



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS  
Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales  
Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades

**Libro de proyectos *Do It Yourself* de confección de prendas  
para mascotas con patrones digitales descargables**

Tesis para obtener el grado de  
**Maestra en Producción Editorial**

Presenta  
**María Luisa Guerrero Arreola**

Director de Tesis  
**Dr. Agustín Rivero Franyutti**

México, Junio, 2019.





La Maestría en Producción Editorial (MPE) está acreditada en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt). Este trabajo se realizó con la beca que dicha institución otorga. Agradezco el apoyo obtenido durante el periodo 2017 - 2019.







A mi hermana Ana aquí en la tierra  
A mi papá y a mi tía, en donde quiera que se encuentren

Gracias a todos los que participaron conmigo en este proyecto:  
Agustín Rivero Franyutti gracias por haber creído en el proyecto,  
supervisar e instruirme durante toda la maestría  
Ana Silvia Canto, Roberto González y Zazilha Cruz  
gracias por todo su apoyo y sus sabios consejos  
Ana, manis, gracias por el techo y tu ayuda incondicional  
María José Esteva tu ejemplo es mi inspiración, gracias  
por tu amistad y tu apoyo moral en estos dos años  
Deyanira gracias por tu aportación como profesional y  
tu amistad incondicional  
Gracias a quienes participaron con su talento  
en la realización del libro resultado de este proyecto:  
Andrea con tu chispa y buena vibra encantaste  
a las mascotas para dejarse fotografiar;  
Benjamín gracias por tu paciencia, las fotos y el sitio en internet;  
Eli con tu dedicación para revisar los textos y plantear mejores frases;  
Josué al pendiente de documentarme en aspectos relacionados  
al proyecto fuera del aula, *you are a great human being!*  
Gracias a mis compañeros con quienes compartí grandes momentos:  
Paty, Liz, Amaury, Montse y Sofi  
Agradezco también al Conacyt por el apoyo brindado





# CONTENIDO

---

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>9</b>
<b>JUSTIFICACIÓN</b>	<b>15</b>
Descripción del producto	20
Objetivo del producto	22
Objetivos particulares del producto	22
Perfil del lector o usuario	22
Análisis del producto en relación con el mercado	22
Tabla comparativa de productos en el mercado	23
Planeación técnico-organizativa	24
Cronograma	25
<b>DISEÑO EDITORIAL</b>	<b>26</b>
Características del producto	26
Soporte	26
Formato	27
Retícula	28
Caja de texto	30
Texto	32
Imaginería	33
Fotografías	34
Dibujos	36
Tablas	37
Patrones	37
Tipografía	39
Lato	39
Criterios de selección - Lato	39
Contexto y forma	39
Utilidad o función	40
Vanguardia	40
Frederika The Great	41
Criterios de selección - Fredericka the Great	42
Contexto y forma	42
Utilidad o función	42





Tipografía para los patrones	42
Overlook	42
Criterios de selección	43
Contexto y forma	43
Utilidad o función	43
Paleta de colores	44
<b>🐕 ESTRATEGIA ADMINISTRATIVA</b>	<b>46</b>
Análisis del mercado editorial	46
Comercialización	48
Distribución	48
Opciones de recursos monetarios para imprimir el libro	48
Costos y construcción del precio de venta al público (PVP)	48
Cierre a pliego	51
Planillo de El Roperro	52
<b>🐕 DERECHO DE AUTOR</b>	<b>53</b>
Propiedad Intelectual	53
Derecho de Autor	53
Autor	54
Obra	55
Derecho Moral	56
Derecho Patrimonial	57
Transmisión de derechos	58
Contrato de obra por encargo	58
Derechos Conexos	58
Registro de obra en INDAUTOR	59
ISBN	59
Propiedad Industrial	60
Registro de Marca	60
Propiedad intelectual de El Roperro	60
<b>🐕 ANEXOS</b>	<b>62</b>
<b>🐕 BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>66</b>
Obras citadas	66
Obras consultadas (tesis, libro y patrones)	68



## INTRODUCCIÓN

Crear, aprender y compartir son los pilares de una cultura llamada *Do It Yourself* *DIY*, por sus siglas en inglés, que en español significa “hazlo tú mismo” y que a lo largo de este documento lo mencionaremos como *DIY*, debido a que muchos términos son más reconocidos en inglés. Aquí, en México, muchas de las compañías que han adoptado esta cultura, lo identifican con un logo de círculo morado con las letras *DIY* en blanco.

Según el diccionario Merriam-Webster, el término *DIY* es “la actividad de fabricar o hacer algo sin capacitación o asistencia profesional en general, una actividad que uno hace por sí mismo y por iniciativa propia”.

El término se usó por primera vez en 1952, fecha que coincide históricamente con el crecimiento de los suburbios en Estados Unidos y el estilo de vida suburbano que supuso este crecimiento. Las familias tenían que autoproverse, los hombres del campo fabricaban sus propias herramientas y las mujeres tejían y cosían prendas para la familia y para sus casas. Estas actividades al final de cuentas se convirtieron en un movimiento el cual cobró fama con la publicación de revistas, manuales y guías paso a paso que orientaban en la creación de objetos hechos por uno mismo y en beneficio del hogar. Así mismo los cursos nocturnos en escuelas locales y la aparición de herramientas eléctricas para uso casero, máquinas de coser, máquinas para overlock, hornos, mezcladoras de alimentos, etc. (Knobel and Lankshear 6).

La cultura *DIY* porta como estandarte la idea de que “puedes tener todo lo que quieras si aprendes a hacerlo tú mismo”. Mientras fabricas las cosas que te gustan, organizas el tiempo que le dedicas a tus proyectos y personalizas todo a tu gusto, puedes ahorrar dinero y procurar tu satisfacción personal.

La ética del *DIY* se basa en que mediante la auto-educación y la educación mutua nosotros mismos podemos proporcionarnos lo necesario sin esperar a ser proveídos por alguien más, trabajando en conjunto en una sociedad igualitaria ideal. (Carlsson 46) Los integrantes de la comunidad *DIY* le dan valor especial a las cosas hechas por mano propia, tienen especial interés en ser un medio de expresión de la creatividad y poner freno al consumo desmedido.

Para los años setenta, el movimiento más allá de un manual que te dijera cómo bordar o armar alguna pieza, se convirtió en un movimiento político anticonsumista y anticapitalista («DiY/Counterculture.»).

El ser humano, desde sus orígenes, se vió en la necesidad de prooverse de cosas



para subsistir. Todas las herramientas y aparatos que nos rodean fueron pensados y luego “hechos” por su inventor. Lo que quiero decir es que todo surge a partir de hacer por uno mismo, algo que nace en nuestra imaginación y que nuestra creatividad explota. Las cosas creadas por nosotros mismos también producen satisfacción y tienen un valor y significado especial.

Los beneficios para nosotros suceden en el mismo instante de crear y después, cuando perfeccionamos y compartimos eso que creamos, así como lo demuestra un estudio de la Academy of Marketing Science llamado *Understanding the Do It Yourself consumer: DIY motivations and outcomes*, realizado por Marco Wolf y Shaun McQuitty, que, a lo largo de 167 páginas, concluye mediante el análisis de información y entrevistas realizadas a *DIYers*<sup>1</sup>, que, al practicar y pertenecer a esta comunidad, te beneficias porque inviertes en ti mismo, expresas tus ideas, desarrollas habilidades y conocimientos, potencías tus capacidades, y das rienda suelta a tu imaginación y creatividad. Eres el diseñador y productor de tus propias creaciones, las personalizas y les imprimes tu propio estilo. Todo esto solo se puede traducir en bienestar personal (Wolf and McQuitty 154-168).

El *DIY* es un tipo de comportamiento de consumo cada vez más popular del que se sabe poco y se debería estudiar más debido al crecimiento que representa hoy día (Wolf and McQuitty 154). Así mismo el desarrollo de la tecnología y el acceso a la información ayudaron en gran medida a que el movimiento cobrara fuerza desde hace aproximadamente diez años.

Por ejemplo, los videos de *DIY* o hazlo tú mismo en la plataforma de Youtube se encuentran entre los mas solicitados en sus listas de reproducciones. La mayoría son fáciles de comprender y el planteamiento para desarrollarlos desde el hogar es sencillo.

La idea de que uno pueda fabricar sus propias prendas invita a las personas a expresar al creativo que todos llevamos dentro y de este modo poder fabricar piezas únicas, que favorecen el consumo local e incluso, el reciclaje de materiales.

En la actualidad el interés de hacer cosas por nosotros mismos ha dado pie al surgimiento de sitios en internet como *Instructables.com* que publica tutoriales para hacer o rehacer casi cualquier cosa. Existen varias categorías, entre ellas, una dedicada al corte y la confección de prendas.

Por otra parte encontramos un movimiento de más reciente auge basado en la cultura *DIY* llamado “Movimiento *Maker*”, hacedores en español, integrado por

---

1 *DIYers* son personas que por si mismas reparan o hacen servicios que usualmente haría un profesional de un ramo en particular.



personas que combinan tres cosas: tecnología, redes sociales y curiosidad de hacer cosas por sí mismos. Los integrantes de esta comunidad se reúnen en físico o por medio de redes sociales a través de internet. No importa en qué lugar del mundo se encuentren, de esta manera siempre podrán compartir sus conocimientos, trabajar en equipo, dar soluciones a proyectos sociales y particulares y aprender por medio del intercambio de experiencias. Las tecnologías modernas y una economía globalizada son sus aliados tanto para conectarse y aprender como para producir y distribuir. Su participación en foros y redes sociales les permite formular preguntas, compartir resultados y colaborar con cada miembro de su comunidad («movimiento»). Inventar, solucionar e innovar de esta manera forma parte de lo que se está llamado ciencia ciudadana<sup>2</sup>.

El Movimiento *Maker* es un término que Dale Dougherty de O'Reilly Media sugirió en 2005 al lanzar al medio la revista *Make* que publicaba información sobre proyectos *DIY*. Se organizaron una serie de ferias y exposiciones en territorio estadounidense, donde se exhibieron por primera vez los proyectos de este movimiento emergente. "Se puede pensar que el movimiento está basado en un hobby<sup>3</sup> y de alguna manera lo es" («movimiento»).

Sin embargo, esta clase de hobby puede llegar a dar resultados a mayor escala al involucrar a algún grupo en particular, resolver algún planteamiento o problema que tengan y convertirlo, al final, en una solución para beneficio de muchos, no solo del grupo que lo haya planteado o solicitado.

En México Hacedores® *Maker community* se han convertido en una autoridad en lo que a estas actividades se refiere. Ellos han llamado a este movimiento la tercera revolución industrial y se comprometen a preservar, continuar y mejorar la cultura *DIY* con acciones básicas listadas en su manifiesto que dice: haz, comparte, regala, aprende, juega, participa, apoya, cambia y conviértete en una versión mejorada de ti mismo mientras construyes algo («manifiesto»).

El *Maker Space*<sup>4</sup> de Hacedores ha tenido como objetivo el reunir a la comunidad creadora de habla hispana alrededor del mundo en un espacio colaborativo de creación y fabricación. Las personas se reúnen a trabajar en un espacio provisto de cortadoras laser, máquinas de coser, impresoras 3D, cierras, routers, soldadu-

---

2 En el argot de estos movimientos (*Maker* y *DIY*), se entiende a la ciencia ciudadana como "la participación de ciudadanos en diferentes proyectos vocacionales que recopilan y analizan datos valiéndose de las nuevas tecnologías de la información y luego difundir estas actividades".

3 Actividad que, como afición o pasatiempo favorito, se practica habitualmente en los ratos de ocio.

4 Es un lugar en el que se pueden crear objetos o artefactos haciendo uso de las herramientas que se encuentran disponibles en los diferentes talleres que lo conforman. El primer *Maker Space* de Hacedores se encuentra en el centro de la CDMX justo a unos pasos del metro Zócalo.



ras y un sinfín de herramientas. Su comunidad esta integrada por ingenieros, diseñadores, artistas, aficionados, estudiantes, científicos, investigadores, y en general a aquellas personas que construyan cosas novedosas por si mismos. Para estar al día en sus actividades de capacitación a la comunidad dentro y fuera de sus instalaciones necesitan consultar bibliografía y, como ellos mismos dicen, la que hay es poca y esta en inglés.

Los proyectos de las comunidades *DIY* y el Movimiento *Maker* se conjugan en este proyecto con otro tema muy popular en la actualidad: el papel que están representando las mascotas en los hogares hoy en día. En México, según datos del Censo 2011 del INEGI, existen 26 millones de mascotas de las cuales 19 millones son perros y 7 millones son gatos, lo que indica que el 58% de los hogares en México tienen mascotas. Por su parte, en Estados Unidos, la mitad de los hogares tienen un perro, un gato o los dos.

Cierto es que hay un boom por las mascotas. La gente ama consentirlas, comprar y hacer productos para ellas, gusta de vestir las, incluso, de acuerdo a la ocasión. La humanización de las mascotas ha empujado el crecimiento de la industria en muchos de sus campos y a todos los niveles, desde PyMES hasta marcas de renombre; desde la rama de alimentos hasta la editorial, pasando por la textil; empresas de servicios, hoteles, spas, etc.

La humanización de las mascotas es un tema de varias vertientes. La dependencia que se da de humano a animal involucra cuestiones emocionales, psicológicas, éticas. Aquí un ejemplo: “Mi gato es el único psicólogo en el que creía; después de su muerte no tengo nadie a quién contarle mis problemas” (Krudek, 440).

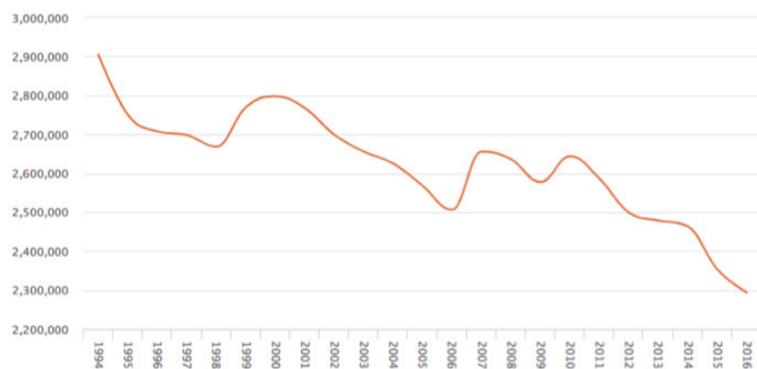
Los perros en particular poseen virtudes a las cuales un humano común solo podría aspirar, y es quizá por eso que han pasado a ser miembros de nuestras familias, pues admiramos y aspiramos de cierta manera a esas virtudes puras, por ejemplo: los perros viven el momento; por medio de su olfato pueden “saberlo todo”; los perros aman incondicionalmente; son nobles y están libres de ego; se regocigan y agradecen; son leales por elección, no por necesidad; los perros pueden silenciarse y estar en verdadera paz sin tener que hacerle saber a alguien de su existencia. Los perros nos dan la oportunidad de ser una mejor versión de nosotros mismos, a cada instante, ellos practican el amor incondicional, la compasión y el cuidado hacia alguien más (Lazarus 137).

Otra manifestación es la cantidad de parejas que deciden adoptar una mascota en lugar de tener un hijo o quizá sea solo el resultado del deseo de los jóvenes de permanecer solteros e independientes. A lo mejor la forma en como estamos viviendo hoy en día no da el tiempo o el dinero suficiente para tener un hijo y las parejas deciden



entonces tener mascotas. Sea como sea, muchos tienen la necesidad de ver y cuidar a “alguien o algo”, desde una planta hasta un hijo.

La tabla de la encuesta 2015 del INEGI muestra una disminución en los índices de natalidad.



Un ejemplo del desplazamiento de proporciones entre tener mascotas y tener bebés se muestra en el mercado de alimentos: el de mascotas creció 28.3% en volumen entre 2011 y 2016, mientras que la venta de comida para bebé creció apenas 8.3% en ese mismo periodo, según Euromonitor, la principal consultora sobre productos de consumo, industrias comerciales, tendencias demográficas y estilos de vida alrededor del mundo (Villamil).

La tendencia se ve reflejada en negocios de toda clase. Tomemos el ejemplo de las librerías donde los estantes de categoría “mascotas” cada vez son más y les han asignado un lugar principal dentro de la tienda<sup>5</sup>. El desarrollo de colecciones de títulos sobre el cuidado de mascotas, enciclopedias de razas de animales, libros para colorear, manuales de proyectos *DIY*, etc., tienen una demanda creciente día a día<sup>6</sup>. Incluso ahora hay libros para que los “lean” los gatos.

Existe un surgimiento de empresas en este ramo que ofrecen todo tipo de servicios y productos, tales como las de ropa y disfraces, estilistas, hoteles, masajes, sesiones de spa, manicure, gimnasios, guarderías, escuelas de entrenamiento, incineración, estudios de fotos, heladerías, consultorios de terapeutas interespecies<sup>7</sup> y de especialidades como psicología y odontología exclusivas para perros y gatos y mucho más. Recientemente surgió un servicio llamado *Royalty dogs customized* quienes organizan fiestas temáticas, paseos en jets, autos Rolls Royce y

5 Visita a librerías Gandhi y El Sótano de M.A. de Quevedo, CDMX. Octubre 2017.

6 Entrevista a 4 vendedores de la librería Gandhi de M.A. de Quevedo, CDMX. Octubre 2017.

7 Profesionales que realizan puentes de comunicación, mediadores entre las personas y sus animales de compañía o silvestres, para acercarlos y mejorar la relación.



Ferraris, sesiones de aromaterapia y pintura para el pelo especialmente para mascotas de “alta sociedad”. Hablando de este tipo de mercado, marcas de renombre como *Gucci*, *Louis Vuitton*, *Burberry*, *Versace* y otras, han integrado líneas de ropa para mascotas que han mostrado en las pasarelas durante la Semana de la Moda en Nueva York y París en recientes ediciones. Además desde 2003 se realiza en Nueva York la semana de la Moda Animal.

El tema de las mascotas ha llegado también a la política con la promoción de leyes de protección, planeación de ciudades en dónde se destinan áreas para su recreo y necesidades. Cada vez es mas común encontrar áreas acondicionadas para que las mascotas esperen a sus dueños afuera de los supermercados. Algunos aeropuertos, como el de Portland Oregon y Seattle en Estados Unidos han destinado áreas tipo guarderías con todo lo necesario para las mascotas de pasajeros en tránsito tomen un descanso.

En México, hay un aumento de doscientas mil mascotas cada año, se estima que la tasa de crecimiento es de un 30% anual en lo relacionado a la industria de ropa y accesorios para mascotas. La cantidad de clientes potenciales en esta rama de productos es considerablemente importante («ropa»).

El mercado de las mascotas ha crecido a ritmos del 9% al 12% en los últimos diez años. Esta industria es de las pocas que se ha mantenido a la alza incluso en los países en crisis económica. Se estima que el consumo per cápita de cuidado de animales de compañía va de los trescientos a los dos mil pesos mensuales (Galindo).

En México, según el sitio en internet [www.mercawise.com](http://www.mercawise.com) de la consultora MercaWise<sup>8</sup>, después de realizar algunas encuestas, indica que casi 100% de los dueños de una mascota han comprado alguna vez accesorios, 51% de los cuales lo hace frecuentemente y el 45% les compra ropa.

Vestir a los perros es una actividad que se remonta en la historia hasta la época de los egipcios, quienes eran amantes de los galgos y a los que vestían con collares adornados con piedras preciosas. Los perros de la milicia eran vestidos con armaduras. Más tarde en la historia, en épocas de la nobleza, a los perros de caza se les colocaba un collar de piel con el nombre de su dueño, y los perros de compañía eran vestidos con ajuares dignos de la realeza, confeccionados con telas elegantes y hechuras con bordados casi como obras de arte. Esto se puede apreciar en los cuadros y autorretratos que las personas se mandaban a hacer en aquellas épocas, muchos de ellos incluso hacían combinar su ropa con la de sus perros.

---

8 MercaWise® empresa dedicada a la investigación de mercado online para obtención de información como apoyo a empresas para incrementar ventas y mejorar productos y servicios.



Hoy día, se viste a las mascotas por muchas razones, algunas de las que comentan sus dueños<sup>9</sup> son que se identifiquen, que vistan una prenda igual a la nuestra, que no pasen frío, que sus patitas no se quemen con el asfalto caliente o con la nieve de la montaña, etc. pero incluso, vestir a las mascotas va mas allá de la ropa común y corriente. Hay estudios como el realizado por Cottam y publicado en el *Journal of Veterinary Behavior* sobre cómo algunas prendas pueden ayudar en la terapia de mascotas, para superar el miedo y la ansiedad en diferentes circunstancias, particularmente una prenda que envuelva todo su cuerpo de manera firme ayuda a darle contención durante episodios ruidosos como las tormentas eléctricas (Cottam 154).

## JUSTIFICACIÓN

Los libros de manualidades en general, de proyectos *DIY* o “hágalo usted mismo” tienen ya ganado un lugar en el gusto de la gente que los busca, los consulta y los consume. Son una herramienta magnífica con una amplia gama de posibilidades por explotar. Sin embargo, la industria ha generado pocos materiales sobre creación de ropa para mascotas aun cuando la gente los busca<sup>10</sup>.

Existe un nicho de mercado en la comunidad *DIY* de blogueros<sup>11</sup>, usuarios de *Pinterest* e *Instagram*<sup>12</sup>, *craft lovers*<sup>13</sup>, diseñadores de moda, modistos, comunidad del Movimiento *Maker*, aficionados de las manualidades y amantes de las mascotas, que buscan bibliografía en español para la realización de sus proyectos, tales como la creación de ropa tanto de humanos como de mascotas. En México se venden patrones de confección, pero son imprecisos e incompletos. Una bibliografía como tal no existe, al menos no en español y de venta en librerías.

Es pertinente, por todo lo anterior, generar un producto editorial que proponga proyectos *DIY* sobre confección de ropa para mascotas, a partir de que la sociedad hoy en día está mostrando su interés por ellos. Los integrantes del Movimiento *Maker* que trabajan en el desarrollo de productos de alta tecnología llamados *weareables* para perros de trabajo, y algunos otros proyectos que incluyen a mas-

9 Pláticas informales en el parque, con vendedores de ropa, comentarios en redes sociales, etc.

10 Entrevista a Rosy Borrego quién es administradora de la Academia CyC fundada en 1935, creadores del Sistema CyC (Corte y Confección) que nace en México como una herramienta de enseñanza útil y eficaz para el aprendizaje de la industria del vestido y del cual se han vendido mas 6 millones de libros. Noviembre 2017.

11 Bloguero: persona que crea o gestiona un blog.

12 Pinterest e Instagram: Redes sociales y aplicaciones para subir fotos y vídeos a internet.

13 Craft lovers: Amantes o aficionados al arte y las manualidades.



cotas, están siempre en la búsqueda de material bibliográfico para consulta en español y no lo hay<sup>14</sup>. La gente que gusta de las manualidades, diseñadores de modas, profesores, o simplemente gente que practica como hobby la confección, solicitan este tipo de materiales en las librerías y la oferta es poca o nula<sup>15</sup>.

Pamela J. Hastings, autora de libros de confección y vocera de la industria de la costura en Estados Unidos tiene una frase que repite en sus presentaciones y reseñas de su libro *Sew dog: easy-sew dogwear and custom gear for home and travel* : “25% de los perros, tienen un guardarropa. 37% de los dueños de perros hablan con sus mascotas por teléfono, el concepto de fabricarles ropa es menos absurdo de los que algunos piensan” (Quasha & Hastings cover).

Para poder confeccionar ropa a las mascotas y dado que en los hogares conviven como mascotas muchas razas diferentes de perros y gatos, primero tenemos que partir de hacer una clasificación general por tamaños y tallas. Dado que existe una gran cantidad de razas puras, más todas las cruza, podemos hacer una primera clasificación en cinco grupos generales y después, dentro de ellos, hacer una división para lograr 13 tallas que nos permitan abarcar desde un cachorro Chihuahua hasta un Gran Danés. Los cachorros y los gatos entrarían en el rubro de razas mini y pequeñas: tallas 00 a 3, debido a que su tamaño no varía mucho.

La primera clasificación quedaría de la siguiente manera:

Razas	Medida largo de cruz a cola*	Talla
Razas mini	Hasta 25 cm de largo	Talla 00 a 3
Razas pequeñas	De 28 a 38 cm de largo	Talla 2 a 4
Razas medianas	De 40 a 55 cm de largo	Talla 5 a 7
Razas grandes	De 60 a 70 cm de largo	Talla 8 a 10
Razas gigantes	Mas de 80 cm de largo	Talla 11 y especiales

\*Es la medida que trazamos de forma recta desde la base del cuello (collar) a la base de su cola.

Por otra parte, según la Federación Cinológica Internacional, organismo mundial canino, integrado por miembros de 96 países y sede en Bélgica, existen 343 razas reconocidas de perros, todas ellas clasificadas en 10 grupos, por características de apariencia (color, largo del pelo), comportamiento y lugar de origen (Internacional), como se muestra en la siguiente tabla:

14 Entrevista con Antonio Quirarte, director general de Hacedores México. Noviembre 2017..

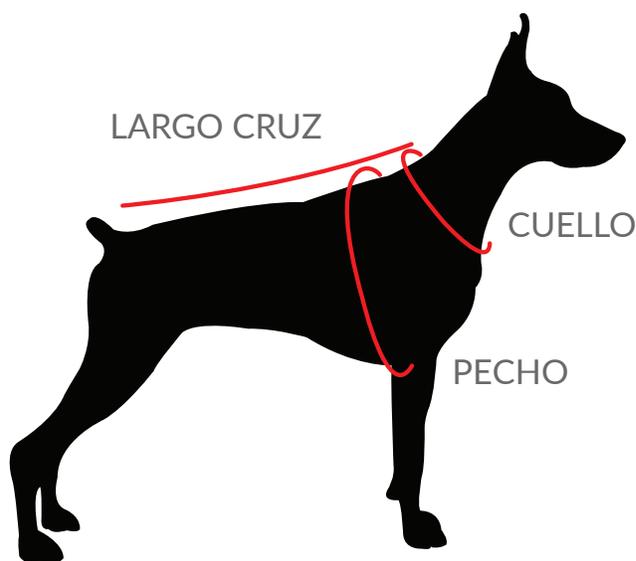
15 Entrevista a vendedores de librería Gandhi de M.Ángel de Quevedo CDMX. Octubre 2017.



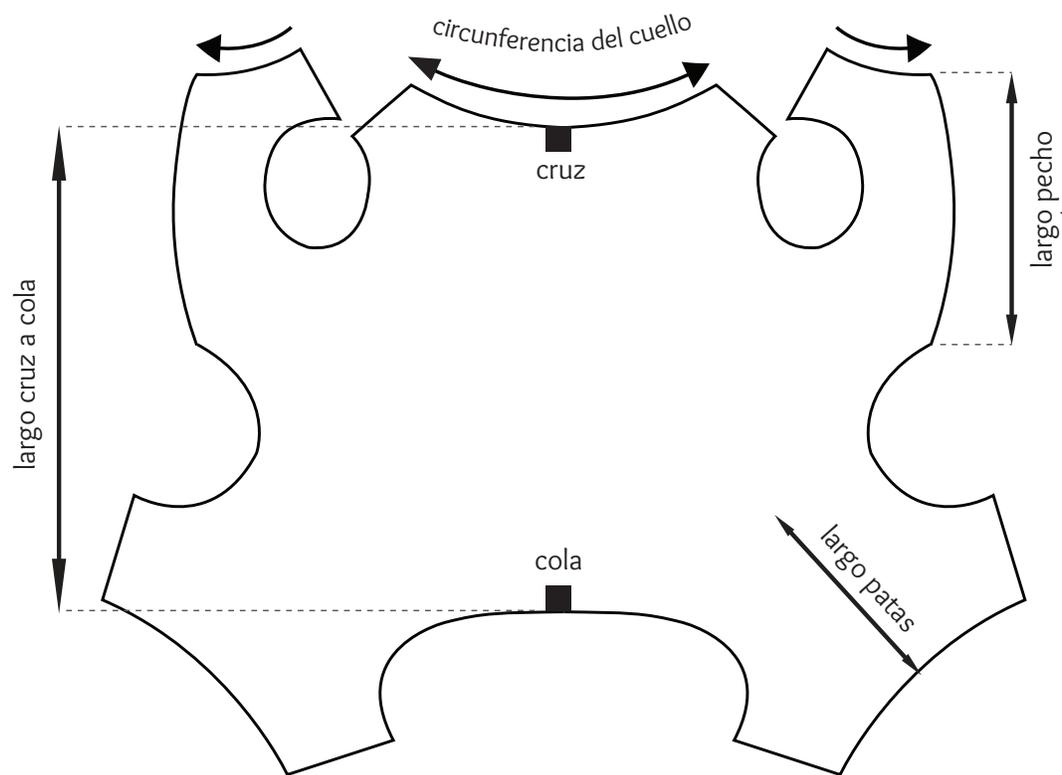
Grupo 1	Perros de pastor y perros boyeros (excepto perros boyeros suizos)	Grupo 2	Perros tipo pinscher y schnauzer, Molosoides, perros tipo montaña y boyeros suizos
Grupo 3	Terriers	Grupo 4	Teckels
Grupo 5	Perros tipo spitz y tipo priimitivo	Grupo 6	Perros tipo sabueso, perros de rastro y razas semejantes
Grupo 7	Perros de muestra	Grupo 8	Perros cobradores de caza, perros levantadores de caza, perros de agua
Grupo 9	Perros de compañía	Grupo 10	Lebreles

\*Tabla de nomenclaturas y razas reconocidas de forma definitiva («nomenclature»).

Para la elaboración de cualquier prenda de vestir, es necesario tener como base los “patrones maestros” los cuales se entienden como el desarrollo de una silueta plana a partir de un cuerpo con volúmen. Generalmente, estos patrones son dibujados en cartón minagris. Debido al trabajo invertido para su desarrollo, los patrones maestros equivalen al “ingrediente secreto” de una receta. Para el desarrollo de patrones maestros de animales necesitamos partir de estas medidas:



A continuación se muestra el ejemplo del patrón maestro del cuerpo de un perro, incluido en un solo dibujo la espalda, el pecho y las patas traseras (sin leyendas de corte):



Una vez que los patrones maestros se han desarrollado, estos serán la base para hacer transformaciones. Se le llama transformación al desarrollo de una prenda en cada una de las piezas que la integran. Se usan los patrones maestros como base, si es de forma manual, se colocarán sobre ellos papel semi transparente llamado micro y se dibuja (con ciertos conocimientos previos sobre corte, confección y desarrollo de volúmenes) cada una de las piezas por separado que se necesitarán para construir una prenda. Si es de manera digital se puede hacer uso de ciertos programas de dibujo. Una vez hechas la transformaciones tendremos el "patrón de corte".

Ejemplo de patrón de corte de un vestido para perro, incluye cuerpo, adorno semicircular con pliegues, remate de agujero para patas, vistas<sup>16</sup> de entretela<sup>17</sup> y piezas de velcro para cerrarlo:

16 Pieza de tela que se cose en ciertas partes al interior de una prenda, con la finalidad de dar un buen acabado a la prenda.

17 Tejido muy delgado tipo membrana que refuerza y da consistencia a los tejidos ligeros y evita que los pesados se doblen. Se recomienda usar en algunas de las piezas de la ropa, como cuellos, puños, ojales, etc



**EL ROPERRO®**  
 Vestido  
 Talla 2  
 Tela algodón; 2 colores en contraste o en combinación

**EL ROPERRO®**  
 Vestido  
 Talla 2 - perro  
 Vista  
 Cortar 1 pieza con tela exterior

**EL ROPERRO®**  
 Tira para agujero de la manga  
 Talla 2  
 Cortar 2 piezas con cartilón

**EL ROPERRO®**  
 Tira adorno cuello  
 Talla 2  
 Cortar una pieza del doble de largo que esta o 2 piezas para unir por el lado angosto con en combinación o contraste

**EL ROPERRO®**  
 Vestido  
 Talla 2 - perro  
 Vista  
 Cortar 1 pieza con entretela

**EL ROPERRO®**  
 Vestido  
 Talla 2 - perro  
 Vista  
 Cortar 1 pieza con entretela

**EL ROPERRO®**  
 Vestido  
 Talla 2  
 Tira para el lado del agujero  
 Cortar 1 pieza en tela algodón  
 35x14 cm en el lado del agujero  
 Tira de 3 cm de ancho x 33 cm de largo

5 CM

unión a hombro  
 pieza  
 pieza  
 unión a hombro

unión a hombro  
 Veta horizontal  
 XXX  
 XXX

unión a hombro  
 Veta horizontal  
 XXX  
 XXX

unión a la otra tira



Comercialmente, no existe material de consulta que incluya información sobre patrones maestros y transformaciones para creación de diferentes modelos de prendas para las diferentes tallas de mascotas.. En los últimos cinco años se ha desarrollado y probado, aunque aún no se ha publicado, un material que incluye todo lo anterior. Estos patrones han sido la base para los patrones de corte y la confección de prendas, que han vestido ya a las mascotas, y abarcan todas las tallas. Con ello se confirma que sirven, que han sido bien medidos, desarrollados, graduados y transformados y que solo falta publicarlos.

### Descripción del producto

El Roperro es un libro impreso a color de proyectos *Do It Yourself (DIY)* de moda y confección de prendas para mascotas con patrones digitales descargables.

El libro se divide en las siguientes secciones:

- Presentación
- Cómo usar este libro
- Cómo se imprime
- Cómo se cose
- Conceptos básicos
- Herramientas
- Materiales
- Sección de proyectos
- Glosario

**Presentación** es un breve resumen sobre el objetivo y el tema que trata el libro.

**Cómo usar este libro** es una explicación de las secciones y el orden de presentación de cada proyecto; da instrucciones para medir a las mascotas y encontrar su talla en una tabla de medidas.

**Cómo se imprime** es la explicación para bajar e imprimir los patrones de corte que se encuentran alojados en un sitio de internet.

**Cómo se cose** es una explicación breve de las acciones básicas a la hora de confeccionar prendas.

**Conceptos básicos de corte y confección** son definiciones de los conceptos mas importantes en el argot de la confección.

**Herramientas y Materiales** son secciones con fotos y descripciones de cada una de las herramientas y materiales que intervienen en el proceso de confección.



Sección de proyectos los encontramos organizados de la talla mas pequeña a la mas grande. Son 11 para perros, 2 para gatos y 1 general. La división es así por los tamaños, los perros se pueden agrupar en 15 tallas o tamaños, mientras que los gatos solo se encuentran en 4 pero no se tomarán en cuenta los cachorros recién nacidos por la dificultad de trabajar piezas tan pequeñas.

Para cada proyecto se necesitan al menos 4 páginas para ser divididas de la siguiente manera:

página 1 - Foto a página completa de una mascota que modela una prenda

pagina 2 - Número correspondiente a la talla y por el cual identificamos cada capítulo. Abajo, la descripción de la prenda de la página anterior, seguida de alguna frase o dato curioso.

página 3 y 4 - Lista de materiales que se necesitan para construir esa prenda, fotos e instrucciones paso a paso, un diagrama a escala del patrón que se imprime (para que el usuario tenga una idea de cómo es), y por último la dirección URL (*Uniform Resource Locator*) y el código QR (*Quick Response Code*) del sitio en internet donde se podrán descargar los patrones de corte del proyecto en cuestión.

Los capítulos de proyectos se muestran así:

	TALLA	PRENDA	RAZA
PERROS	1	Camiseta ranglan	Chihuahua
	2	Vestido	Mini salchicha
	3	Polo	Criollo
	4	Suéter	Jack Russell
	5	Chaleco cuello alto	Pug
	6	Impermeable transparente	Beagle
	7	Capa contra ansiedad	Viejo Pastor Inglés
	8	Chaleco rocker	Criollo
	9	Sudadera	Golden Retriever
	10	Capa impermeable	Mastín Napolitano
	11	Impermeable	Gran Danés
GATOS	1	Moño corbata	criollo
	2	Sudadera ranglan	criollo
	ch, med, gde	Paliacate	todos



## Objetivo del producto

Guiar el proceso creativo en la confección de prendas para mascotas en idioma español.

## Objetivos particulares del producto

Ofrecer material probado, con el cual una persona pueda confeccionar prendas para sus mascotas.

## Perfil del lector o usuario

- Mujeres y hombres entre 20 a 45 años, amantes de los animales y las mascotas. Practicantes o aficionados a las manualidades, pertenecer a algún colectivo creativo o compartir sus creaciones en Pinterest, blogs, exposiciones, ventas, etc.
- De clase media.
- Integrantes de la comunidad *DIY*, estas personas tienen un singular aprecio por las cosas hechas a mano, las cuales se vuelven únicas y tienen un valor diferente a lo fabricado en masa. Son curiosos y les gusta experimentar, mezclar, reciclar y combinar materiales.
- Estudiantes y diseñadores de moda a quienes les gusta saber de tendencias actuales.
- Modistas interesados en ampliar sus conocimientos con técnicas y temas de actualidad.

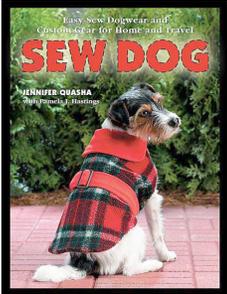
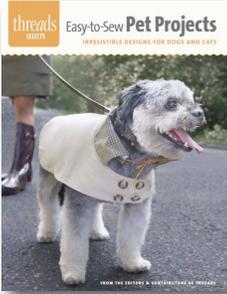
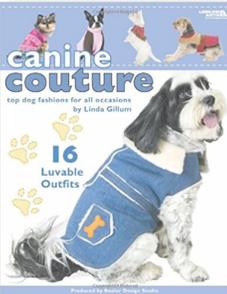
## Análisis del producto en relación con el mercado

Se han publicado varios títulos de confección de prendas y accesorios para perros, pero están en inglés y de venta en otros países. Debido a la popularidad del tema, en enero de 2019, GG trajo a México un libro de confección de prendas tejidas para mascotas de una autora japonesa. Un libro como el que propongo, no existe en México. Con información de tallas y patrones de corte, sería pionero en el tema, no sólo para quien desee confeccionarle una prenda a su mascota, sino también a quienes gustan de las mascotas y simplemente puedan ver las fotografías.

Los libros encontrados en el extranjero están en inglés y ninguno de estos libros desarrolla una clasificación de tallas tan extensa

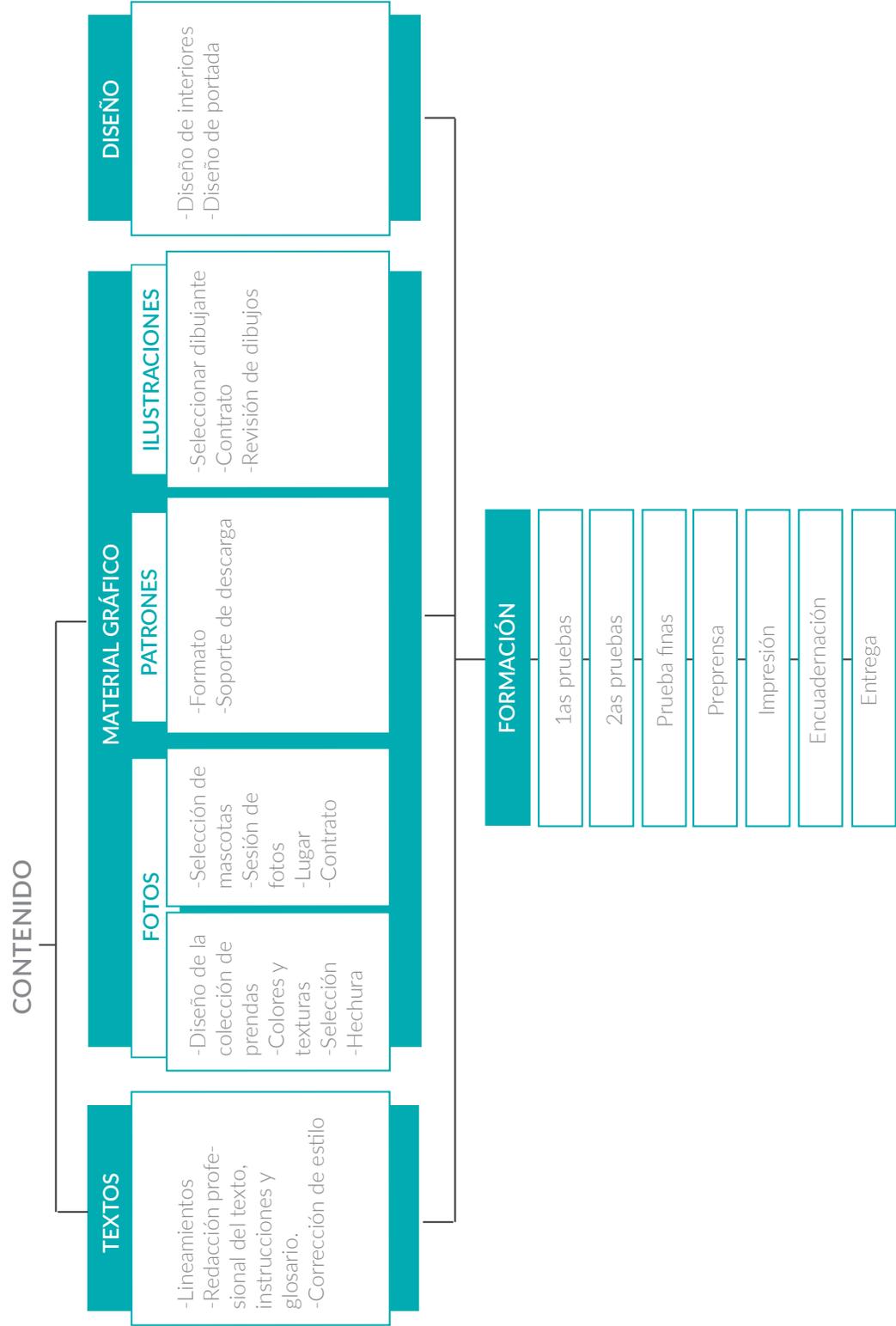


## Tabla comparativa de productos en el mercado

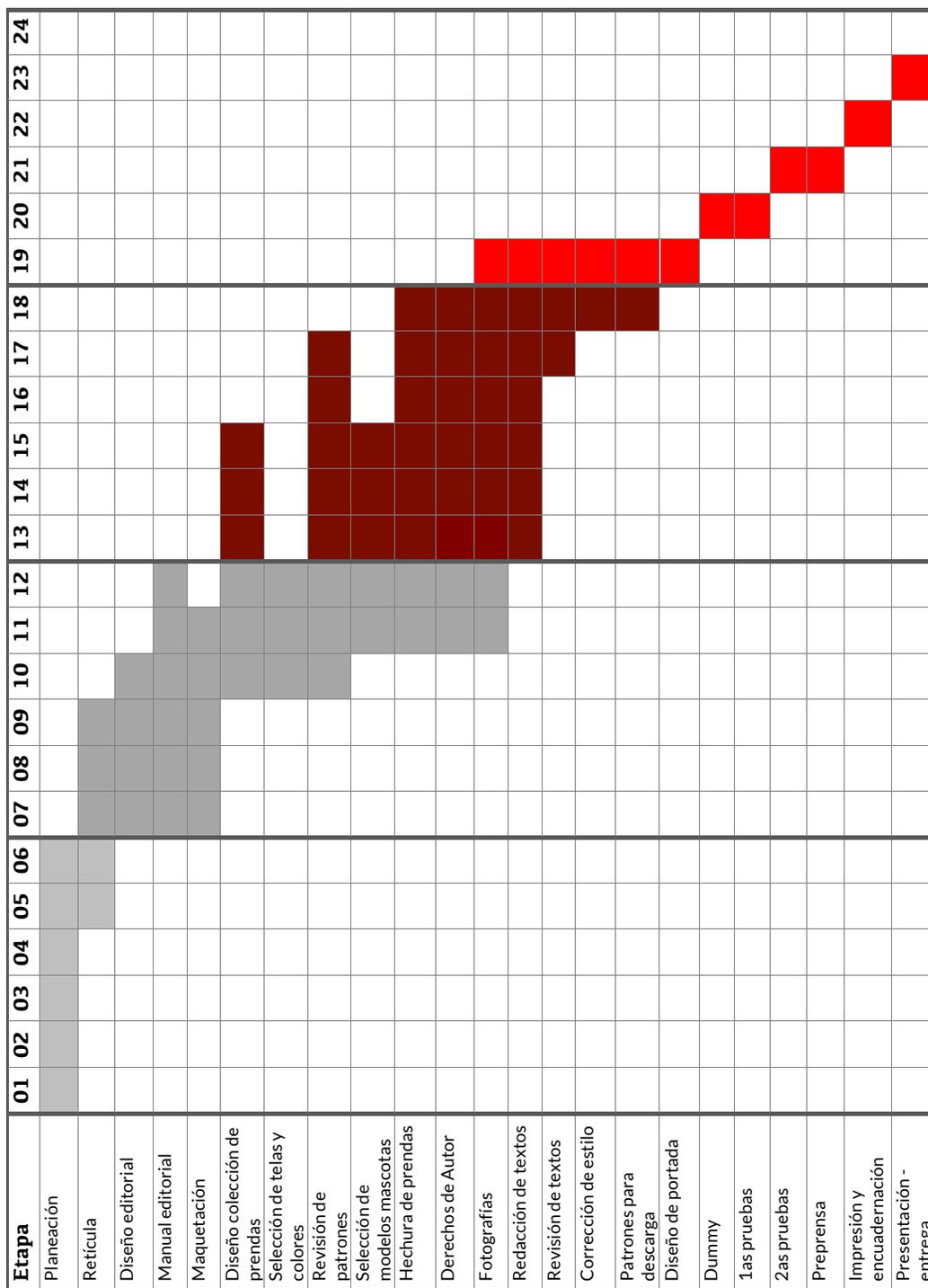
Libro	Descripción	Desventajas
	<p>Libro de confección de prendas para perros con 25 proyectos de ropa, accesorios y camas, con moldes e instrucciones de corte y confección. \$330 pesos. De venta en Barnes &amp; Noble.</p>	<p>En Inglés. Agotado en la librería sin fecha para surtirlo.</p>
	<p>Libro de confección de prendas para perros con 6 proyectos de ropa y accesorios, con instrucciones de corte y confección. \$200 pesos. De venta en Amazon.</p>	<p>En Inglés. Solo 1 proyecto es de ropa. No tiene moldes. En las reseñas del sitio los lectores se quejan de que le falta contenido útil.</p>
	<p>Libro de confección de prendas para perros, con 21 proyectos, con fotos e instrucciones. \$480 pesos. De venta en Amazon Reino Unido.</p>	<p>En Inglés. Sin entrega en México.</p>
	<p>Libro de tejido de suéteres para perros, con 14 proyectos, fotos e instrucciones. \$470 pesos. De venta en Librerías Gandhi México.</p>	<p>Solo son proyectos de suéteres tejidos.</p>



## Planeación técnico-organizativa



## Cronograma





## DISEÑO EDITORIAL

Todos los libros tienen un poco o un mucho de la personalidad de sus autores. El diseño editorial y las características del libro, producto de este trabajo, se han decidido con base en el análisis de otros productos relacionados al tema; el estudio de mercado y las tendencias; los cursos tomados durante la maestría; la guía de los profesores; las conclusiones después de innumerables charlas con usuarios de esta clase de libros, la lectura de bibliografía referente al tema y la propia experiencia.

"El tamaño y las proporciones del objeto mismo, el color y la textura del papel, el sonido que hacen las páginas cuando uno las hojea, y el olor del papel, el adhesivo y la tinta, todo eso se funde con el tamaño, la forma y la colocación de la tipografía, y revela un poquito sobre el mundo en el que se fabricó ese libro" (Bringhamurst 173).

### Características del producto

- Formato del libro: vertical
- Tamaño: 19.5 x 23.5 cm
- Impresión: 4 x 4 tintas
- Papel: couché mate de 135 g
- Forros cartulina sulfatada 14 pts. con plastificado mate
- Número de páginas: 96
- Acabado: hot melt con poliuretano (PUR)

### Soporte

La propuesta para El Roperro fue desde un principio un soporte impreso, debido a que es un libro de consulta con muchas fotografías, lo cual le vale para tenerlo en la mesa a la hora de revisarlo. Los patrones de corte están propuestos en formato digital para facilitar la entrega a demanda particular de cada lector.

Las razones para decidir por un libro impreso son simples y están basadas en la experiencia propia así como en la de compañeros del grupo creativo al que pertenezco, conocidos amantes de las manualidades y gente a la que he considerado público lector de este libro. Sin embargo, hay razones sustentadas en los diferentes estudios realizados sobre las ventajas de materiales impresos sobre los electrónicos y algunos estudios u opiniones de expertos como la de Naomi Ba-



rron<sup>18</sup> quien afirma que mas del 80% de universitarios encuestados en diferentes países para un estudio que realizó sobre lectura en soporte impreso versus soporte electrónico, preferían el soporte impreso si el costo de ambos fuera el mismo («print or screen»).

Algunas de las razones que los encuestados mencionan son: una mejor concentración; facilidad de lectura para los ojos; poder ver y sentir "dónde se esta" en el libro; placer que provoca el olor a papel y que la lectura es "real". («¿Qué es mejor?»)

Como lectora, consumidora y usuaria de esta clase de libros, algunas razones que puedo mencionar son: la sensación de voltear a mi librero y saber que es lo que tengo; algunos son coleccionables; poder poner un *post it* para marcar algo interesante, algo que considere consultar mas tarde o usar en algún otro proyecto; hojear rápidamente y saber qué tanto me puede interesar; saltar de un proyecto a otro con la sensación de progreso y avance; poder consultarlos una y otra vez a cualquier hora del día sin la preocupación de una conexión a internet; llevarlos a mis clases, colocarlos junto a mi material en mi mesa de trabajo y consultarlos: es más fácil tener un material que puedo estar volteando a ver sin que me refleje o me lastime la vista, sin que se apague la pantalla, etc. Puedo llevarlos también a las reuniones con la comunidad o grupo creativo y mostrarlos a mis compañeros sin la limitante del tamaño de una pantalla o el recurso de un dispositivo electrónico. Las instrucciones y los textos pueden ser completamente apreciables.

## Formato

Para decidirse por un formato y un tamaño en particular intervienen muchos factores tales como los tamaños estandarizados de papel y ciertas proporciones que han sido probadas a lo largo de la historia, y constantemente se recurre a ellas porque resultan agradables a los ojos y a la mente.

Dice Robert Bringhurst<sup>19</sup> que además, cuenta mucho el instinto, algo así como la memoria disfrazada, producto de la experiencia que durante siglos han desarrollado quienes dan forma a los espacios visuales (Bringhurst 174), aunado a

---

18 Naomi Barron, es profesora de lingüística y directora ejecutiva del Centro para la enseñanza, la investigación y el aprendizaje de la American University en Washington, D.C., realizó un estudio que sirvió como base para la publicación del libro *Words Onscreen: The Fate of Reading in a Digital World*, 'Palabras en pantalla: el destino de la lectura en un mundo digital', de 2015

19 Robert Bringhurst escritor, lingüista, filósofo, arquitecto, diseñador editorial y uno de los más reconocidos tipógrafos a nivel internacional, ganador de innumerables reconocimientos.



esto y siguiendo el consejo de Jim Krause<sup>20</sup> sobre revisar material ya publicado, relacionado al tema en el que se está trabajando, para poder comprender mejor las expectativas del lector y las fórmulas ya probadas (Krause 231) se revisaron muchos libros de manualidades y proyectos *DIY* de editoriales independientes así como las conocidas GG y Blume.

El formato vertical, en este caso, resultó el más adecuado. Además, después de bocetar, las opciones que ofrece este formato para organizar los elementos y dar espacio a la gran cantidad de fotografías que se incluyen, es más provocador, más organizado y se maneja mejor para consulta.

En algún lugar de la programación de nuestros cerebros, percibimos las formas verticales como un cuerpo erguido, autoridad, esto le da empuje y dinamismo (Samara 35).

El acabado para este libro de pasta blanda con plastificado mate es *hot melt* con poliuretano comúnmente conocido en el ramo como PUR, debido a que con la aplicación de este adhesivo se pueden abrir más fácilmente las hojas, incluso hasta 180 grados sin temor a que se deshoje o se cierre.

## Retícula

Diseñar una retícula es el trabajo básico para poder resolver los asuntos visuales de organización de la información y las imágenes, los cuales deben estar integrados para lograr una buena comunicación. Trabajar con una retícula nos permitirá claridad, eficiencia, economía y continuidad. Debido al orden que pueda proporcionar, la retícula le permitirá al lector distinguir entre jerarquías de información y el camino a recorrer en la lectura (Samara 203).

Escogí una retícula modular por su dinamismo, ya que el libro además del texto tiene 244 fotografías, tablas y algunos dibujos. Debido a la complejidad del proyecto y después de lo aprendido en clase y las consultas a diferentes autores, la conclusión fue el uso de una retícula de este tipo.

Las proporciones de los márgenes, los medianiles y los módulos deben considerarse simultáneamente para lograr un resultado armónico. El uso de una retícula modular brinda la oportunidad para organizar la información y el material gráfico con claridad y orden (Samara 206) De esta manera es que partí de hacer un cálculo por correspondencia entre los lados horizontal y vertical. Tomando en cuenta la medida final de 19.5 x 23.5 cm, el resultado fue una retícula modular de 8 x

---

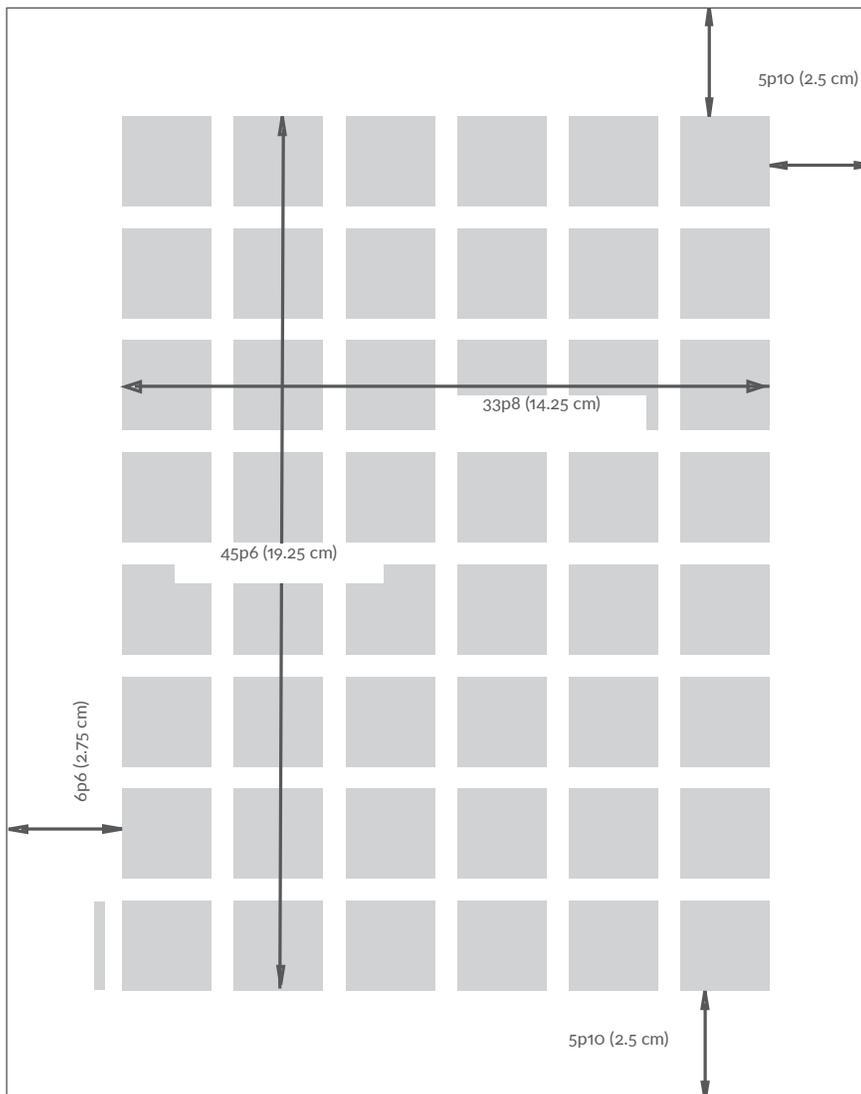
<sup>20</sup> Jim Krause es un diseñador gráfico que con su trabajo desde 1980 ha logrado reconocimientos y premios para clientes como Microsoft, Mc Donald's, Seattle Public Schools, etc.



10 módulos en hoja completa. De ahí fui calculando medidas para el medianil, de manera que cada módulo fuera cuadrado. Al final, quedaron de 4p8 (2 x 2 cm) y el medianil de 14 pts. que coincide con el interlineado que había calculado previamente en pruebas de mancha tipográfica con la tipografía Lato.

La caja de texto, entonces, se forma en el interior de la página dejando una hilera de módulos y sus medianiles a cada uno de los cuatro lados. Los márgenes superior, interior e inferior quedaron de 5p10 (2.5 cm) y solo el margen lateral quedó 5 mm mas grande. Lo dejé así para dar oportunidad de más espacio a los lados laterales y para que, al sujetar el libro, cuando se abre, los dedos tengan mas espacio y de esta manera no obstruyan las fotos.

Retícula modular con las áreas para columnas de textos y fotografías de cada sección del libro.





## Caja de texto

En pruebas de mancha tipográfica con distintas tipografías se decidió el uso de la familia Lato (de la cual se hablará mas adelante) en una medida de 10/14. Si bien no es una combinación popular como la 9/11, 10/12 u 11/13, la combinación escogida trabaja muy bien con el texto, el cual se dispone en los dos tipos de columnas y la clase de párrafos propuestos para este libro.

La mayoría de libros con textos que usan alfabeto latino, tienen entre 30 y 45 líneas por página (Bringinghurst 174). La rejilla propuesta para la caja de texto con interlínea de 14 pts. da por resultado 39 renglones que ajustan perfectamente a cada módulo y medianil.

El formato es vertical y tiene las siguientes características

Medida total de 33p8 x 45p6 (14.25 x 19.26 cm)

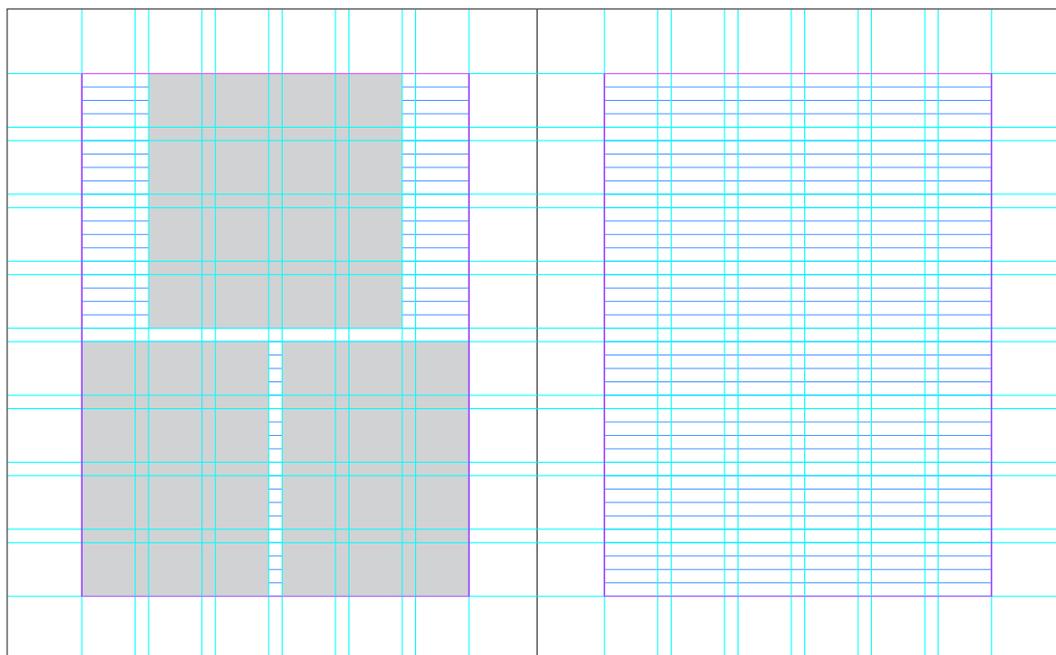
Margen superior, inferior y central de 5p10 (2.5 cm)

Margen exterior de 6p6 (2.75 cm)

El tamaño de cada uno de los módulos es de 4p8 (2 x 2 cm)

Dentro de los márgenes hay 6 x 8 módulos con medianil de 14 pts.

Base guía de 14 pts interlínea / 39 renglones





Opción para capítulo introductorio: título a 90° columna con texto y fotos

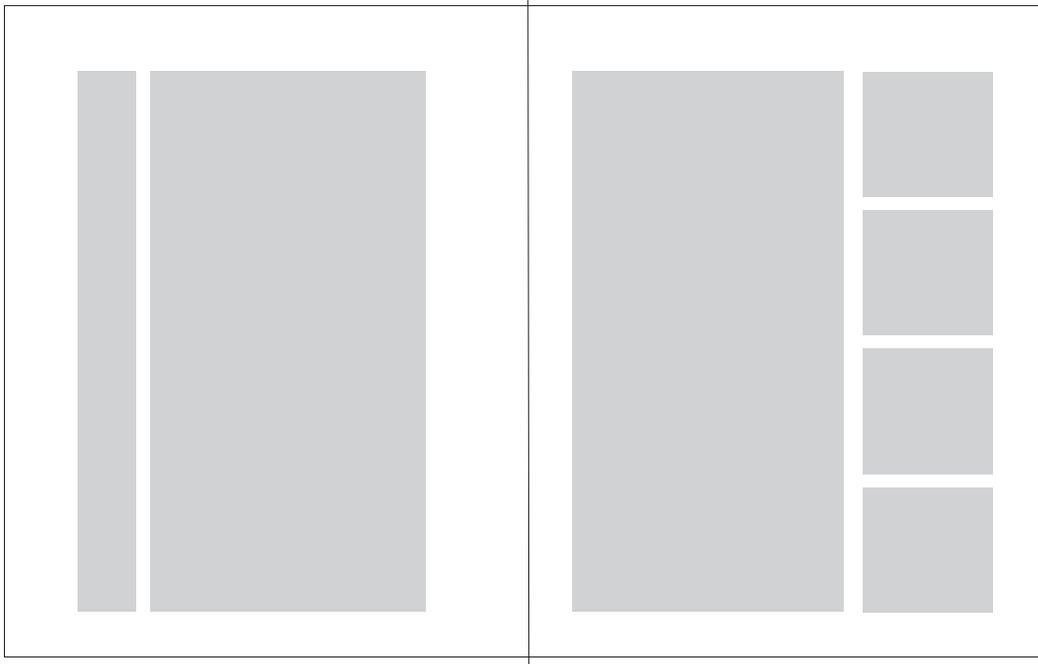
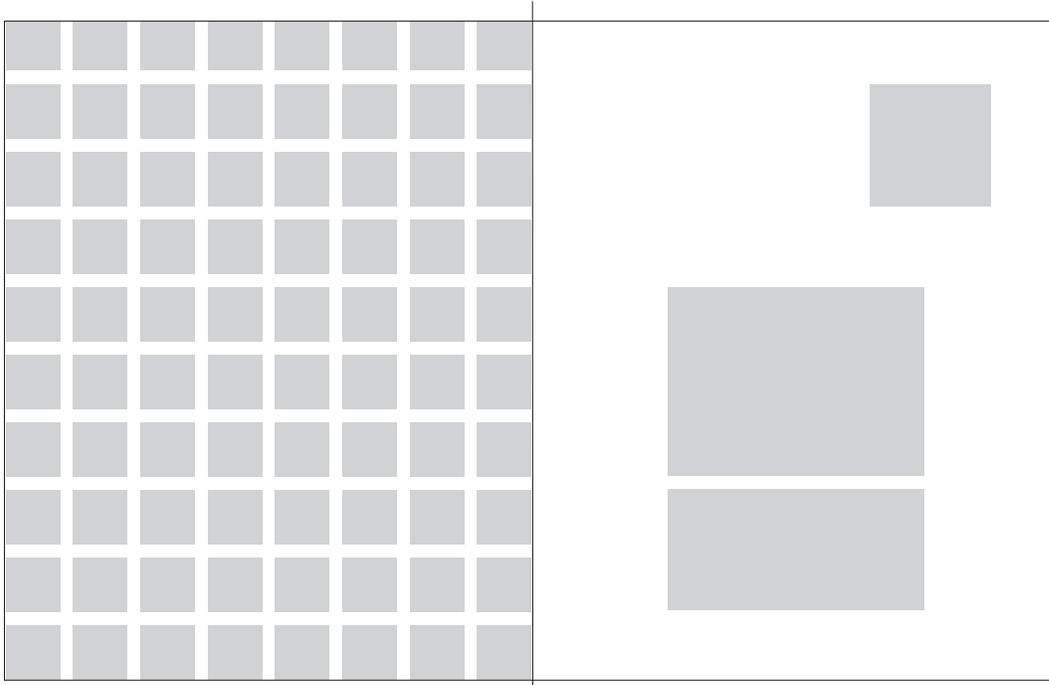
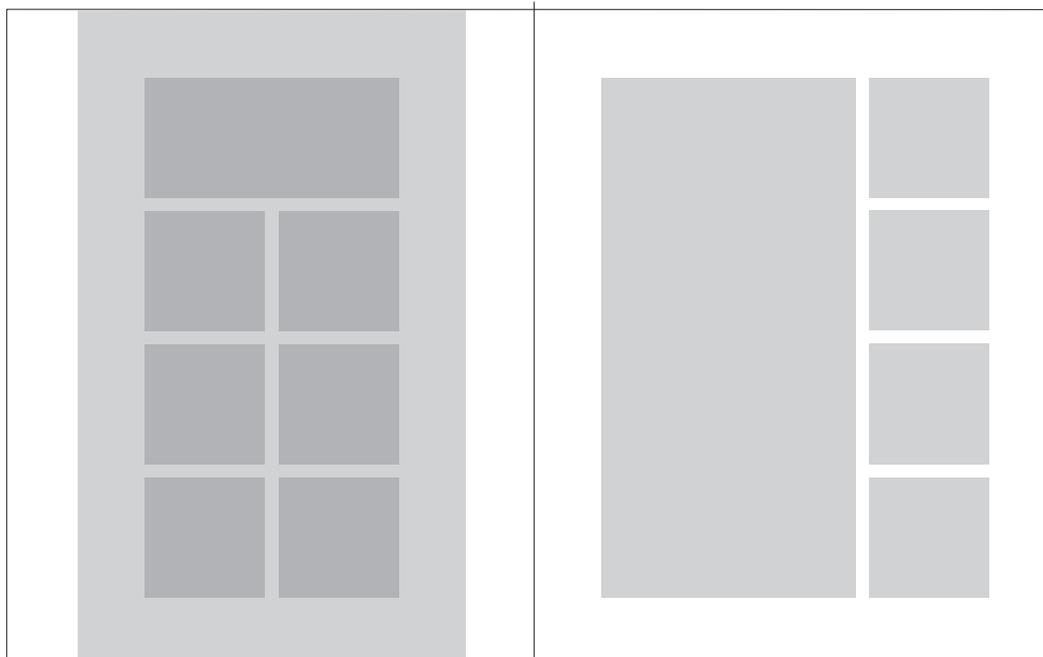


Foto en página completa y página de inicio de capítulo





## Opción de página para fotos y página para texto y fotos



### Texto

En los capítulos introductorios, el texto se dispuso en una columna de dos maneras diferentes: una columna de cuatro módulos de ancho o bien una columna de tres módulos de ancho y junto a ella una hilera de fotografías cuadradas de dos módulos. El ancho de cada columna de texto ya sea de tres o de cuatro módulos permite un promedio de 43 o 60 caracteres promedio por renglón, respectivamente, lo que se ajusta a la recomendación de Brinhurst sobre considerar satisfactoria una longitud de línea de entre 45 y 75 caracteres en una sola columna (Brinhurst 39).

Las columnas tienen texto justificado y los párrafos son de estilo moderno (espacio en blanco entre párrafos, sin sangría). Este estilo de párrafo junto con subtítulos en otro color y las fotografías, rompen con la rigidez de un párrafo justificado de 43 caracteres promedio por renglón.

Los títulos de cada capítulo son con letras caladas sobre plastas de tres diferentes colores: rojo, gris y negro.

Lo anterior sobre las variantes de ancho de columna y texto calado sobre diferentes manchas de color, le permitirá variedad al libro, para que no resultara monótono y para que se marque la diferencia entre cada capítulo.



Todos los capítulos de proyectos de confección comienzan en página par y tienen cuatro páginas, excepto uno de ellos que es de seis. La disposición de las dos primeras páginas siempre será igual en todos los proyectos. La siguiente página, donde se enlistan los materiales, las fotografías aparecen de dos maneras diferentes:

Opción 1: Cuando la extensión es de seis pasos, el contenido de la tercera página del capítulo comienza con la lista de materiales y justo debajo seis fotos de tres por dos módulos, que están sobre una plasta de color que cubre la caja y se desborda en los límites superior e inferior. Después en la página cuatro las instrucciones en dos columnas de tres por ocho módulos

Opción 2: Cuando los capítulos llevan diez pasos las fotos serán de dos por dos módulos.

Enseguida la página con las instrucciones paso a paso para confeccionar una prenda, las cuales están redactadas en no más de diez pasos y no menos de seis.

La jerarquía de la información comienza con la identificación de cada capítulo por el número de talla del que se trata, utilizando los dos módulos al extremo superior derecho un número de 130 puntos en rojo y a un lado hacia la izquierda información complementaria en puntaje menor y en color más tenue. Hay un espacio de un módulo o más, dependiendo la extensión del texto, el cual se presenta en una columna centrada con información de la prenda y datos curiosos. Al igual que en los capítulos introductorios, el ancho de la columna permite un promedio de 60 caracteres por renglón, casi el ideal de 66 que sugiere Bringhurst.

El largo de la columna varía, pero como máximo es de cuatro módulos.

La cornisa con el nombre del libro y el numeral de página se encuentra en el extremo inferior derecho de la caja, alineada a la base pero por fuera de ella a mitad del margen en las páginas impares.

El título del capítulo y el numeral de las páginas están dispuestos a manera de espejo, en el extremo inferior izquierdo justo alineados a la base de la caja y a la mitad del margen. Esta disposición facilita la búsqueda de la información, el lector puede identificar en dónde se encuentra por la referencia que le arrojan estos datos.

## Imaginería

Las imágenes son parte primordial en El Roperro, su importancia es vital para dejar en claro las instrucciones de los procesos en la confección de prendas. Son más de 240 imágenes listadas a continuación:



- 42 fotografías de modelos (14 proyectos, 2 preliminares, 1 portada, 17 créditos, 8 en presentación de proyectos)
- 125 fotografías de procesos de confección
- 52 fotografías para capítulos introductorios
- 1 dibujo de la silueta de un perro para indicar medidas
- 14 patrones a escala
- 10 dibujos y 1 abecedario para calcar

### Fotografías

Las fotografías de los modelos son a todo color. Los tamaños son de 2 x 2 módulos (4.5 x 4.5 cm) para las páginas preliminares y de página completa con rebase (20.5 x 24.5 cm total) para para cada uno de los capítulos de proyectos de confección.

Cada una de estas fotos muestra al modelo vistiendo una prenda de la colección diseñada exclusivamente para el libro.

Las fotos son en exteriores, principalmente en jardines. Después de algunas pruebas se decidió esta opción porque los modelos se mostraban mas cooperativos y lucían mejor tanto las prendas como ellos mismos. Los modelos de razas pequeñas y medianas se pudieron fotografiar solos, sin correa. En el caso de las razas grandes, fue necesario que su dueño los sujetara con su correa tratando de que el dueño quedara fuera de la foto o en segundo plano, sin hacer trucos de photoshop para eliminarlos. Se trata de que las mascotas luzcan lo más natural posible y por ello no se escogieron modelos profesionales ni razas puras o de pedigree. Fueron los ejemplares comunes y corrientes que quisieron participar en este proyecto, ya que El Roperro está dedicado, en parte, a toda la comunidad creativa amante de las mascotas, quienes en general tienen un alto grado de conciencia del rescate de mascotas en abandono, y que por lo regular estos son perros criollos o mezcla de razas.

Participaron 3 fotógrafos profesionales en el trabajo con animales considerados mascotas. Tuvieron mucha actitud e idea de cómo lograr la cooperación de cada uno y dar el click en el momento perfecto.



## Ejemplos



Las fotografías de procesos miden tres por dos módulos (6.75 x 4.5 cm) e incluyen los materiales en cada uno de los pasos que intervienen en la confección, para lo cual es necesario crear un ambiente bien iluminado, colocar las piezas, recrear el proceso y fotografiar. En ninguno de los pasos se fotografían manos, solo los materiales. Esta decisión se tomó por dos razones, las cuales no intervinieron en la calidad final obtenida, pero que era importante tomar en cuenta: el pago de un modelo y el que las sesiones de fotos se tornarían mas largas; la segunda razón es que muchos libros de manualidades en sus fotografías de procesos no intervenían las manos.

## Ejemplo





Las fotografías de los capítulos introductorios son del tamaño de dos por dos módulos (4.5 x 4.5 cm) y se tomaron para poder ilustrar cada uno de los materiales y herramientas que intervienen en los procesos de confección. Se buscó el máximo acercamiento al material para poder apreciar su textura y resaltar su color. Para este fin se utilizaron los mismos materiales con los que se confeccionaron las prendas de la colección.

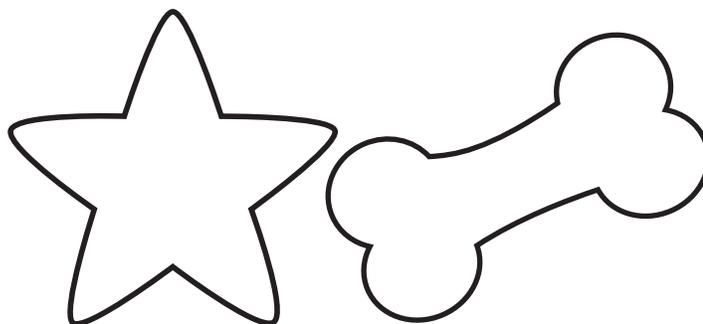
Ejemplos



### Dibujos

Los dibujos son para la sección de adornos. En su mayoría, se trata de siluetas trazadas con una línea de dos puntos en tinta negra y que sirven para ser calcados y trasladados para corte en tela. Estas siluetas servirán como adornos o apliques para las prendas y se encuentran en las últimas páginas del libro. Solo uno de los dibujos está relleno en negro y es para ilustrar la manera en cómo tomar medidas a las mascotas y se encuentra junto a la tabla de tallas.

Ejemplos





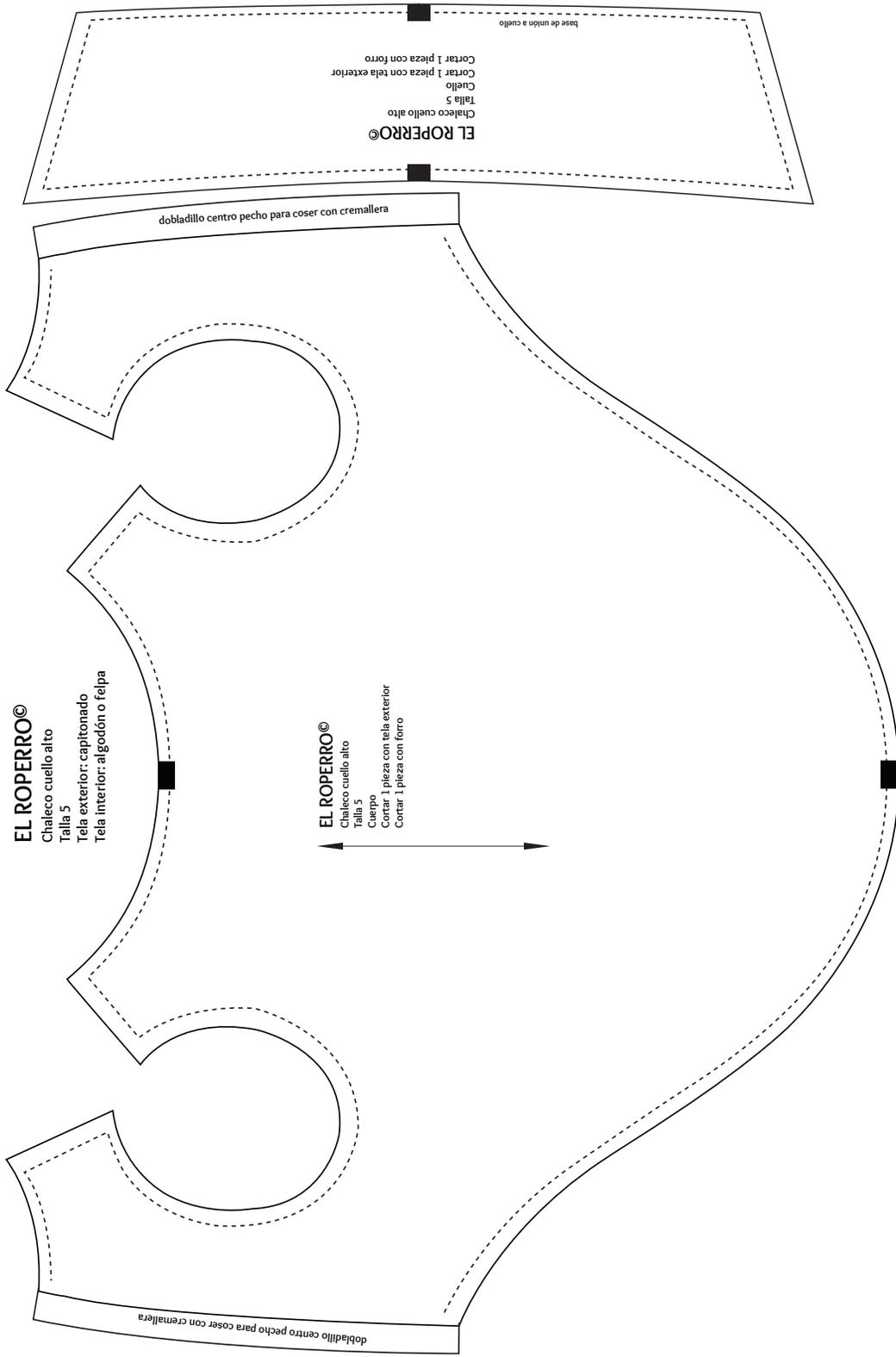
## Tablas

Las tablas son tres, localizadas a lo largo del libro, contienen datos principalmente de tallas y fueron creadas de origen en excel y trasladadas a in design, donde se les dió formato.

## Patrones

Los patrones son descargables desde el sitio de internet [www.roperrodiy.com](http://www.roperrodiy.com) y se puede acceder a ellos con la dirección URL o el código QR que se muestran al final de cada capítulo.

Ejemplo de un patrón en la siguiente página





## Tipografía

### Lato

Nombre: Lato (significa “verano” en polaco)  
 Fundidora: tyPoland  
 Diseñada por: Łukasz Dziedzic  
 Clasificación: Sans Serif  
 Año: 2010  
 Lenguaje: 100 idiomas

Glyph



Characters

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 123456789!#\$%&\*()\_+“”‘’¿?Ç

Lato Hairline	<i>Lato Hairline italic</i>
Lato Thin	<i>Lato Thin italic</i>
Lato Light	<i>Lato Light italic</i>
Lato Regular	<b><i>Lato Regular italic</i></b>
<b>Lato Medium</b>	<b><i>Lato Medium italic</i></b>
<b>Lato Semibold</b>	<b><i>Lato Semibold italic</i></b>
<b>Lato Bold</b>	<b><i>Lato Bold italic</i></b>
<b>Lato Heavy</b>	<b><i>Lato Heavy italic</i></b>
<b>Lato Black</b>	<b><i>Lato Black italic</i></b>

### Criterios de selección - Lato

### Motivos técnicos

### Contexto y forma

- **Momento histórico:** La tipografía Lato fue diseñada en 2010, año y época cuando este movimiento de humanizar a las mascotas tomó fuerza en México. Este hecho me impulsó a la tarea de desarrollar el material moti-





vo de este libro. La época de su diseño coincide con el auge de los proyectos *DIY* de confección y con la idea de creatividad de su diseñador. Ambos son temas de tendencia actual y es de lo que trata el libro.

- **Género:** El libro es un texto técnico de consulta, básicamente son instrucciones las cuales se acompañan de muchas fotografías, son párrafos cortos. La lectura no es continua, sino pausada por las acciones que se toman para ir desarrollando un proyecto para lo cual es importante la legibilidad a cierta distancia. Los usuarios son personas acostumbradas a leer en dispositivos móviles con este tipo de letras, así que les será familiar. Parte de este público lector encaja en la clasificación que Bringhurst ha llamado “altos lectores”, gente (más de 10 años y menos de 60) que pueden leer textos continuos en un ancho de una única columna de entre 45 a 70 caracteres cómodamente o en varias columnas de entre 40 a 50 caracteres por renglón. Debido a su forma sencilla, limpia y clara, Lato es la opción. Dentro del diseño de mi retícula puedo colocar un párrafo de Lato de 10/14 pts de interlínea y color C-o, M-o, Y-o, K-8o (negro al 80%) en su variante regular y este cumple bien la legibilidad de la lectura.

### Utilidad o función

- **Competencia ortotipográfica:** Lato tiene soporte en más de 100 idiomas basados en el latín, 50 idiomas basados en cirílico, así como la fonética griega. La familia Lato consta 18 variantes tipográficas de peso, ancho y postura. Se diseñó en 2010 y en 2014, la familia se amplió para cubrir más de 3000 glifos por estilo.
- **Pertinencia técnica:** Según su diseñador Łukasz Dziedzic, Lato funciona bien para materiales impresos así como aplicada a cuestiones digitales ya sea para textos de poco puntaje así como grandes letreros y marquesinas.

### Vanguardia

- Las características de la tipografía Lato que menciona su diseñador coinciden 100% con el tema de actualidad, tendencia y creatividad del que trata este libro. Algunas palabras clave a lo largo de la investigación me hicieron click inmediatamente, descubrí que cuando Łukasz trabajaba en el diseño de Lato, su principal objetivo era crear una letra Sans Serif bastante transparente con proporciones clásicas para dar a la letra armonía y elegancia, términos en los que yo me basaba cada vez que hacía la búsqueda de tipografía y colocaba un párrafo con Lato.
- Dice su autor Łukasz que: «*Los detalles semicirculares de las letras le dan a*



*Lato una sensación de calidez, mientras que la estructura fuerte proporciona estabilidad y seriedad. Masculino y femenino, serio pero amigable. Con la sensación del verano». Todos estos conceptos son justo lo que yo deseo que sea este libro.*

Finalmente, un dato curioso que se convirtió en un motivo mas para elegir a la familia Lato fueron las coincidencias personales que se encuentran cuando uno indaga más sobre su creación y su diseñador: Lukasz Dziedzic, apenas cinco años mayor que yo, Dziedzic ha tenido variados trabajos desde técnico de sonido, actor, carpintero colaborador en la reconstrucción de iglesias, cantante, bajista y desarrollador de software en la oficina de patentes de Polonia. Lukasz trabajó brevemente como vendedor de periódicos y después en el departamento de diseño de la Gazeta Wyborcza, donde pasó siete años co-creando los diseños del periódico principal y su revista semanal complementaria, para lo cual sacó su primer tipo de letra. Más tarde trabajó para otras editoriales en Varsovia, diseñando periódicos y revistas. Él ha incursionado en muchas áreas creativas al igual que yo.

### Frederika The Great

El uso de esta tipografía es unicamente para los números de talla que se usan como título al principio de cada uno de los capítulos de proyectos de confección.

Nombre: Fredericka the Great  
 Fundidora: Font Diner, Inc DBA Tart Workshop  
 Diseñador: Crystal Kluge  
 Clasificación: Sans Serif  
 Licencia: TrueType, SIL Open Font License <http://scripts.sil.org/OFL>  
 Año: 2011

Glyph



Characters

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 1234567890!#\$%&\*Q\_+o ".:?'¿Ç

### Criterios de selección - Fredericka the Great



## Motivos técnicos

### Contexto y forma

- **Momento histórico:** La tipografía Fredericka the Great fue diseñada en 2011 al igual que Lato.
- **Género:** Esta tipografía solo será usada para los números que identifican cada talla por capítulo. El puntaje es de 130 con tinta C-15, M-100, Y-100, K-0 (rojo). Escoger el color rojo le permite una jerarquización de la información de manera clara y rápida ya que el rojo se impone, se hace notar (Busti 13) pero esto se trata más adelante en la sección de color.

### Utilidad o función

- **Competencia ortotipográfica:** Esta familia la escogí por varios motivos: son números clásicos de formas anchas que parecen estar semi iluminados con rayones. Yo ya tenía la idea de hacer cada número una ilustración y colocarlos como imagen al principio de cada capítulo y cuando encontré esta tipografía me ahorró el trabajo de dibujar, es justo lo que tenía en mente.
- **Pertinencia técnica:** Su autora, Crystal Kluge, la describe como: «una familia tipográfica divertida, casual, clásica, genial» añade que «le recuerda sus días universitarios de noches dedicadas a la creación de presentaciones dibujadas a mano, bocetos arquitectónicos y carteles estudiantiles» como lo que yo buscaba para identificar cada capítulo: números.

El maridaje que ofrece una tipografía como Lato (San Serif, de palo seco, muy estructurada) junto a Frederika the Great (caligráfica de apariencia casual, como un dibujo semi iluminado hecho a mano) dan la combinación perfecta entre dos tipografías antagonistas que se complementan, dando como resultado un texto armónico, legible y con una jerarquía marcada de la información.

## Tipografía para los patrones

### Overlook

Nombre: Overlook  
Diseñador: Darío Manuel Muhafara  
Clasificación: Sans Serif



Licencia: SIL Open Font License v1.10 <http://scripts.sil.org/OFL>

Año: 2011

Glyph

O 1

Characters

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789!#\$%&\*()\_+^:”¿?Ç

Overlook regular *Overlook regular italic*

**Overlook bold** ***Overlook bold italic***

**Overlook black** ***Overlook black italic***

### Criterios de selección

### Motivos técnicos

### Contexto y forma

- **Momento histórico:** La tipografía fue diseñada en 2011, misma época que coincide cuando las otras dos tipografías, Lato y Fredericka the Great, fueron diseñadas.
- **Género:** Los patrones requieren de poco texto y según su diseñador, Overlook funciona bien para títulos y textos cortos. Cada patrón de corte tiene un título y algunos datos generales para su identificación y tanto para el texto como para la tipografía el color es C-o, M-o, Y-o, K-100 (negro al 100%).

### Utilidad o función

- **Competencia ortotipográfica:** Overlook tiene soporte en más de 85 idiomas. La familia se presenta en 6 variantes tipográficas de peso y postura. Tiene dos juegos de números y tapas pequeñas que están disponibles como una familia hermana.
- **Pertinencia técnica:** Según su diseñador funciona bien tanto para materiales impresos como digitales.

Personalmente quería un detalle en la tipografía que tuviera que ver con el mundo de la confección. La tipografía Overlook cumple con la unidad de sentido res-



pecto al material del libro, ya que su diseñador, Darío Muhafara, al momento de dibujarla tenía la idea de que la tipografía simulara el tipo de costura *overlock* (costura de remate sobre el borde de la tela para evitar deshilacharse) y así es como creó una tipografía humanista con curvas cómodas y delgadas, dando una cálida sensación al texto.

### Paleta de colores

Escoger una paleta de colores es, junto con la tipografía, parte fundamental en el diseño gráfico y editorial. El color es un estímulo visual muy poderoso, una herramienta de comunicación básica. Los colores tienen propiedades y significado psicológico, respuestas emocionales y de ciertos efectos en nuestro cerebro, aunque, lo que provocan en cada persona, también tiene que ver con la propia experiencia y las cuestiones culturales específicas de cada región (Samara 110). Por ejemplo, en occidente las novias se visten de blanco, mientras que en oriente se visten de rojo; en occidente acudimos a una cita de negocios vestidos formalmente en color negro, mientras que en occidente eso es mal visto.

"Aplicar color a una composición tendrá un efecto inmediato sobre la jerarquía de las formas en el espacio, es decir, sobre el orden de su importancia relativa" (Samara 102).

Ya que los colores ayudan a diferenciar los tipos de información y la relación entre los elementos que componen el libro tales como las fotografías, los títulos de secciones, el cuerpo de texto, los dibujos, así como las secciones en que se divide el libro, para El Roperro, fue necesario crear una paleta de color compuesta por rojo, negro, gris y blanco.

Su elección se debió básicamente al contenido de las fotografías. Las prendas fotografiadas fueron confeccionadas para la colección de ropa de la cual trata el libro, las telas usadas son de colores y estampados de estos colores. Para lograr una combinación armoniosa en el libro, esta gama traspasó hacia los elementos del diseño gráfico

La asociación de estos colores es muy poderosa debido al contraste del blanco y el negro, la energía del rojo y la sobriedad del gris. Además, el rojo, el negro y el blanco son tres colores considerados entre los más apreciados por las personas. (Heller 5)

### Rojo

Es el primer color al que el hombre puso un nombre, El rojo agrada a hombres y



mujeres en la misma proporción (Heller 53). El rojo es quizá el color más llamativo, estimula el sistema nervioso autónomo, la adrenalina, la impulsividad y la excitación (Samara 110). Es un color que se impone y no pasa de moda, siempre esta vigente en el gusto de la gente y el impacto que provoca. Tiene una connotación considerablemente positiva, asociada con la lealtad, el honor, el éxito, la fortuna, la felicidad, la pasión y el verano. (Busti 13)

El rojo se usó en todas las prendas, en los títulos y subtítulos del libro, las guardas, así como en plasta de color de fondo de las fotografías en algunos capítulos. Al combinarse con los otros colores, le dieron al libro, variedad, vitalidad, jerarquía orden e impacto.

### **Negro**

El negro ha sido considerado como la ausencia de color en un espectro de luz o bien como el resultado de la mezcla de todos los colores en un espectro visible. Es el color considerado como más poderoso que denota formalidad, superioridad, exclusividad y que sugiere autoridad. El negro es el color favorito de la juventud y los diseñadores (Heller 128). El negro es un color básico que combina con casi todos los colores. Ya sea que lo usemos al 100% o en alguna de sus variantes, el negro, usado en la tipografía es un color fácil de leer, aporta seriedad y elegancia (Samara 110).

En el libro se usó en plasta de color de las fotografías en algunos capítulos, así como elementos de algunas prendas o prendas completas.

### **Gris**

Es un color neutro que establece el equilibrio entre el blanco y el negro. Algunos piensan que es aburrido y sin fuerza; un blanco sucio o un negro débil, (Heller 269). Sin embargo basta con observar a nuestro alrededor cuántos diseñadores lo han usado en sus productos materiales gráficos con grandes resultados. El gris puede ser formal y solemne, sugiere precisión, competencia, control, sofisticación y esta asociado a la tecnología (Samara 110).

En el libro se usó en la tipografía (negro al 80%), algunos subtítulos, en plasta de color de las fotografías en algunos capítulos y piezas y adornos de las prendas.

### **Blanco**

El color del bien y de la perfección. Según el simbolismo, el blanco es el color más perfecto, puro, limpio, no hay ningún concepto blanco de significado negati-



vo. Es la base para muchas combinaciones, los pintores y artistas lo consumen en mayor medida que otros colores. Es considerado el cuarto color primario, ya que no es el resultado de la combinación de otros colores (Heller 155).

El blanco junto al negro, forman el contraste máximo de los colores. Juntos representan majestuosidad, pureza, seguridad y tranquilidad.

En el libro, el blanco es el color del lienzo, la base sobre la que descansan y nacen todos los elementos gráficos, es el color del papel, juntos todos los elementos logran armonizar la fuerza, el orden, y lo contemporáneo.

## ESTRATEGIA ADMINISTRATIVA

Parte de las acciones que debemos tomar en cuenta para elaborar una estrategia económica son las siguientes:

- Análisis del mercado editorial
- Plan de ventas y distribución
- Estrategia de difusión y distribución

### Análisis del mercado editorial

El mundo ha cambiado y debido a la globalización no es difícil entender que las grandes casas editoras son consorcios empresariales donde lo que rige es la rentabilidad y las ganancias que les reportan a accionistas y dueños.

Toda esta actividad económica en la que estamos sumergidos como sociedad nos obliga a revisar las tendencias del mercado: ¿de qué se habla en las redes sociales?, ¿cuáles son nuestros hábitos de compra?, ¿qué prefiere la gente y cómo se clasifican los gustos de cada grupo social?, ¿qué es lo que la gente busca y consume?, ¿qué material se presenta en las ferias? ¿qué se anuncia en las revistas de moda?. Es así que publicar sea tal como lo menciona Guillermo Schavelzon: “la capacidad de decisión de que publicar esta cada vez más determinada por el área comercial o de marketing” (De Sagastizabal 82).

En las grandes editoriales, este departamento editorial revisa todo lo anterior además de un sinnúmero de actividades y es por ello que para un escritor “de a pie” es muy difícil ser considerado para ser publicado. Algunas casas no atienden a estos escritores más que por medio de una persona con carácter de “agente literario”, ya que para la editorial es mucho más fácil trabajar con ellos para evitar todo lo que involucra la relación editor-escritor de los viejos tiempos. A un agente litera-



rio lo respalda su agencia; tiene en cuenta el catálogo de la editorial y de ese modo canaliza la obra de algún escritor; tiene conocimientos claros sobre el negocio editorial; sabe negociar un contrato, sabe usar el lenguaje del editor, el del gerente de finanzas, el de la administración; no involucra emociones como lo haría un escritor al defender su obra y finalmente conoce de leyes, impuestos, cobranza, etc.

La economía y finanzas de un mercado se mueven en gran parte por las tendencias de gustos y consumo de una sociedad. El tema de las mascotas y los proyectos DIY han cobrado relevancia en la sociedad de hoy, así lo demuestran estadísticas realizadas por Euromonitor y algunas otras consultoras, sin ir muy lejos, podemos comprobarlo al salir a la calle, observar a la gente, preguntar en las tiendas especializadas, etc. Es por esto que pienso que El Roperro podría ser considerado para formar parte del catálogo de alguna editorial grande como Blume o Gustavo Gili, la cual en los últimos años ha dado prioridad a su catálogo de la serie *DIY* con temas como crochet, acuarela, papel, fieltro, tejido, etc. mostrando de esta manera su interés en publicar libros técnicos de moda y tendencias. Sin embargo, si eso no sucediera, hay muchos otros caminos que se pueden tomar para lograr una estrategia de ventas que acorte la brecha entre el consumidor y el autor, sin necesidad de un intermediario.

En los últimos meses he estado realizando visitas a diferentes librerías y ferias de libros en la CDMX y en Cuernavaca para poder hacer un estudio de mercado que me permita conocer las empresas que siguen o consideran la línea editorial que sigue El Roperro. Y no descarto la idea de que el libro pudiera ser traducido al idioma inglés para poder aspirar a una venta internacional, ya que en el extranjero esta clase de libros son populares. Esto lo he podido observar en visitas desde 2017 a librería Barnes & Noble, en Los Ángeles California y en Portland, Oregon en Estados Unidos, dicha cadena cuenta con varios librereros con títulos de editoriales de creativos independientes como *Lark crafts*, *Fun Stich Studio*, *St. Martin's Griffin* y *Cico books* relacionados al tema. En Portland, Oregon visité *Powell's city of books*, la librería independiente más grande del mundo, en donde un piso entero está dedicado a publicaciones de manualidades de técnicas tan variadas como bordado, fieltro, quilting<sup>21</sup>, tejido, amigurumi<sup>22</sup>, patronaje, alta costura, confección, joyería, repujado, scrapbook, colage, caligrafía, etc. Ahí encontré títulos sobre el tema de confección de prendas para mascotas y proyectos *DIY*. En 2019, regresé a esta librería y la sección de mascotas ya ocupaba el

21 Quilting es la técnica de confección de edredones y colchas.

22 Amigurumi es el arte japonés de tejer o hacer crochet pequeñas criaturas rellenas de hilo o guata.



doble de espacio con respecto al año anterior.

Si comparo la oferta de estas librerías con las de México la oferta es casi nula. Aunque exista la venta de esta clase de libros en inglés en el sitio de Amazon y esto podría ser mi competencia, creo que hay un público lector en México que prefiere ir a una librería, buscar, tocar, hojear un libro y comprarlo. A este público podríamos ofrecerle una mayor variedad de títulos.

### Comercialización

- Venta al público
- Alianzas estratégicas con marcas
- Alianzas con los hoy llamados “influencers”<sup>23</sup> en el mundo *DIY*

### Distribución

- Librerías comerciales
- Academia Sistema CyC
- Tiendas especializadas
- Expo manualidades
- Escuelas de diseño de modas
- Tiendas especializadas de mascotas
- Grupos de venta por internet

### Opciones de recursos monetarios para imprimir el libro

- Fondos personales
- Subir el proyecto a la plataforma de *Kikstarter* para recaudar fondos
- Vender el proyecto completo a una editorial

---

<sup>23</sup> Influencers son aquellas personas quienes se han convertido en autoridades de algún tema en particular, en este caso en proyectos *DIY*. Por su presencia en redes sociales y su gran número de seguidores, tienen en sus manos un potencial de mercadotecnia para influir en el público sobre el consumo de marcas, obras, objetos, etc.



## Costos y construcción del precio de venta al público (PVP)

- Ficha Técnica

Título del libro	El Roperro
Autor	Ma.Luisa Guerrero
Tamaño final	19.5 x 23.5 cm
Papel para interiores	couché mate de 135 g
Papel para forros	sulfatada de 14 pts. (270 g)
Descripción cromática	4 x 4 tintas
Acabados	Pasta blanda, laminado mate
Encuadernación	hot melt con PUR
Número de páginas	96

- Cálculo de costos

Costos fijos	Concepto	Costo
	Trámite de ISBN (978-607-____-____-____)	\$ 216
	Registro de contrato ante el INDAUTOR	\$ 562
	Captura de textos \$15 (cuartilla: 1800 caracteres) x 27 cuartillas	\$ 405
	Corrección de estilo y ortotipográfica \$30 por cuartilla x 27 cuartillas	\$ 810
	Diseño interiores \$2 500 forros \$3 000 retoque de fotos *incluida en el paquete	\$ 5 500
	Diagramación \$45 x 96 páginas (ya formado)	\$ 4 320
	Fotografías Paquete 1: 18 fotografías de modelos \$ 2 250 Paquete 2 120 fotografías de procesos \$ 2 700	\$ 4 950

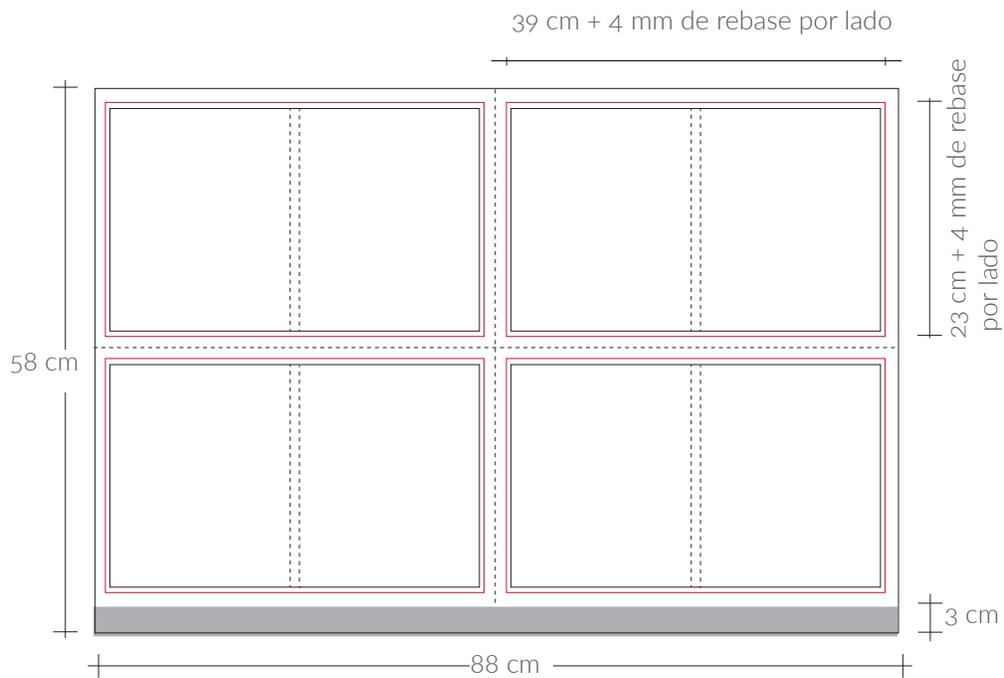


Costos variables	Papel para forros <ul style="list-style-type: none"> <li>• cartulina sulfatada de 14 pts. (270 gr)</li> <li>• pliego 58 x 88 cm</li> <li>• 4 portadas x pliego (un millar de ejemplares) + merma 10% = 275 hojas</li> </ul> $.27 \times \$ 3\,902 = \$ 1\,073.05$	\$ 1 073
	Papel para interiores <ul style="list-style-type: none"> <li>• bond eucalipto 90 g</li> <li>• pliego 57 x 87 cm (8 cartas) = 6 pliegos + merma 10% = 6600 hojas</li> <li>6 x 1millar = 6000 + 600 merma =</li> </ul> $6.6 \times \$ 1\,276 = \$ 8\,421.60$	\$ 8 422
	Impresión de forros <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 tintas</li> <li>• 275 hojas</li> <li>• 4 placas</li> <li>• \$ 420 cada placa</li> <li>• \$ 400 cada tinta por millar</li> </ul> $4 \times 1 = 4 \text{ tintas} \times 1 \text{ millar (aunque sea menos se cobra por millar)} + (4 \text{ tintas} \times \$ 420 \text{ c/placa} = \$ 1\,680) + (\$ 400 \text{ c/tinta} \times \text{millar} = \$ 1\,600) = \$ 1\,680 + \$ 1\,600 = \$ 3\,280$	\$ 3 280
	Impresión de interiores o "tripa" <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 x 4 tintas</li> <li>• 6 pliegos por ejemplar</li> <li>• un millar de ejemplares</li> <li>• 6 600 hojas</li> <li>• 48 placas (8 placas por cada pliego)</li> <li>• \$ 420 cada placa</li> <li>• \$ 400 cada tinta por millar</li> </ul> $4 \times 4 \text{ tintas} = 8 \times 6 \text{ pliegos} \times 1 \text{ millar} = 48 \text{ entradas} \times \$ 400 \text{ impresion} = \$ 19\,200 + (8 \text{ placas} \times \text{pliego} \times 6 \text{ pliegos} = 48 \text{ placas} \times \$ 420 \text{ c placa}) = \$ 20\,160$ $\$ 19\,200 + \$ 20\,160 = \$ 39\,360$	\$ 39 360
	Encuadernación <ul style="list-style-type: none"> <li>• hotmelt con PUR por millar</li> </ul>	\$ 2 800
	Acabado <ul style="list-style-type: none"> <li>• plastificado mate \$1400</li> </ul>	\$ 1 400
Suma de costos	Costos fijos	\$ 16 763
	Costos variables	\$ 56 335
	Total	\$ 73 098
	<b>Costo unitario</b>	<b>\$73.09</b>
	<b>PVP factor 5</b>	<b>\$365.50</b>

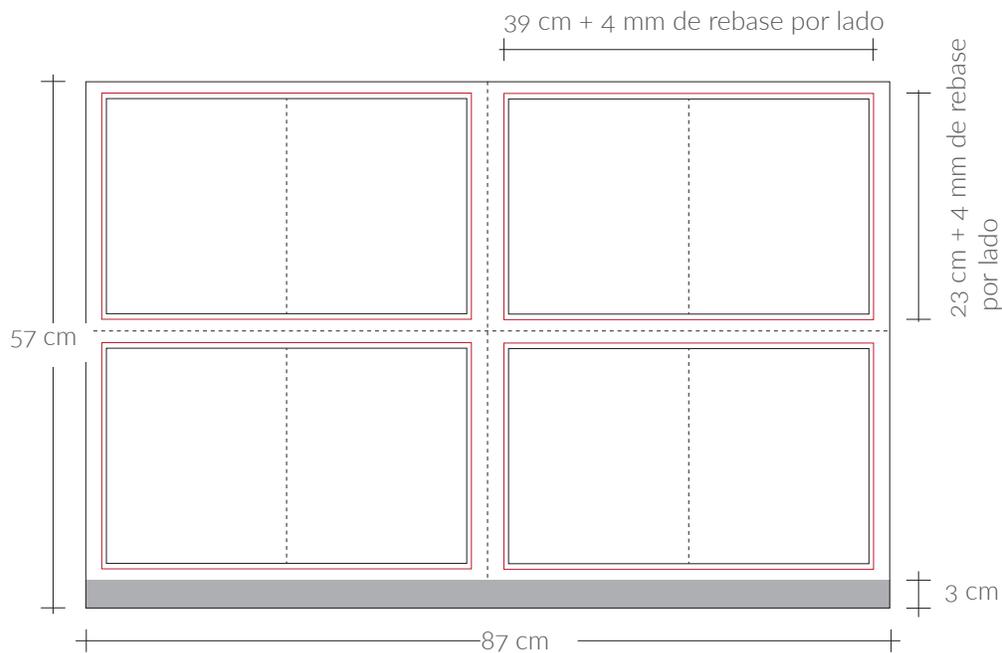


## Cierre a pliego

Pliego de cartulina 58 x 88 cm = 4 forros



Pliego de papel 57 x 87 cm = 6 pliegos (96 páginas)



**EL ROPERRO**

**CÓMO USAR ESTE LIBRO**

**CÓMO SE COSE**

**CONCEPTOS BÁSICOS**

**MATERIAL**

**INTRUCCIONES**

**1**

**2**

**3**

**4**

**5**

**6**

**7**

**8**

**9**

**10**

**11**

**PARA TODOS**

**GLOSARIO**

**AB C D E F G**  
**H I J K L M N O**  
**P Q R S T U V**  
**W X Y Z**

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

**ELLOS SON**

**EL ROPERRO**

**CÓMO SE IMPRIME**

**HERRAMIENTAS**

**PROYECTOS**

**MATERIAL**

**INTRUCCIONES**

**1**

**2**

**3**

**4**

**5**

**6**

**7**

**8**

**9**

**10**

**11**

**ELLOS SON**

**CONTENIDO**

**MATERIALES**

**PROYECTOS**

**MATERIAL**

**INTRUCCIONES**

**1**

**2**

**3**

**4**

**5**

**6**

**7**

**8**

**9**

**10**

**11**

**ELLOS SON**

**INTRODUCCIÓN**

**FLUYERA BANGLAN**

**MOHO COMBA**

**GAUSELA TIPO POLD**

**SUETER**

**IMPERMEABLE TRANSPARENTE**

**CHALECO VIENTO AUTO**

**CHALECO ROCKER**

**SUETER CON BOLSA**

**DIBUJOS PARA CALCAR**



## DERECHO DE AUTOR

En el proceso editorial una parte muy importante es la legal, que consiste en todas aquellas leyes, trámites y gestiones que debemos tomar en cuenta y que debemos cumplir para el reconocimiento de la propiedad intelectual y los derechos de autor de una obra.

Para el registro de *El Roperro*, es necesario adentrarnos en materia de Derechos de Autor, en cuestiones que van de lo general a lo particular, para conocer algunos términos legales, conceptos, leyes y declaraciones en esta materia.

### Propiedad Intelectual

Es una rama del derecho que contempla el goce de beneficios y la protección jurídica de los bienes intangibles del intelecto humano.

Se ha considerado al derecho intelectual como un derecho humano. Así lo señala el Artículo 27 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, que dice: “ Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora ” (Parra, Autores 5).

Según lo indica la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) todo aquello que tiene que ver con las creaciones de la mente, se relaciona con la propiedad intelectual («propiedad»), la cual se divide en dos:

1. Propiedad industrial, que son las invenciones, marcas (signos distintivos, slogans), patentes, modelos industriales e indicaciones geográficas (denominación de origen).
2. Derechos de autor, que son las obras literarias (libros, poesía, obras teatrales), películas, música, obras artísticas, (dibujo, fotografía, escultura, pintura) y diseños arquitectónicos.

### Derecho de Autor

El derecho de autor protege las manifestaciones externas de las ideas humanas.

Los derechos de autor conceden, a los creadores de obras, el derecho de publicar, transmitir, comunicar, reproducir y explotar su obra con fines comerciales, total o parcialmente. Le da la facultad al titular de la obra de poder autorizar o prohibir a un tercero la reproducción por cualquier medio impreso, sonoro o de



difusión masiva, llámese interpretación, adaptación, grabación, radiodifusión y traducción a otros idiomas.

Según David Rangel Medina, derecho de autor es el conjunto de prerrogativas que se les reconocen y confieren a creadores de obras intelectuales y a sus causahabientes por la creación de obras artísticas, científicas, industriales y comerciales (Rangel 8).

En México, la protección de los derechos de autor está garantizada en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Nuestra Carta Magna, en el Artículo 28, menciona que “los privilegios que se concedan a autores, artistas e inventores, no serán considerados monopolios”.

La Ley Federal de Derechos de Autor (LFDA) fue publicada en México en el Diario Oficial de la Federación el 26 de diciembre de 1996. Esta ley, que reglamenta al Artículo 28 constitucional, menciona que es su objeto salvaguardar y promover el acervo cultural de la nación, proteger a los autores, intérpretes y ejecutantes, así como a los editores, productores y organismos de radiodifusión en todo lo relacionado con sus obras, interpretaciones, ejecuciones, ediciones, emisiones y lo referente a la propiedad intelectual (LFDA Art. 1).

En el Artículo 11, define el derecho de autor como el reconocimiento que hace el Estado en favor de todo creador de obras literarias y artísticas previstas en el artículo 13 de esta Ley, en virtud del cual otorga su protección para que el autor goce de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal (derecho moral) y patrimonial (derecho patrimonial).

## **Autor**

Autor es toda aquella persona o individuo que inventa o crea una obra literaria, científica o artística y a quien la ley protege para incentivar su creatividad y fomentar la de otros. La LFDA nombra a un autor como: “la persona física que ha creado una obra literaria y artística” (LFDA Art. 12).

Parra considera al autor como una persona física, de carne y hueso, que ha creado una obra. Los principales tipos de autores son: escritores, pintores, compositores, escultores, directores de cine, arquitectos, compiladores, programadores de cómputo, coreógrafos, fotógrafos, diseñadores, escenógrafos, entre otros (Parra, Autores 6-7). Un autor puede ser:

- Anónimo
- Seudónimo
- Conocido



## Obra

Se considera obra a toda creación original susceptible de ser reproducida por cualquier medio. Según la OMPI:

la palabra “obra” se emplea para referirse a una amplia gama de creaciones intelectuales, desde las novelas hasta las obras arquitectónicas, pasando por los programas informáticos [...] Se protege la obra prescindiendo de la calidad de la misma y aunque tenga muy poco que ver con la literatura, el arte o la ciencia, como sucede en el caso de las guías puramente técnicas, los dibujos de ingeniería o los programas de ordenador para fines de contabilidad («Preguntas»).

Delia Lipszyc define obra como “la expresión personal de la inteligencia que desarrolla un pensamiento que se manifiesta bajo una forma perceptible, tiene originalidad o individualidad suficiente, y es apta para ser difundida y reproducida” (cit. en Parra, Autores 9).

La LFDA, en una lista enumerativa y abierta (no limitativa), reconoce derechos a las obras de las siguientes ramas: literaria, musical con o sin letra, dramática; danza; pictórica o dibujo; escultórica y de carácter plástico; caricatura e historieta; arquitectónica; cinematográfica, audiovisual y fotográfica; programas de radio y tv; programas de cómputo; diseño gráfico o textil; compilación integrada por colecciones de obras como enciclopedias, antologías, bases de datos o cualquiera que por su contenido constituyan una creación intelectual; las que puedan considerarse obras literarias o artísticas y que se puedan incluir en la rama que más sea afín a su naturaleza (LFDA Art. 13).

Una obra puede ser, por su comunicación:

- Divulgada: si solo se da a conocer una vez en el tiempo.
- Publicada: la que se ha puesto a disposición de las personas.
- Inédita: aquella que nunca se ha publicado.
- Una obra puede ser por su origen:
  - Primigenia: la que firma el titular y es una obra original sin basarse en una preexistente
  - Derivada: la que posee el titular, pero es derivada de una primigenia, por ejemplo: Las traducciones, adaptaciones o transformaciones.

Una obra puede ser, por su creador o creadores, según el Artículo 4 de la LFDA:

- Individual: cuando la obra fue creada solo por una persona.
- De colaboración: cuando en una obra todos los colaboradores que han participado son coautores de la misma. Los derechos son en partes iguales.
- Colectiva: cuando la obra fue creada a partir de la iniciativa de alguna perso-



na y publicada bajo su nombre y en la cual se juntan los trabajos de varios autores más.

A partir de que una obra original sea fijada en un soporte material es que nacerán los derechos de autor, y no se necesita de ningún otro requisito para ser registrada y para que se les concedan derechos de autor a las obras. El registro es optativo y declarativo para acreditar la autoría de una obra (Parra, Autores 10). La LFDA dice que se protege a las obras de creación original desde el momento en que se fijan en un soporte material para ser reproducidas y no requieren registro ni formalidad para ser reconocidas (LFDA Arts. 3 y 5).

Sin embargo, se recomienda a los autores registrar sus obras, para lo cual se debe acudir a la autoridad correspondiente, en este caso, el Instituto Nacional de Derechos de Autor INDAUTOR y los únicos requisitos son que la obra sea original, que quien la cree sea un ser humano, que tenga un soporte material y que la obra tenga la intención de crear, de hacer nacer algo. El acto es una obra de buena fe. El personal no revisará como tal el documento entregado sino hasta el caso donde hubiese una controversia.

Es de suma importancia tener claro que los derechos de autor protegen la obra en cuanto que en una forma personal del autor de expresar sus ideas y no las ideas en si pues en el pasado alguien más pudo haber tenido las mismas ideas sobre un tema, pero la manera de abordarlo es lo que distingue a un autor de otro al plasmar su sello personal y evidenciar así su individualismo. Por otra parte, la novedad es considerada una creación de inventores.

El jurista francés Claudé Colombert concluye que “la originalidad se aprecia subjetivamente: es la marca de la personalidad que resulta del esfuerzo creador, mientras que la novedad se mide objetivamente, puesto que se define como la ausencia de homólogo en el pasado...” (cit. en Parra, Humanos 175).

### Derecho Moral

Está relacionado con el *corpus mysticum* inherente al autor, y es el vínculo o valor entre el creador y su obra. Se refiere a la protección de la dignidad intelectual de los autores, y son los intereses de índole no pecuniaria tales como el que el autor decida sobre la integridad de la obra, si esta se divulga o no, etc.

La LFDA identifica al autor como: “el único, primigenio y perpetuo titular de los derechos morales sobre las obras de su creación” (LFDA Art. 18) y que “corresponde el ejercicio del derecho moral, al propio creador de la obra y a sus herederos. En ausencia de éstos, o bien en caso de obras del dominio público, anónimas o de las protegidas por el Título VII de la presente Ley, el Estado los ejercerá



conforme al artículo siguiente, siempre y cuando se trate de obras de interés para el patrimonio cultural nacional” (LFDA Art. 20).

El derecho moral es:

- Inalienable: está sujeto al autor. Sus derechos morales no se pueden alienar independientemente de los contratos o cesiones de derechos patrimoniales que se hayan celebrado.
- Imprescriptible: siempre hay un titular y puede haber un heredero, pero no se adquieren por compra.
- Perpetuo: que no caduca.
- Irrenunciable: no se puede renunciar a él.
- Pecuniario: relativo al dinero que se obtenga.

### Derecho Patrimonial

Se refiere al derecho que todo autor tiene su obra para poder explotarla y obtener una remuneración a cambio, gozar de los fines de lucro que podrían en principio cumplir con la frase "el autor vive de su obra".

Al respecto, la LFDA contempla lo siguiente: “corresponde al autor el derecho de explotar de manera exclusiva sus obras, o de autorizar a otros su explotación, en cualquier forma, dentro de los límites que establece la presente Ley y sin menoscabo de la titularidad de los derechos morales a que se refiere el Artículo 21 de la misma” La ley se complementa con otros conceptos: Son titulares del derecho patrimonial el autor originario y los herederos o causahabientes (titulares derivados) (LFDA Arts. 25 y 26). Gozarán del derecho a recibir regalías por la transmisión pública de la obra por cualquier medio de comunicación. Quien realice la comunicación será quien pague la regalía, ya sea directamente al autor o a la sociedad de gestión colectiva que los represente (LFDA Art. 26 bis).

Los derechos patrimoniales consideran lo siguiente:

- Paternidad de la obra: el derecho que el autor tiene de ser reconocido como autor.
- Divulgación: el autor decide si su nombre se da a conocer.
- Integridad: que la obra no sea mutilada o destruida.
- Modificación o alteración: que la obra no sufra de estas acciones.
- Retiro: si el autor decide retirar su obra de circulación, en su caso, con todas las consecuencias legales que esto pudiera ocurrir.
- Repudio: rechazar o no aceptar explotar la obra.

Los derechos patrimoniales estarán vigentes durante la vida del autor y cien años después de su muerte. Si en la obra participaron varios autores, los cien años se



contarán a partir de la muerte del último y cien años después de divulgada. Si el titular de los derechos muere sin herederos, el Estado, por medio del Instituto, podrá explotar los derechos. Pasados los términos previstos, la obra pasará al dominio público (LFDA Art. 29).

### Transmisión de derechos

La ley contempla que los titulares de derechos (autores, herederos, derechohabientes) puedan transferir sus derechos u otorgar licencias a terceros, mediante la firma de algún contrato oneroso y temporal, para uso y explotación de la obra: llámese licencia, autorización, concesión, cesión, etc.

### Contrato de obra por encargo

Es el documento en donde se asienta el acuerdo de voluntades entre una o más personas que pactan algo, como la prestación de un servicio personal o subordinado mediante el pago del mismo. Hay una persona que participa con su trabajo en alguna parte durante la realización de una obra y por la cual recibe una remuneración. Esta tendrá el derecho a que se le mencione como autor (o el carácter con el que haya participado) en la parte donde haya aportado con su creación (LFDA Art. 83). De otra manera, cuando la obra sea resultado de un trabajo por encargo, mediante la firma de un contrato, los derechos patrimoniales se dividen en partes iguales entre las dos partes; sin embargo, el empleador podrá difundir la obra sin autorización del empleado, no así al contrario. A falta de contrato de trabajo por escrito, los derechos patrimoniales corresponderán al empleado (LFDA Art. 84).

En el caso de *El Roperro*, se contrataron los servicios de tres fotógrafos y la LFDA menciona al respecto lo siguiente: “sólo pueden exhibir las fotografías realizadas bajo encargo como muestra de su trabajo, previa autorización. Lo anterior no será necesario cuando los fines sean culturales, educativos, o de publicaciones sin fines de lucro” (LFDA Art. 86).

### Derechos Conexos

Los derechos conexos están vinculados a la explotación de la obra y son concedidos para proteger a las personas responsables de difundirlas para que estas lleguen al público.

Son titulares de derechos conexos: artistas e intérpretes; productores de cine, fo-



nogramas y videogramas; organismos de radiodifusión (radio y tv) y editores.

Los objetos de protección son las interpretaciones y ejecuciones de las obras que ellos llevan a cabo. Los derechos conexos viven de y alrededor de los derechos de autor.

### Registro de obra en INDAUTOR

Es la máxima institución encargada de proteger y fomentar los derechos de autor en México, ya que está al servicio de la comunidad de autores y artistas nacionales y extranjeros, así como de los titulares de derechos. Controla y administra el registro público del derecho de autor; mantiene actualizado el acervo cultural de la nación; promueve la cooperación internacional en lo que a la materia se refiere; revisa y atiende todos los trámites que tienen que ver con el registro de obras, cesión de derechos, licencias de uso, sociedades de gestión colectiva; reservas de derechos para publicaciones periódicas, nombres artísticos, personajes y caracterizaciones; ISBN e ISSN, entre otros.

Da consulta y asesoría legal; revisa procedimientos de arbitraje y juntas de avenencia; promueve la cultura de legalidad y respeto a los derechos de autor (LFDA Arts. 162 y 163).

### ISBN

ISBN: Número Internacional Normalizado del Libro (ISBN por sus siglas en inglés, *International Standard Book Number*).

Es un sistema internacional que identifica la producción de obras de un país. Con sus números podemos identificar el país de origen, el autor, el editor. Es un sistema básico auxiliar de administración dentro de las editoriales y las librerías, que permite conocer la existencia de libros, tanto en las bibliotecas como en general en cualquier acervo (Rangel, Autores 170).

El ISBN está designado para los libros, así como el *International Standard Serial Number* ISSN (por sus siglas en inglés) para las publicaciones periódicas.

El ISBN se compone de trece dígitos agrupados en cinco elementos que provienen de diferentes datos y los cuales se separan por guiones.

Ejemplo: ISBN: 978 - 607 - 0000 - 00 - 0

Prefijo internacional 978 . Grupo de registro 607 . Editor 0000 . Identificación de título o publicación 00 . Dígito de comprobación 0 («asignación»)



## Propiedad Industrial

Protege las creaciones de la mente relativas a las invenciones, marcas, (signos distintivos, slogans), patentes, modelos industriales y, además, las indicaciones geográficas (denominación de origen).

La protección de la propiedad industrial tiene por finalidad impedir la utilización no autorizada de dichos signos, la utilización de manera que pueda confundir a los consumidores en su originalidad (copias) o cualquier práctica en general que confunda o engañe en su utilización.

## Registro de Marca

La marca es un signo distintivo para identificar los productos o servicios de alguna empresa o persona en particular.

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) define a una marca “a todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado”

El registro de una marca le da los antecedentes y la protección legal a los titulares en el caso de sufrir falsificaciones o perjuicios por la competencia desleal de quienes copian o prestan servicios de menor calidad. El reconocimiento que hacemos los consumidores al elegir una marca se convierte en beneficios financieros para sus titulares. Las marcas promueven el desarrollo de ideas, la iniciativa y el espíritu empresarial en todo el mundo.

“Las marcas pueden consistir en una palabra o en una combinación de palabras, letras y cifras [...] asimismo en dibujos, símbolos, o signos tridimensionales como la forma y el embalaje de productos” (Propiedad 9).

El registro de marca se debe hacer en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial IMPI, organismo público descentralizado con personalidad jurídica, patrimonio propio y autoridad legal para administrar el sistema de propiedad industrial en nuestro país.

## Propiedad intelectual de El Roperro

Es una obra con las siguientes características:

- Autor conocido: el nombre real de la autora aparecerá como tal.
- Inédita: el contenido es material que nunca se ha publicado.
- Primigenia: todo el contenido es material original.



- Individual: tanto las fotografías como el texto y los patrones son de la misma autora.
- Los derechos morales y patrimoniales de la obra pertenecen a la autora.
- Por tratarse de un libro impreso, tiene que llevar ISBN, el cual se solicitará 15 días antes de entrar a imprenta.
- Se registró el manuscrito de El Roperro como obra literaria ante INDAUTOR y fue necesario llenar el formulario RPDA-O1 bajo el concepto de obra literaria, entregar la obra en un CD y hacer un pago de \$251.00. De esta manera, quedó inscrita en el Registro Público de Derecho de Autor con el número de registro
- 03-2018-1109114209000-01 del 9 de noviembre de 2018. (ver anexos)
- El Roperro puede ser registrado como marca mixta en el IMPI, en caso de que trascendiera para la comercialización de todos los productos que pueden derivarse del libro y a razón de los intereses de la propia autora.



# ANEXOS

**gob mx**

Instituto Nacional del Derecho de Autor  
Dirección del Registro Público del Derecho de Autor

RPDA-01

Solicitud de Registro de Obra

Homoclave del formato RPDA-01	SERVIDAUTOR REGISTRO PUBLICO 03-2018-110911420900-01	
Fecha de publicación del formato en el DOF 16 / 09 / 2016	Fecha de solicitud del trámite 09 / 11 / 2018	

Instrucciones: deberá llenar a máquina o con letra de molde legible, sin tachaduras o enmendaduras.

Datos del autor  Seudónimo

Datos generales		Domicilio particular	
CURP (opcional): GUAL720722MDFRR505	Código postal: 04380	Calle: Suchil	
RFC: GUAL720722	Número exterior: 109	Número interior: B-301	
Nombre(s): Maria Luisa	Colonia: El Rosario		
Primer apellido: Guerrero	Municipio o Delegación: Coyoacán		
Segundo apellido: Arreola	Estado: COMX		
Sexo: Femenino	País: México		
Fecha de nacimiento: 22 / 07 / 1972	Porcentaje (%) y tipo de participación: 100 % autora		
Lugar de nacimiento: México DF	Teléfono (opcional):		
Nacionalidad (opcional): mexicana	Extensión (opcional):		
Teléfono móvil (opcional): 55 41 42 19 71	Teléfono (opcional):		
Correo electrónico (opcional): mayiklu@gmail.com	Teléfono móvil (opcional):		

INDAUTOR-00-001

En caso de ser más de un autor presentar la hoja adjunta RPDA-01-A1  
De conformidad con los artículos 4 y 69-M, fracción V de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, los formatos para solicitar trámites y servicios deberán publicarse en el Diario Oficial de la Federación (DOF)

MÉXICO  
ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

COFOPR  
CONSEJO FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR

**Contacto:**  
Puebla #143, Col. Roma Norte, Deleg. Cuauhtémoc, Distrito Federal, C.P. 06700 Tel (55)3601 8210 y 16 01800 2283 400

Página 1 de 4



# CERTIFICADO

## Registro Público del Derecho de Autor

Para los efectos de los artículos 13, 162, 163 fracción I, 164 fracción I, 168, 169, 209 fracción III y demás relativos de la Ley Federal del Derecho de Autor, se hace constar que la **OBRA** cuyas especificaciones aparecen a continuación, ha quedado inscrita en el Registro Público del Derecho de Autor, con los siguientes datos:

**AUTOR:** GUERRERO ARREOLA MARIA LUISA  
**TITULO:** EL ROPERRO  
**RAMA:** LITERARIA  
**TITULAR:** GUERRERO ARREOLA MARIA LUISA

Con fundamento en lo establecido por el artículo 168 de la Ley Federal del Derecho de Autor, las inscripciones en el registro establecen la presunción de ser ciertos los hechos y actos que en ellas consten, salvo prueba en contrario. Toda inscripción deja a salvo los derechos de terceros. Si surge controversia, los efectos de la inscripción quedarán suspendidos en tanto se pronuncie resolución firme por autoridad competente.

Con fundamento en los artículos 2, 208, 209 fracción III y 211 de la Ley Federal del Derecho de Autor; artículos 64, 103 fracción IV y 104 del Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor; artículos 1, 3 fracción I, 4, 8 fracción I y 9 del Reglamento Interior del Instituto Nacional del Derecho de Autor, se expide el presente certificado.

---

**Número de Registro:** 03-2018-110911420900-01

---

México D.F., a 9 de noviembre de 2018

**SUBDIRECTOR DE REGISTRO DE OBRAS Y CONTRATOS**

**DANIEL RAMOS LOPEZ**

SECRETARIA DE CULTURA  
INSTITUTO NACIONAL DEL  
DERECHO DE AUTOR  
DIRECCIÓN DE REGISTRO PÚBLICO  
DEL DERECHO DE AUTOR

## CONTRATO DE OBRA POR ENCARGO

**CONTRATO POR OBRA POR ENCARGO QUE CELEBRAN POR UNA PARTE MARÍA LUISA GUERRERO LA QUE EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARÁ “EL CLIENTE” Y POR LA OTRA PARTE ANDREA MONTIEL BAUTISTA A QUIEN EN LO SUCESIVO SE DENOMINARÁ “LA FOTOGRAFA”, AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLAÚSULAS”.**

### DECLARACIONES

#### I. Declara el “CLIENTE”

A. Ser de Nacionalidad Mexicana, mayor de edad, en pleno uso y goce de sus facultades y derechos, por ende no tiene impedimento legal alguno.

B. Que es su deseo encargar al autor la elaboración de 10 fotografías (Originales y Color) y se nombraran “COLECCIÓN ROPERRO 2”, descritas en la cláusula 2a denominada de ahora en adelante la “OBRA”.

C. Que para cumplimiento del presente contrato señala como domicilio el indicado en: Ave. Rio Churubusco 413 int. 203, Col. Paseos de Taxqueña, CDMX 04250, México.

#### II. Declara la “FOTÓGRAFA”

A. Ser de Nacionalidad mexicana, mayor de edad, en pleno uso y goce de sus facultades y derechos, por ende no tiene impedimento legal alguno.

B. Que su participación especial y remunerada, a la cual se refiere este contrato, se sujeta a lo dispuesto en la Ley Federal de Derechos de Autor, siendo la Ley de la Materia.

C. Que para cumplimiento de este contrato señalan como domicilio el indicado en: Otilio Montaña 71, Col. Los Arcos San Carlos, Yautepec, Morelos, México.

EXPUESTO LO ANTERIOR, LAS PARTES CONVIENEN LAS SIGUIENTES:

### CLAÚSULAS

**PRIMERA.-** Las partes concuerdan que el objeto del presente contrato es la realización de la obra titulada “COLECCIÓN ROPERRO 2”.

**SEGUNDA.-** Las partes acuerdan que la “FOTÓGRAFA”, se obliga a realizar la obra de acuerdo con las características específicas y establecidas por el “CLIENTE”

1. **TAMAÑO, RESOLUCIÓN Y FORMATO DE IMAGEN:** Todas las fotografías deberán ser a color con una resolución mínima de 300 dpi (*dots per inch*) en formato .raw de 20 x 24.5 cm. Son fotografías de mascotas modelos que vistan una de las prendas que el CLIENTE proveerá a la FOTÓGRAFA. El ambiente para las fotos debe ser en exteriores, de preferencia con fondo de un jardín: árboles, pasto, flores, etc. y de preferencia sin humanos en el fondo.

1.2 MODO DE ENTREGA: Se entregarán en un dispositivo USB.

**TERCERA.-** El “CLIENTE”, entregara a la “FOTÓGRAFA”, la cantidad de \$ 1000 (MIL PESOS 00/100 M.N.), como pago por la realización de obra mencionada, así como la cantidad de \$ 500 (QUINIENTOS PESOS 00/100 M.N.), como pago de uso de licencia ® de la obra por 10 años.

**CUARTA.-** La “FOTÓGRAFA”, manifiesta que conforme al artículo 30 contenido en la Ley de la materia, el “CLIENTE”, tendrá el uso, disfrute y explotación lucrativa de la “OBRA”, por el periodo de 10 años.

**QUINTA.-** La “FOTÓGRAFA”, se compromete a no publicar la “OBRA”, por su cuenta, ni darla a editar a otra persona diferente a el “CLIENTE”, de conformidad a lo pactado en la Clausula Cuarta del presente contrato, durante el tiempo determinado en la clausula anterior.

**SEXTA.-** Para la interpretación y cumplimiento de este contrato, así como lo previsto en el mismo, las partes se someten a la jurisdicción de los Tribunales Federales de la Ciudad de México, así como a las disposiciones contenidas en la Ley de la materia, y en el Código Civil del Distrito Federal.

LEIDO QUE FUE EL PRESENTE CONTRATO Y ENTERADAS LAS PARTES DE SU CONTENIDO Y ALCANCE, LO FIRMAN Y RATIFICAN EN LA CIUDAD DE MÉXICO EL DÍA 15 DE ENERO DE 2019.

**“CLIENTE”**

---

MARÍA LUISA GUERRERO ARREOLA

**“FOTÓGRAFA”**

---

ANDREA MONTIEL BAUTISTA



## BIBLIOGRAFÍA

### Obras citadas

- «Alcance y asignación de los ISBN» International ISBN Agency, isbn-international.org/es/content/alcance-y-asignaci%C3%B3n-de-los-isbn.
- Bringhurst, Robert. *Los elementos del estilo tipográfico*. Trad. Margara Averbach. 2a. FCE, 2014.
- Busti, Franco. *Red*. Milán: Gribaudo, 2009.
- Carlsson, Chris. *Nowtopia: How Pirate Programmers, Outlaw Bicyclists, and Vacant-lot Gardeners are Inventing the Future Today*. 1a. Michigan: AK Press, 2008.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. 1917. Cámara de Diputados, diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/122\_150618.pdf.
- Cottam, Nicole & Dodman, Nicholas & Ha, James. «The effectiveness of the Anxiety Wrap in the treatment of canine thunderstorm phobia: An open-label trial.» *Journal of Veterinary Behavior*, 8 Mar. 2013, pp.154-161. <https://www.journalvetbehavior.com/article/S1558-7878%2812%2900119-0/abstract>
- De Sagastizabal, Leandro. *El mundo de la edición de libros: un libro de divulgación sobre la actividad editorial para autores, profesionales del sector y lectores en general*. Buenos Aires: Paidós, 2002.
- «Estudio de mercado sobre el consumo de accesorios para mascotas.» *Merca Wise, Estudios de mercado*, 17 Feb. 2015, <https://www.mercawise.com/estudios-de-mercado-en-mexico/estudio-de-mercado-sobre-el-consumo-de-accesorios-para-mascotas>
- «FCI breeds nomenclature.» *Federación Cinologica Internacional*. <http://www.fci.be/en/Nomenclature/> Consultado el 1 Mayo 2019
- Galindo, Gerardo. «Mascotas, un mercado en crecimiento.» *Manufactura*, 6 Ago 2013, <<http://www.manufactura.mx/industria/2013/08/06/mascotas-un-mercado-en-crecimiento>>.
- Heller, Eva. *La psicologa del color*. Barcelona: Gustavo Gili, 2014.
- «Introducción to DiY/Counterculture.» *Permanent culture now, tools and knowledge to create a new life*, 12 Oct. 2017, <https://www.permanentculturenow.com/introduction-to-diy-counterculture/>
- Knobel, Michele y Colin Lankshear. *DIY media: creating, sharing and learning with new technologies*. New York: Peter Lang Publishing, Inc., 2010.
- Krause, Jim. *Layout index*. Cincinnati: How design books, 2001.
- Kurdek, L. A. «Pet dogs as attachment figures for adult owners.» *Journal of*



- Family Psychology*, 2009, Vol. 23, núm. 4, pp. 439-446. <http://dx.doi.org/10.1037a0014979>
- Lazarus, Jeff. *Dogtology: A Humorous Exploration of Man's Furocious Devotion to Dogs*. New York: Skyhorse Publishing, 2017.
- Ley Federal de Derechos de Autor. 1996. Cámara de Diputados, [diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/122\\_150618.pdf](http://diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/122_150618.pdf).
- «Manifiesto Maker» *Hacedores*, 7 Jul. 2014 <https://hacedores.com/manifiesto-maker/>
- Parra Trujillo, Eduardo de la. *Derechos de los autores, artistas e inventores*. Biblioteca Constitucional, serie Nuestros derechos, tercera edición, Instituto Nacional de Estudios Históricos de las Revoluciones de México / UNAM / Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2015. Biblioteca Jurídica Virtual, Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, [biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/4019-derechos-de-los-autores-artistas-e-inventores](http://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/4019-derechos-de-los-autores-artistas-e-inventores).
- - - . *Derechos humanos y derechos de autor: Las restricciones al derecho de explotación*. Serie Estudios jurídicos, núm. 721, segunda edición, UNAM / Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2015. Biblioteca Jurídica Virtual, Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, [biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/3975-derechos-humanos-y-derechos-de-autor-las-restricciones-al-derecho-de-explotacion](http://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/3975-derechos-humanos-y-derechos-de-autor-las-restricciones-al-derecho-de-explotacion)
- «Preguntas frecuentes: Derechos de Autor» *Organización Mundial de la Propiedad Intelectual*. [https://www.wipo.int/copyright/es/faq\\_copyright.html](https://www.wipo.int/copyright/es/faq_copyright.html)
- «¿Q & A with Naomi Baron: print or screen readig» *Planet World*, 22 Mayo 2017. <https://www.planetwordmuseum.org/blog/2017/5/15/q-a-with-naomi-baron-print-or-screen-reading>
- Quasha, Jennifer y Pamela J. Hastings. *Sew dog: easy-sew dogwear and custom gear for home and travel*. Creative Publishing International, Inc., 2005.
- «¿Qué es el movimiento Maker?» *Hacedores*, 14 Jul. 2014. <<http://hacedores.com/movimientomaker/>>.
- «¿Qué es la propiedad intelectual?» *Organización Mundial de la Propiedad Intelectual*. Ginebra, Suiza. [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/450/wipo\\_pub\\_450.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/450/wipo_pub_450.pdf)
- «¿Qué es mejor: leer libros impresos o electrónicos?» *El Diario*, España, 30 Agosto 2017. [https://www.eldiario.es/consumoclaro/consumo\\_digital/mejor-leer-libros-impresos-electronicos\\_0\\_681032010.html](https://www.eldiario.es/consumoclaro/consumo_digital/mejor-leer-libros-impresos-electronicos_0_681032010.html)
- Rangel Medina, David. *Derecho de la propiedad industrial e intelectual*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 1992.
- - - . *Derecho Intelectual*. México: McGraw Hill Interamericana Editores S.A. de C.V., 1998.



«Ropa para mascotas.» *Revista Entrepreneur*, 21 Ene. 2011. <<https://www.entrepreneur.com/article/291416>>.

Samara, Timothy. *Los elementos del diseño. Manual de estilo para diseñadores gráficos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.

Villamil, Valente. «En México prefieren a mascotas que a bebés.» *El Financiero online*. 6 Sep. 2016. <<http://www.elfinanciero.com.mx/economia/en-mexico-prefieren-a-mascotas-que-a-bebes.html>>.

Wolf, Marco y Shaun McQuitty. «Understanding the do-it-yourself consumer: DIY motivations and outcomes.» *Research gate*, Ed. Academy of Marketing Science, 15 Nov. 2011. <[https://www.researchgate.net/publication/257797548\\_Understanding\\_the\\_do-it-yourself\\_consumer\\_DIY\\_motivations\\_and\\_outcomes](https://www.researchgate.net/publication/257797548_Understanding_the_do-it-yourself_consumer_DIY_motivations_and_outcomes)>, DOI: 10.1007/s13162-011-0021-2.

### Obras consultadas (libro y patrones)

«10 youtubers DIY en español que están cambiando cómo aprendemos las cosas.» *Hacedores*, 19 Dic. 2017, <<http://hacedores.com/10-youtubers-diy-en-espanol-que-estan-cambiando-como-aprendemos-las-cosas/>>.

Barvo, Carmen y Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, España y Portugal. *Manual de Edición: Guía para editores, autores, correctores de estilo y diagramadores*. Bogotá: Cerlalc, 2009.

Benko, Laura. *The Holistic Home*. Ed. Helios Press. New York: Skyhorse Publishing, Inc., 2017.

Berns, Gregory. *What it's like to Be a Dog*. Ed. Hachette Book Group. New York: Basic Books, 2017.

Bradshaw, John. *The animals among us: how pets make us human*. Ed. Hachette Book Group. New York: Basic Books, 2017.

Boreiland. *75 Tools for creative thinking: playing cards*. Netherlands, BisPublishers, 2017.

Caballero Leal, José Luis. *Derecho de autor para autores*. Fondo de Cultura Económica / CERLALC, 2004.

Calasso, Roberto. *La marca del editor*. Trad. Edgardo Dobry. Barcelona: Anagrama, 2014.

Couto, Guadalupe y Gabriela Pérez. *Aprenda corte de ropa para niña y adulta, Sistema CyC*. México: Couto y Confecciones SA de CV, 2012.

*Diccionario de la lengua española*. Real Academia de la Lengua Española. España: Espasa, 2010.



- Donnanno, Antonio. *Técnicas de patronaje de moda*. Trad. Jesús de Cos Pinto. Vol. 1. Barcelona: Promopress, 2017.
- Galaxy, Jackson y Kate Benjamin. *Catification*. New York: Penguin Group, 2014.
- Jayne, Torie. *Tu talento es tu negocio*. Londres: Quatro Publishing Group, 2017.
- Kleon, Austin. *Roba como un artista*. Trad. Alejandra Ramos. CDMX: Penguin Random House Grupo Editorial, 2017.
- Leal, José Luis Caballero. *Derecho de autor para autores*. México: Fondo de Cultura Económica, 2006.
- Mizuno, Yoshiko. *Las Bases de la Costura*. Trad. Mariam Chaïb. Barcelona: Gustavo Gili, 2009.
- Merriam-Webster Dictionary*. <<https://www.merriam-webster.com/>>.
- Rodríguez, Carlos. *El encantador de perros*. Vol. 10. Aguilar, 2010. 25 vols.
- St Clair, Kassia. *La vida secreta de los colores*. Trad. Helena Álvarez de la Miyar. Barcelona: Ediciones Urano, 2017.
- Syrstad, Mette. *Dog wear*. Trafalgar Square Books, 2009.
- UNESCO. *El ABC del derecho de autor*. Paris: 1981. <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002194/219431sb.pdf>.

Ciudad de México, 8 de abril de 2019

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

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis “**LIBRO DE PROYECTOS DO IT YOURSELF DE CONFECCION DE PRENDAS PARA MASCOTAS CON PATRONES DIGITALES DESCARGABLES**” que presenta el **alumno:**

**MARÍA LUISA GUERRERO ARREOLA**

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

Baso mi decisión en lo siguiente:

**En lo general.**

- El documento de investigación presentado expone, temáticamente hablando, una problemática propia del diseño editorial en un amplio sentido ya que no solo se reduce a aspectos técnicos sino que se amplía a aspectos de pertinencia por la temática que plantea así como de actualidad porque actualiza la forma digital en que hoy día también se demanda.
- Metodológicamente hace un seguimiento detallado y acorde a los aspectos necesarios, dentro de toda investigación, para explorar el tema y hacer aclaraciones al respecto.

**En lo específico:**

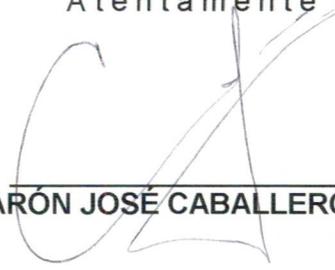
- La temática propuesta está debidamente justificada de acuerdo, no solo a la incidencia que tienen dentro del diseño editorial, sino que también hace una aportación a las prácticas productivas ofreciendo una alternativa a la idea de que la formación profesional y especializada es la única salida como fuente de ingreso de cualquier ciudadano al interior de las sociedades productivas y capitalistas, al referir que la DIY recupera una forma de producir a pequeña escala y sin embargo ser una opción económica.
- La justificación teórica se soporta no solo estadísticamente y por tanto científicamente sino también de forma histórica, lo que permite situar las acciones a tomar, situación que rara vez ocurre en ejercicios teóricos de diseño.
- La redacción del documento es clara, explícita y de fácil comprensión porque sus argumentos y resultados se explican por si solos.
- La información referida está ordenada sistemáticamente de forma clara y puntual, no se extiende ni carece de datos lo que permiten una buena construcción de lo que pretende comprobar la tesis.
- Las especificaciones técnicas para la elaboración del libro, como resultado del aprendizaje en la maestría y la investigación por cuenta de la

sustentante, son muy claras y precisas además de justificar las razones, tanto funcionales como de forma, que propone.

- El seguimiento que hace de todo el proceso de justificación, realización, y legalización del libro es muy completo para llevar a cabo su realización como un hecho y no solo como un ejercicio académico.
- A este mismo respecto, la tesis presentada entiende el libro factible de ser realizado y comercializado en formato impreso al tiempo que también digital por los atributos que uno y otro formato ofrecen para complementarse mutuamente, ampliando así las posibilidades del libro.
- Formalmente la propuesta de diseño del libro es de fácil acceso no solo por la manera en que está diseñado, sino también por la información que ofrece para cumplir el cometido para el que fue realizado.
- El diseño incluso de la propia tesis es en sí mismo el resultado de lo aprendido en el posgrado ya que no solo obedece a un rigor de investigación para la obtención de conocimiento, sino que también ordena todo lo investigado para su fácil lectura, seguimiento y comprensión.

Sin más por el momento, quedo de usted

Atentamente



DR. AARÓN JOSÉ CABALLERO QUIROZ

Ciudad de México a 8 de abril de 2019.

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

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis “**LIBRO DE PROYECTOS DO IT YOURSELF DE CONFECCION DE PRENDAS PARA MASCOTAS CON PATRONES DIGITALES DESCARGABLES**” que presenta la **alumna:**

**MARIA LUISA GUERRERO ARREOLA**

Para obtener el grado de Maestra en Producción Editorial. Considero que dicha tesis está terminada por lo que doy mi **VOTO APROBATORIO** para que se proceda a la defensa de la misma.

Baso mi decisión en los siguientes argumentos:

#### **Argumentos de contenido.**

Temática y justificación:

Frente al contexto social actual, el tema que el texto aborda es de gran actualidad considerando el papel que las mascotas representan para las personas hoy en día, ya que involucran importantes aspectos emocionales y psicológicos humanos. El tema cobra relevancia frente al hecho de que, dado el enfoque individual y productivo de la vida actual, una mascota representa la manera de satisfacer la necesidad de las personas de tener vínculos afectivos cuidando del otro.

Enfoque muy pertinente frente al contexto socioeconómico actual con base en que busca fomentar una acción autodidacta, de autoempleo, y al mismo tiempo de satisfacción personal, tan necesario en el panorama laboral mexicano y en general en el mundo actual.

Tema muy positivo desde la perspectiva social, con base en que puede fomentar la integración de comunidades virtuales y presenciales (en este caso interesadas en dicho tema y actividad) lo cual frente al panorama de fragmentación especialmente en la sociedad mexicana, presenta la intención de promover una convivencia con una base prosocial, al animar indirectamente acciones como compartir, participar, apoyar e intercambiar aportando material de gran utilidad a comunidades digitales y presenciales ya integradas (principalmente como la autora lo señala a aquéllas involucradas con los temas *do it yourself* y con el movimiento *maker*).

### Argumentos de forma.

Estructura y presentación del contenido:

Libro bien concebido, estructurado y muy bien desarrollado. Aborda y presenta el tema a partir de una mirada general que sistemáticamente lleva al lector a conocerlo de manera particular y detallada. De estructura clara y coherente; con un orden lógico y adecuado a la naturaleza y características del tema. El diseño editorial es también claro y afable; todo el texto refleja el gran interés y compromiso de la autora en el proyecto.

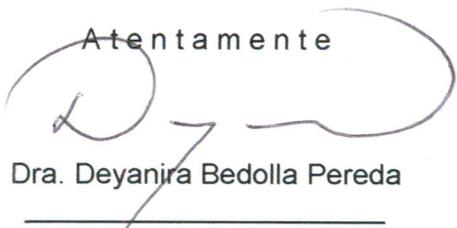
A lo largo de sus diferentes páginas el texto refleja que ha requerido de un gran trabajo editorial, ello con base en los distintos tipos de información que contiene; igualmente el texto comunica que la autora fue consciente de la importancia de llevar a cabo el desarrollo de un texto descriptivo y detallado de la labor a la que invita al lector. Notoria y pertinente la cantidad de imágenes y dibujos que se incluyen sobre el material necesario para fabricar las prendas que el libro propone, así como los patrones de corte y confección que lo integran; además por supuesto de las fotografías de mascotas (perros y gatos) que componen el libro.

Muy acertado por lo actual del tema, el hecho de que se aproveche el formato - recurso digital, integrándolo mediante la propuesta de patrones *on line* que son descargables. Relevante el que en el libro la autora proporcione indicaciones claras al lector partiendo desde lo básico o elemental para realizar la labor de corte y confección facilitando la introducción al tema, así como el ofrecimiento de varias opciones de impresión y de ajuste de tamaños de los patrones de corte, que permitirán adaptarse a las diferentes necesidades de los usuarios – lectores y sus mascotas.

Afable el que la autora buscara hacer cálido y cercano el tema del texto al lector, (muy pertinente dada la naturaleza del tema), a través de la inclusión de tres elementos: el breve apartado denominado “datos curiosos” en los capítulos de presentación de las prendas específicas; la inclusión de una serie de gráficos para que el lector – usuario del texto pueda en un momento dado agregarlos como decoración a las prendas; así como las imágenes y nombres de las mascotas que aparecen en las fotos con los diferentes vestuarios.

Sin más por el momento, quedo de usted

Atentamente

  
Dra. Deyanira Bedolla Pereda

**NOMBRE COMPLETO DEL PROFESOR O PROFESORA**

Cuernavaca, Morelos, a 30 de mayo de 2019

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

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis "***Libro de proyectos Do It Yourself de confección de prendas para mascotas con patrones digitales descargables***" que presenta la alumna:

**MARÍA LUISA GUERRERO ARREOLA**

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

Bajo mi decisión en lo siguiente:

Que la tesis cumple cabalmente con los lineamientos exigidos por el NAB de dicha maestría y en que se presenta en ella, de manera completa y bien justificada, el proceso de elaboración de un libro para que los usuarios elaboren prendas para sus mascotas a partir de patrones descargables de internet. El libro resultante es un útil manual que detalla el proceso de elaboración de prendas para perros de todos los tamaños y gatos. Todo el proceso (incluidas las herramientas y los materiales necesarios) está descrito en textos pertinentes y fotografías elegantes y descriptivas, lo que convierte al libro, además, en un bello objeto de gran calidad editorial

Sin más por el momento, quedo de usted

Atentamente



**Dr. Agustín Rivero Franyutti**

28 de mayo de 2019

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

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis "**Libro de proyectos Do It Yourself de confección de prendas para mascotas con patrones digitales descargables**" que presenta la alumna:

**María Luisa Guerrero Arreola**

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

Baso mi decisión en lo siguiente:

**La alumna presenta un producto editorial sólido y un trabajo teórico que lo sustenta favorablemente.**

Sin más por el momento, quedo de usted.

Atentamente



---

**Mtra. Ana Silvia Canto Reyes**

27 de mayo de 2019

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

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesis "**Libro de proyectos Do It Yourself de confección de prendas para mascotas con patrones digitales descargables**" que presenta la alumna:

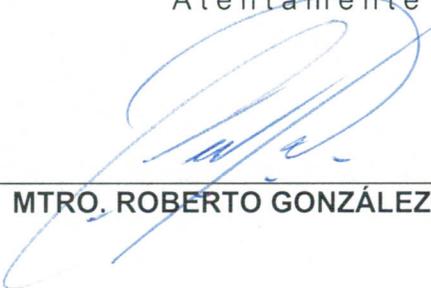
**María Luisa Guerrero Arreola**

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

La tesis cumple con los lineamientos estipulados para la obtención del grado y las decisiones editoriales que conciernen al producto están bien fundamentadas y justificadas. El producto editorial es sólido y se apega a lo establecido en las normas y criterios editoriales que la alumna elaboró durante el programa. Sin considerarlo indispensable para la emisión de mi voto, hago a la alumna una serie de sugerencias específicas que podrían contribuir a generar una mejor versión de la tesis.

Sin más por el momento, quedo de usted.

Atentamente



---

**MTR. ROBERTO GONZÁLEZ PERALTA**