JFpnkpAl5nnv69GhIRxspMao0IGWsBoQ==

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



7OnbcT

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/OEhFK0nJWI7pBeuKJK3SRzyv2loB0lo>

