



FACULTAD DE
DISEÑO

D Especialidad en
Diseño Editorial

Celebrando Puebla.
Conmemoración de la identidad poblana
a través de tres productos editoriales

Tesina para obtener el diploma de
Especialista en Diseño Editorial

Presenta
Gloria Elizabeth Pérez Trigo

Director de tesina
Dr. Héctor C. Ponce de León Méndez

Codirectora de tesina
Dra. Lorena Sánchez Adaya

Universidad Autónoma del Estado de Morelos, marzo de 2026, México.

La Especialidad en Diseño Editorial (EDE) está acreditada en el Sistema Nacional de Posgrados (SNP) de Conahcyt.

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

Agradecimientos

Agradezco, en primero lugar, a mis directores, el doctor Héctor Ponce de León y la doctora Lorena Sánchez Adaya, por su apoyo y guía lo largo de este proyecto.

A mis lectores, la maestra Patricia, el maestro Ulises y el doctor Makhlouf, por su tiempo y comentarios que ayudaron a mejorar este trabajo.

A mis maestros de la Especialidad, por todo el conocimiento compartido.

En lo personal, agradezco a Josué, sin quien no habría logrado concluir este programa, por su ayuda, paciencia y acompañamiento a lo largo de este año.

Y a Vicente, por su constante colaboración en el desarrollo de estos productos.

Índice

Antecedentes	7
Fundamentos y etapas del diseño editorial	7
El proyecto	8
Justificación	9
Objetivo general	11
Objetivos particulares	11
Metodología	13
Cronograma	15
Público objetivo	16
Ventaja competitiva	17
Concepto creativo	17
Paleta de colores.....	17
Moodboard.....	20
Capítulo 1. Libro	21
¿Qué es un libro?	21
Historia.....	22
Estructura	27
Contenidos	28
Formato	29
Productos similares	30
Ventaja competitiva	31
Retícula	32
Tipografía.....	34
Márgenes y caja tipográfica	36
Paleta de colores	38
Forros	38
Pliegos.....	39
Fotografías, imágenes e ilustraciones	40
Imposición de páginas.....	42

Compaginación	43
Tabla de costos del libro	46
Derechos de autor	48
Conclusiones	49
Capítulo 2. Revista	50
¿Qué es una revista?.....	50
Historia.....	51
Estructura	56
Contenidos	56
Formato	58
Productos similares	60
Ventaja competitiva	61
Reticula	62
Tipografía.....	64
Márgenes y caja tipográfica	66
Paleta de colores	70
Forros	73
Pliegos.....	74
Fotografías, imágenes e ilustraciones	75
Imposición de páginas.....	76
Compaginación	77
Tabla de costos de la revista	78
Derechos de autor	80
Conclusiones	81
Capítulo 3: Periódico	82
¿Qué es un periódico?.....	82
Historia.....	83
Estructura	86
Contenidos	87
Formato	88
Productos editoriales similares	89

Ventaja competitiva	90
Retícula	91
Tipografía.....	95
Márgenes y caja tipográfica	86
Paleta de colores	100
Pliegos.....	103
Fotografías, imágenes e ilustraciones	104
Imposición de páginas.....	104
Compaginación	105
Conclusiones	106
Bibliografía	108

Antecedentes

Fundamentos y etapas del diseño editorial

En este tiempo en el que la tecnología domina los medios de comunicación masiva, puede resultar extraña la publicación de productos editoriales. Lo que no contemplamos, al afirmar lo anterior, es la presencia del diseño editorial en todo aquello que nos rodea, desde las publicaciones (*posts*) cotidianas en redes sociales, hasta los carteles, la publicidad y los espectaculares. En todo ello ha intervenido un diseñador y, específicamente, un diseñador editorial que ha cuidado la relación entre texto e imagen.

El diseño editorial es precisamente eso: una rama del diseño gráfico que se dedica a comunicar mediante los elementos mencionados, ya sea en un libro, una revista, un cartel o hasta el empaque de los productos que consumimos en el día a día. De acuerdo con Caldwell y Zappaterra: “La aspiración final de casi cualquier muestra de diseño editorial es comunicar una idea o contar una historia mediante la organización y presentación de palabras (dispuestas en destacados y cuerpo de texto) y de imágenes” (2014, p. 8).

Ahora bien, si el diseño editorial está presente, también, en los medios digitales, ¿por qué aferrarse a la publicación impresa? Como tantos otros aspectos de la publicación, el formato de un producto está en función de su objetivo y de las necesidades del lector objetivo. Tras la popularización de los medios digitales, lejos de desaparecer (como tanto se ha temido), las publicaciones impresas han adquirido un valor nuevo.

A diferencia de todo aquello que se publica en internet o de forma digital, lo impreso permanece. Mientras que la inmediatez del mundo en línea hace que todo fluya de manera acelerada y una publicación sustituya a otra en cuestión de segundos, en el mundo del papel, los libros tienen un lugar físico, material. Un sitio web puede ser eliminado con un *click*, un impreso no suele ser destruido con tanta facilidad. De manera que, como asevera Bhaskaran “el poder del papel impreso es más fuerte que nunca” (2006, p. 14).

Es por ello que, para la realización de estos tres productos editoriales, se ha optado por el medio impreso. Con el objetivo de dar a estos libro, revista y periódico, por un lado, la oportunidad de permanecer en la historia de la ciudad y, por otro lado, ofrecer al público lector un objeto accesible,

tangible, que le brinde una experiencia de lectura distinta a la habitual en el presente que suele ser digital y en línea

El proyecto

En el marco de la celebración de los quinientos años de fundación de la ciudad, aquí se presentan tres productos editoriales que se basan en la construcción de la identidad poblana desde diferentes enfoques. El libro, por ejemplo, tiene como eje el léxico particular de los habitantes de la ciudad (aunque también va acompañado de imágenes); la revista busca difundir entre la población general información sobre la ciudad, su cultura e historia (no solo la colonial, sino de diferentes etapas) y su presente como ciudad moderna, cosmopolita, intelectual, industrial y a la vanguardia. Por su parte, el periódico tiene como objetivo informar el acontecer cotidiano de la ciudad en relación con el mundo de la cultura y las artes.

Además de difundir información sobre la cultura e identidad poblana, con estos productos se busca, también, producir un objeto conmemorativo que prevalezca entre los ciudadanos y, quizás, en otros estados de la república. De manera que los tres productos editoriales conjugarán tanto la información de los aspectos más representativos de la ciudad como imágenes (fotografías) de dichos elementos.

Como se puede mencionó en las páginas anteriores, se ha elegido el diseño editorial de productos impresos para la comunicación de este proyecto. Todo en un diseño comunica: desde el formato, hasta la tipografía, incluyendo el papel, las imágenes y demás. Por ello, todas las decisiones editoriales y de diseño que se plantean en esta tesina, buscan no solo difundir información relacionada con el tema que se plantea en cada producto, sino transmitir la idea de celebración y grandilocuencia que conlleva el aniversario de la fundación de una ciudad.

Justificación

En 2031, la ciudad de Puebla conmemorará quinientos años de su fundación. Las actuales administraciones gubernamentales ya han comenzado la planeación de eventos que celebren este suceso, pues el tiempo es un factor clave para el éxito de proyectos de tan grande magnitud.

En el marco de dicha celebración, se hace evidente la necesidad de recuperar y reunir algunos de los elementos más representativos de la identidad poblana, pues, como bien se sabe, una ciudad no solo está conformada por sus edificios, calles y geografía, sino también (y especialmente) por su gente. Esta necesidad abre un área de oportunidad para la creación de diversos proyectos y productos que celebren y fortalezcan la identidad de todos los que habitan Puebla.

El libro como objeto es uno de los más valorados por nuestra sociedad. Aún hoy, en pleno siglo XXI, a pesar de la variedad de formatos disponibles para la lectura (libros electrónicos, celulares, tabletas), los libros tienen un valor agregado: son considerados fuente de conocimiento y de información fidedigna; incluso, algunas personas los coleccionan. Es por ello que un libro conmemorativo impreso es el vehículo ideal para conservar y compartir lo que es Puebla, no solo con los ciudadanos y visitantes, sino con todo el país. De manera que se plantea el diseño de un libro-objeto, aunque en formato de bolsillo, con el objetivo de que esté presente en todas las casas poblanas.

Este libro aportará, a la oferta editorial local, un objeto conmemorativo, asequible para la población y con un diseño, al mismo tiempo, práctico y atractivo. Además, en cuanto al contenido, en él se reúnen algunos de los términos que destacan entre el léxico local. Dicha recopilación puede considerarse un aporte lexical.

Si bien el libro será un elemento para conmemorar y fortalecer la identidad poblana, también hay que reconocer la importancia de continuar con la difusión todo lo que conforma dicha identidad. Es por ello que se plantea el diseño de una revista de difusión cultural, con la cual se busca acercar al público en general información sobre la ciudad (historia, cultura, actualidad, gastronomía...) que, si bien está presente en su día a día, quizá ignora. Dicha publicación es pertinente debido a la importancia de conocer nuestro pasado y las raíces de nuestra identidad, y de ser críticos y reflexionar sobre nuestro presente.

La publicación de esta revista resulta relevante y es un aporte para la ciudad debido a que cubre una carencia editorial. En la actualidad, la mayoría de las revistas locales se encuentran en un formato digital; son portales en línea que, si bien abordan la temática cultural, no se centran en ella. Considero que contar con una publicación impresa genera un mayor impacto entre la población, pues su materialidad (en contraste con lo digital) atrapa a los lectores.

Al igual que el libro, la revista aprovechará la expectativa que generará la conmemoración del aniversario de la ciudad, para difundir información que promueva el desarrollo cultural de los ciudadanos. Por lo tanto, resulta de suma importancia involucrar a la población con las actividades culturales contemporáneas de la ciudad, mantenerlos informados con respecto a las celebraciones de los quinientos años y promover el trabajo de todos los miembros de la comunidad cultural (en el sentido amplio de la palabra cultura) de Puebla. Por ello, también planteo el diseño de un suplemento cultural para un periódico.

En la actualidad, la mayoría de los periódicos se encuentran en portales digitales. Esto (contrario a lo que podría pensarse), complica el acceso a la información por parte de los lectores, pues, para enterarse de las actividades, deben buscarlas específicamente, ya sea por recinto o por fecha. Una población acostumbrada a la inmediatez como la nuestra, no se detiene a realizar estas búsquedas, por lo que dichas actividades pierden, así, espectadores. Por lo tanto, un suplemento cultural impreso que reúna información sobre los eventos culturales de la ciudad y los acerque a la ciudadanía representa un gran aporte. Además, la distribución gratuita de un material con un formato poco común generará un mayor impacto e interés entre los lectores.

En conclusión, el diseño y la publicación de estos tres productos editoriales es una necesidad de coyuntura en Puebla, para promover la cultura de la ciudad entre sus habitantes y contribuir a fortalecer el sentido de identidad: uno más amplio que el actual y que contemple el pasado precolombino y el presente como parte de un todo que ha dado origen tanto a la ciudad como a sus habitantes y que ha definido el papel de ambos en el país.

Objetivo general

Describir los procesos del diseño editorial de tres productos editoriales (revista, periódico y libro) mediante la profundización de las bases teóricas, temáticas y conceptuales, de manera que se enriquezcan los conocimientos teórico-prácticos para la planeación, estructuración y ejecución de proyectos de diseño editorial.

Objetivos particulares

- Justificar el diseño de tres productos editoriales: revista, periódico y libro.
- Fortalecer las competencias de la dirección de arte editorial para medios impresos y digitales en concordancia con las LGAC de la EDE, del director y codirector de tesina.
- Contribuir a la conmemoración de los quinientos años de la fundación de la ciudad de Puebla mediante tres productos editoriales que proyecten la identidad de la misma.

Libro

- Fortalecer la identidad cultural poblana a propósito del aniversario por los quinientos años de su fundación, mediante la identificación de los elementos culturales e identitarios más representativos de la ciudad, tanto de su pasado como de su presente.
- Difundir el patrimonio cultural poblano en una publicación conmemorativa.
- Promover una visión incluyente de la identidad poblana en un sentido social, al incorporar conceptos representativos de minorías, hasta ahora, excluidas y vulneradas tales como comunidades indígenas, grupos LGBTQ+, activistas sociales, entre otros.

Revista

- Acercar al público general información sobre los principales elementos del patrimonio cultural de la ciudad de Puebla.
- Difundir, entre un público no especializado, información sobre el patrimonio cultural de la ciudad de Puebla, en el marco de la conmemoración de los quinientos años de su fundación.
- Construir una concepción incluyente de la identidad poblana tanto en un sentido temporal (que contemple el presente de la misma) como social (que represente a todos los grupos).

Periódico

- Informar a la población sobre las diferentes actividades que se realizarán en la ciudad con motivo de la conmemoración de los quinientos años de su fundación.
- Promover el trabajo de artistas, artesanos y gestores culturales de la ciudad de Puebla, de manera que la población de la ciudad los conozca y consuma su trabajo.
- Fomentar el interés de los lectores por temas sociales y culturales relacionados con la historia e identidad de la ciudad, a través de un diseño atractivo.

Metodología

Para la realización de estos tres productos editoriales, utilizaré la metodología planteada por la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Azcapotzalco. Dicho Modelo General del Proceso de Diseño de la UAM fue planteado por profesores del área de diseño de dicha universidad a finales del siglo pasado, con el objetivo de definir los pasos que deben seguirse en toda actividad creativa. Tiempo después, fue publicado en el libro *Contra un diseño dependiente: un modelo para la autodeterminación nacional* (Gutiérrez et al., 1992).

Este modelo se compone de cinco pasos consecutivos, los cuales son: caso, problema, hipótesis, proyecto y realización. El *caso* se puede entender como la etapa de investigación; en esta, se define el proyecto, sus especificaciones y objetivos con base en las necesidades o requerimientos del cliente (o quien solicita el diseño). Para ello, es necesario analizar detalladamente tanto lo solicitado como los factores externos al diseño (competencia, situación sociocultural, receptor, presupuesto, etcétera).

El segundo punto (*problema*) hace referencia a la etapa de análisis, detección del problema y planteamiento de una propuesta de solución. Un problema de diseño es, en sí, una necesidad que se busca satisfacer mediante una solución práctica; para llegar a ello, en primer lugar, es necesario reconocer dicha carencia a través de la investigación y el análisis realizado en la fase inicial. En el caso del diseño editorial, en esta segunda etapa podemos encontrar el análisis de mercado, la determinación del presupuesto y los colaboradores, todo lo cual será fundamental para continuar al siguiente paso.

La tercera fase es la *hipótesis*. En un trabajo científico, por ejemplo, la hipótesis es el planteamiento de una posible solución o respuesta al problema planteado; en este caso es, más bien, la parte creativa. En este punto se desarrollan las propuestas, los bocetos. Para comenzar con este trabajo creativo, es recomendable partir de una lluvia de ideas, así como de la búsqueda de la mayor cantidad posible de soluciones gráficas. En esta fase, se conjugan creatividad y practicidad, libertad y método, con el objetivo de llegar a una propuesta funcional.

La siguiente fase es la de presentación, el *proyecto*. En esta, se comienza con el trabajo de diseño en sí mismo una vez seleccionada la mejor opción de entre los bocetos. En el caso del diseño

editorial, podríamos decir que en este punto se realiza la diagramación, la formación, y el ajuste de detalles. Para ello, es importante realizar las últimas pruebas y resolver los conflictos todavía existentes; por último, se realizan los prototipos (en diseño editorial, pruebas impresas, si es el caso, para rectificar que los elementos funcionan). La etapa final es la *realización*. En esta, se pasa a la materialización del diseño; en el caso de lo editorial, el diseñador debe supervisar los archivos finales, la calidad de las imágenes, las impresiones (pruebas de color), determinar los acabados, entre otras actividades (De la Cruz y Morales, s/f).

Como se puede observar, esta metodología se adapta, de manera óptima, a la realización de los tres productos editoriales planteados en este documento, pues todos ellos parten de una necesidad (editorial, en este caso), hacia una solución, y pasan por diversas propuestas de diseño. En la figura siguiente, se muestra cómo cada fase de este modelo se adecúa al proceso del diseño editorial.

Cuadro 1

Etapas del proyecto

Caso	Problema	Hipótesis	Proyecto	Realización
<ul style="list-style-type: none"> •Diseñar un libro, una revista y un periódico 	<ul style="list-style-type: none"> •Análisis de mercado; •Establecer presupuestos •Determinar público objetivo 	<ul style="list-style-type: none"> •Propuestas de diseño •Bocetos 	<ul style="list-style-type: none"> •Seleccionar formato •Diseñar; formar •Seleccionar tipografías, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> •Elegir acabados, encuadernación •Supervisar la impresión

Se puede notar, entonces, que cada paso del diseño editorial encaja en una de las etapas planteadas por este modelo. De manera que así se procederá en la realización de estos productos editoriales. En el cronograma, se han identificado cada una de estas etapas mediante una relación de color.

Cronograma

Cronograma											
Actividades	Semestre 1					Semestre 2					
	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Planteamiento del proyecto	■										
Recopilación de la información	■										
Investigación de mercado		■									
Elaboración de presupuestos		■									
Definición del concepto editorial		■									
Definición de formatos			■								
Definición de secciones de la revista			■								
Definición de secciones del periódico			■								
Redacción de textos				■	■						
Definición de retículas			■								
Selección de papel			■								
Selección de tipografías			■								
Captura de fotografías					■						
Selección de fotografías						■					
Edición de fotografías									■		
Diseño de interiores							■	■			
Diseño de forros								■			
Ajustes de diseño									■		
Maquetación									■		
Aprobación del diseño										■	
Impresión de maquetas											■

Público objetivo

Personas que viven, estudian o trabajan en la ciudad de Puebla y sus alrededores (Tlaxcala, Cholula, Atlixco, San Martín Texmelucan...). Estas personas tienen gustos variados, pero comparten su interés por la ciudad donde viven su día a día. Adultos de entre 25 y 65 años, pertenecientes a un nivel socioeconómico (NSE) C o C+ (AMAI, s/f).

De acuerdo con la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado, el NSE C se caracteriza por el predominio (79 %) de un nivel educativo básico, es decir, formación secundaria o más entre los jefes de familia; las viviendas en este nivel cuentan con conexión a internet y más de una computadora. Por su parte, el nivel C+ se distingue por un predominio (69 %) de la formación media entre los jefes de familia, es decir, al menos estudiaron la preparatoria o bachillerato. La mayoría de estas familias (98 %) cuenta con internet en casa y 13 % tiene dos computadoras; en este NSE, más de la tercera parte (35 %) tiene dos coches, lo que refleja cierto grado de comodidad (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado, s/f).

Los lectores de entre 50 y 65 años manifiestan un arraigo a la ciudad: han crecido en ella y han vivido su transformación de cerca, por lo que no solo se consideran testigos de la historia de la ciudad, sino parte de la misma. Por otro lado, los adultos jóvenes (25 a 40 años) que aquí radican o han llegado a estudiar o trabajar a Puebla muestran un interés por descubrir y aprender de su entorno; ellos conocen mejor la metrópoli contemporánea, aunque también reconocen la importancia del pasado de la ciudad. En ambos casos, los lectores destacan por un gusto e interés común por la ciudad (tanto por su historia como por su presente) y comparten un orgullo local.

En todos los casos, los lectores gustan de realizar actividades de entretenimiento en espacios públicos como el centro histórico, parques y plazas comerciales.

Finalmente, como lector objetivo secundario de estos productos, especialmente del libro, se encuentran todos aquellos poblanos que en el presente no radican en la ciudad, pero que mantienen un interés por la misma.

Ventaja competitiva

Este punto se desarrollará de manera más amplia en el apartado de cada uno de los productos que aquí se proponen. Sin embargo, es una cuestión general la ventaja que tienen dichos productos por la característica que comparten de su formato impreso. Si bien, en la actualidad, las publicaciones digitales y en línea están en boga, debido al público objetivo de estos tres productos, una publicación impresa se adapta mejor a los gustos y necesidades de dichas personas. Su lectura, para ellos, puede considerarse más accesible y amigable y su acceso más directo, pues no es necesario hacer una búsqueda en internet.

Por otro lado, el aspecto de impreso en los productos destacará su valor como objeto conmemorativo. Como se mencionó en la introducción de esta tesina, una publicación digital puede resultar efímera y no cuenta con la materialidad del impreso, algo que es muy importante en para destacar el aspecto conmemorativo de estos productos editoriales.

Concepto creativo

El concepto editorial de estos tres productos se basa en la difusión de la identidad poblana, es decir, de todos aquellos elementos que conforman la cultura de la ciudad desde hace quinientos años. Dicha identidad se ve reflejada en aspectos de la arquitectura, naturaleza, gastronomía, historia y la gente que habita y ha habitado Puebla, mismos que serán retratados tanto en fotografías como mediante textos.

En cuanto al estilo de la imagería, se busca crear un tipo de fotografía a color que destaque lo que se representan, sin saturar las páginas, por lo que se plantea un diseño con suficiente aire (espacios en blanco que permiten un diseño más limpio al no estar recargado y que permite descansos al lector) entre los elementos. Así mismo, en los tres productos se busca alcanzar un equilibrio entre la imagen y el texto, de manera que la tipografía desempeña un papel relevante en cuanto a elemento visual.

Paleta de colores

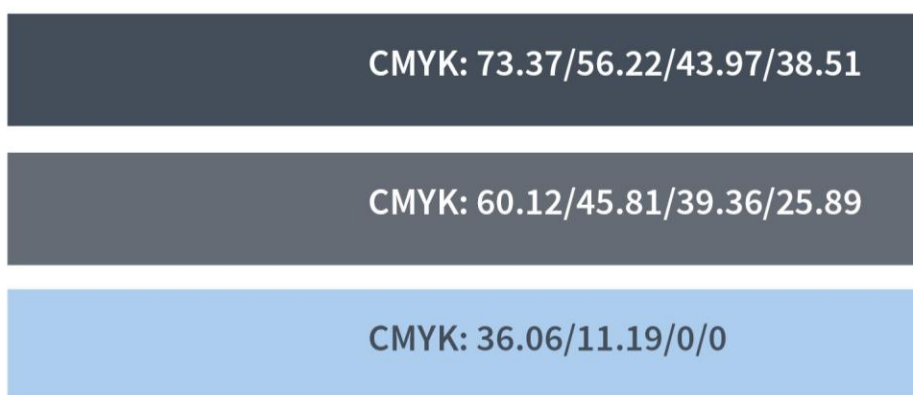
Con el objetivo de darle unidad a estos tres productos editoriales y que puedan ser reconocidos como parte de un mismo conjunto, se estableció una paleta de colores que estará presente en todos

ellos. Debido a que parte del concepto creativo es un diseño con aire entre los elementos, en el que destaque la fotografía y las dobles páginas no estén saturadas, se ha propuesto una paleta de colores sutiles, en tonos fríos que no destaquen por sí solos, sino que acompañen la composición.

Los colores seleccionados son tres y son los siguientes bajo el sistema CMYK (colores primarios de impresión: gris oscuro (73.37/56.22/43.97/38.51), gris claro (60.12/45.81/39.36/25.89), y azul (36.06/11.19/0/0).

Figura 1

Paleta de colores



Estos tres se han escogido en función de dos parámetros, el primero, técnico y, el segundo, simbólico. En cuanto al sentido técnico, el gris se eligió como una variante del negro que se encuentra en la tipografía, es decir, no se añade un matiz nuevo, sino solo un tono distinto del mismo, lo que hará que los elementos grises presenten una innovación al mirar la hoja, mas no desentonen con el resto. El sentido simbólico de este color yace en la cantera, piedra con la que fueron construidos muchos de los edificios coloniales más representativos de la ciudad, como la catedral y el palacio municipal; pero también es un color representativo de la modernidad, el metal, y los rascacielos con los que cuenta la zona más nueva de Puebla. Finalmente, no podemos dejar de mencionar que gris es el color con el que se identifican los volcanes (a la distancia), así como la ceniza que constantemente llega a la ciudad. De manera que hay varios elementos identitarios que se relacionan con este color.

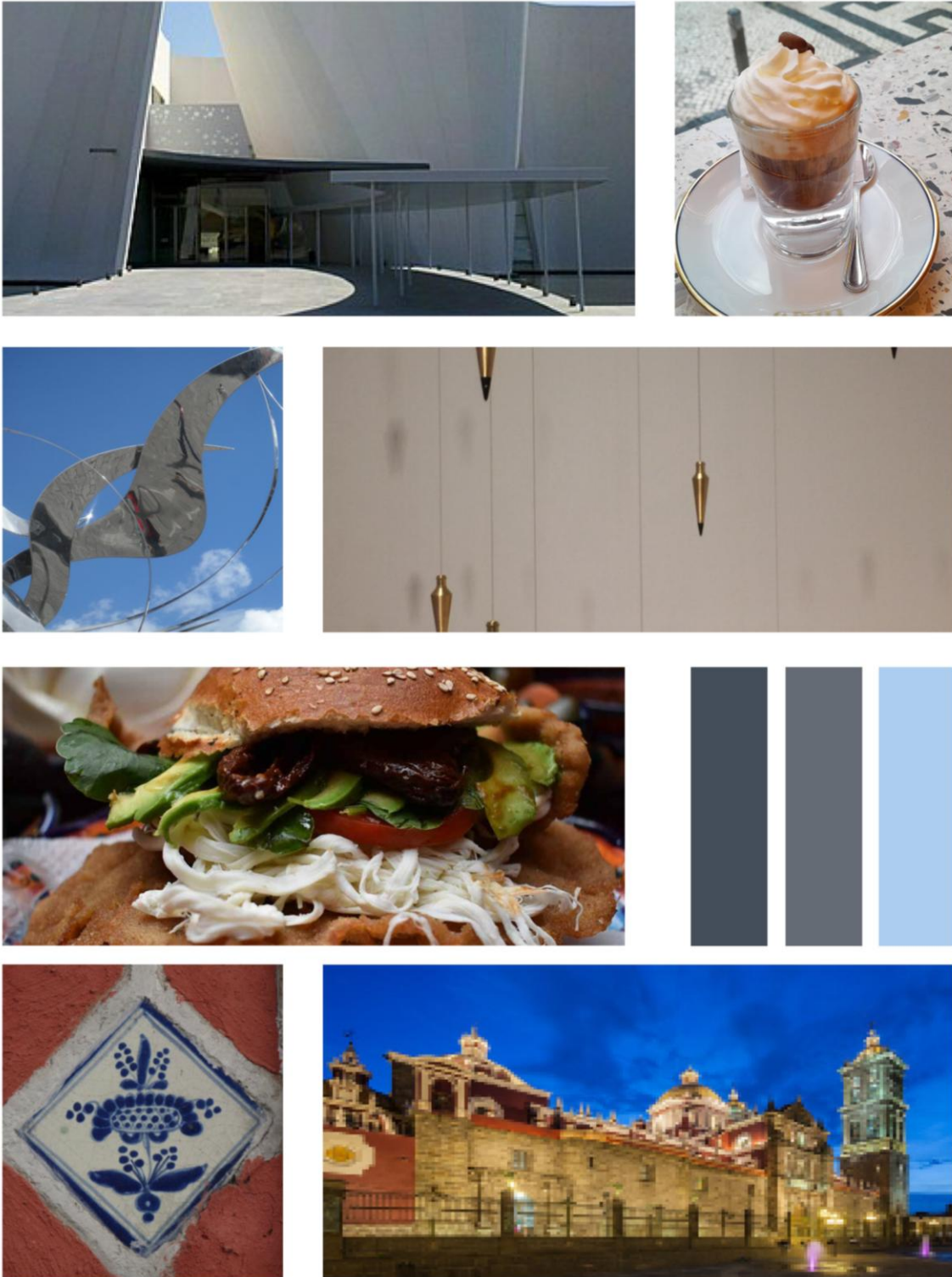
Por otro lado, el color azul es sumamente representativo de y en la ciudad, debido a que es el color predominante en la talavera. Sin embargo, dicho azul es más intenso y brillante, y puede tener

otras asociaciones (políticas, por ejemplo) que se busca evitar en estas publicaciones, de manera que se ha elegido otro tono de azul, con menos brillo y mayor saturación. El tono resultante se asemeja más al color comúnmente llamado azul cielo, lo que le otorga un nuevo significado simbólico, pues, como fondo de los volcanes antes mencionados, de manera que también hay una relación significativa entre la identidad de la ciudad y esta tonalidad de azul; una menos utilizada con anterioridad tanto en medios de comunicación, campañas publicitarias (tanto de marcas como de partidos políticos) así como en las publicaciones editoriales (como se puede observar en la comparación con otros productos).

Moodboard

Figura 2

Moodboard del concepto creativo



Capítulo 1. Libro

¿Qué es un libro?

El concepto de libro tiene diversas acepciones, según la disciplina desde la cual se lo mire. No obstante, a continuación, se busca llegar a una definición que englobe sus características editoriales con base en las propuestas de tres diferentes instituciones.

Como punto de partida, se toman las definiciones del diccionario de la Real Academia Española, el cual dice:

Libro. Del lat. *liber, libri*.

1. m. Conjunto de muchas hojas de papel u otro material semejante que, encuadernadas, forman un volumen.
2. m. Obra científica, literaria o de cualquier otra índole con extensión suficiente para formar volumen, que puede aparecer impresa o en otro soporte.
3. m. Cada una de ciertas partes principales en que suelen dividirse las obras científicas o literarias, y los códigos y leyes de gran extensión.

[...]

6. m. *Der.* Para los efectos legales, en España, todo impreso no periódico que contiene 49 páginas o más, excluidas las cubiertas.¹

Se puede notar que las definiciones citadas se centran en dos elementos: el carácter físico, es decir, el libro como objeto, y el carácter intelectual, o sea, su contenido (acepción 2). El segundo caso contempla ya una diferencia de soporte, lo que amplía el concepto del libro más allá de la fabricación en papel.

Para la siguiente referencia, resulta importante destacar la acepción 6 ya citada, pues es probable que tengan la misma fuente. La Unesco (1985) establece: “Se entiende por *libro* una publicación impresa no periódica que consta como mínimo de 49 páginas sin contar las de la cubierta, editada en el país y puesta a disposición del público” (p. 147). En esta definición sobresalen dos características: la primera, el carácter no periódico, es decir, cuya publicación es única (aunque pueda haber distintas ediciones o reimpressiones, la obra es la misma y no tiene relación con el tiempo en el que se publica), y la segunda es la cantidad de páginas; por algún motivo,

¹ Omito las acepciones 4 y 5 por tratarse de áreas ajenas al tema aquí desarrollado.

probablemente legal, esta cantidad determina la diferencia entre productos editoriales tales como libro y folleto, por ejemplo. Finalmente, la definición de la Unesco menciona la disponibilidad entre el público, sin importar el medio por el que este se difunda (sea impreso o digital).

Por último, la definición de libro establecida en la Ley Federal de Derechos de Autor de nuestro país.

Artículo 123.- El libro es toda publicación unitaria, no periódica, de carácter literario, artístico, científico, técnico, educativo, informativo o recreativo, impresa en cualquier soporte, cuya edición se haga en su totalidad de una sola vez en un volumen o a intervalos en varios volúmenes o fascículos. Comprenderá también los materiales complementarios en cualquier tipo de soporte, incluido el electrónico, que conformen, conjuntamente con el libro, un todo unitario que no pueda comercializarse separadamente.

En el texto anterior se identifican varias coincidencias con las definiciones antes citadas. Las principales: su exhibición única (en lugar de periódica), la variedad de soportes en los que puede publicarse y la diversidad de materias sobre las que se puede tratar en un libro. Una diferencia es que no especifica la extensión, aunque sí comprende materiales adicionales.

Para concluir, con base en estas tres definiciones de libro, construiré una que contemple todas estas características. Así, se entiende por libro: toda publicación unitaria, no periódica, difundida en un soporte impreso o digital, cuyo contenido sea una obra de carácter literario, científico, técnico o de cualquier otra índole.

Como se puede notar, no se retomó la extensión debido a que la variedad de soportes modifica, también, la contabilidad de esta.

Pese a que en la actualidad puede resultar sencillo definir un libro, este, como objeto, ha pasado por infinidad de cambios a lo largo de la historia, algunos de los cuales mencionaremos a continuación.

Historia

Para llegar a la definición de libro anterior, ha sido necesario considerar el desarrollo y la evolución no solo del libro en sí, sino de toda la sociedad y su contexto. Los orígenes del libro pueden rastrearse tan atrás en la historia como la humanidad misma (con el inicio del lenguaje y la

escritura, por ejemplo). En tiempos antiguos y, sobre todo, en Oriente y Medio Oriente, los libros tuvieron formas diversas. En China, por ejemplo, se fabricaron libros en rollos de tablillas de madera o bambú; en rollos de papel o pergamino; en forma de biombo; también se conocen los *libros torbellino* y los *libros mariposa*, cada uno de ellos fabricados con tamaños y materiales distintos (Piccolini, 2019, pp. 67-72).

Figura 3

Impresión en rollo de papel



Nota: *Sutra del diamante* (China, 886 d. n. e.). British Library

En otros territorios orientales, como Sumatra, fabricaban libros con papel y bambú sujetos con cordones. En esta zona (Indonesia y Medio Oriente), también existen antiguos libros con forma de biombo elaborados con corteza de diferentes árboles (Piccolini, 2019, pp. 80-81).

En América, por ejemplo, se fabricaban libros con forma de biombo, tiras y códices, hechos con papel amate o con piel de jaguar o venado, en los que se escribía mediante pictogramas e ideogramas, entre otros signos (Piccolini, 2019, p. 77). Posteriormente, con el establecimiento de las colonias europeas, en América se continuó con la tradición editorial occidental. Es por ello que, en este trabajo, me enfocaré en un momento un tanto más avanzado de este concepto; un momento en el cual se pueden identificar más semejanzas con la actualidad, puesto que se trata ya de un códice y no de rollos: la Edad Media.

Figura 4

Escritura en papel amate



Nota: Hoja de la Matrícula de Tributos (s. XVI). De Códices INAH (<https://www.codices.inah.gob.mx/pc/index.php>).

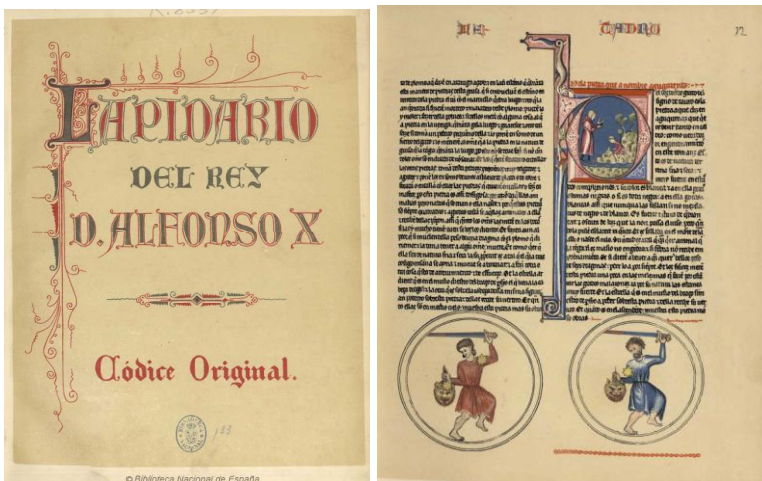
Durante este periodo (ss. V al XV d. n. e.), comenzó una de sus más importantes transformaciones. En la Alta Edad Media, la población general era analfabeta; solamente los miembros del clero tenían acceso a la lectura y la escritura, por lo que fueron los frailes y monjes los que se dedicaban a la reproducción de manuscritos. Gracias a los copistas, todavía se conservan diversos ejemplares de estos manuscritos medievales. Cabe destacar que esta laboriosa tarea de copiar (a mano) no solo era una labor de preservación de los textos religiosos, sino que también se veía en ella un acto de penitencia y acorde con la vida ascética y ermitaña propia de estos religiosos (factor clave para la perseverancia de estos monjes). En definitiva, copiar todos estos manuscritos no tenía la finalidad de difundirlos, puesto que pocos sabían leer y escribir; el objetivo era meramente la conservación de los documentos, por lo que los textos que se copiaban eran, sobre todo, biblias, evangelios, oraciones, entre otros documentos de carácter secular.

Con el paso de los siglos, la sociedad cambió. En la Baja Edad Media, entre los siglos XI y XII, Europa alcanzó cierta estabilidad política y económica (aunque las guerras no cesaron, sí se redujeron los estragos que causaban en la población). Además, los viajes comerciales a Oriente llevaron al continente europeo conocimiento y tecnología que fueron aprovechados. Esta paz y crecimiento económico propició el desarrollo de las ciudades como centros comerciales y culturales, de manera que, para el siglo XIII, comenzaron a constituirse las primeras universidades.

Ya desde cien años atrás, en Toledo, en la actual España, se había destacado la Escuela de Traductores, como un fenómeno intelectual.

Figura 5

Libro impreso en códice



Nota: Página del *Lapidario del Rey Alfonso X* (s. XIII). De Biblioteca Nacional de España. (<https://www.bne.es/es/blog/blog-bne/libro-ilustrado-espanol-i-manuscritos-iluminados>)

Dicho crecimiento de la cultura y el interés social por el estudio y la ciencia abrieron las puertas a un nuevo mercado. Las universidades comenzaron a formar intelectuales interesados en conocer los textos antiguos; ya no solo a los miembros de la Iglesia les importaba tener acceso a los manuscritos. No obstante, los métodos de producción de libros seguían siendo los de antaño: mediante amanuenses. La diferencia era, entonces, la participación de una mayor cantidad de copistas para satisfacer las necesidades de un público más numeroso (Sánchez, 2016).

En este periodo, con los cambios sociales acaecidos, la industria editorial también tuvo que adaptarse. Si bien la forma de producción no había cambiado, el *estilo visual* de los ejemplares sí. Durante los últimos siglos de la Baja Edad Media, destacó el libro gótico. Esto nos habla de una combinación entre el arte del momento (en la arquitectura, por ejemplo, también sobresale el gótico) y el *diseño* de libros. Estos habían dejado de ser solo un medio para conservar un texto (quizás nunca fueron solo eso); ahora eran un elemento característico de la estética del momento. El cuidado de las letras (hechas a mano) con un mismo estilo, la decoración de los márgenes y las ilustraciones en cada página hacen de estos ejemplares un modelo de diseño editorial. Por lo tanto,

cuando, un par de siglos después, la imprenta toma su lugar en la industria editorial, no hace más que reforzar y agilizar los procesos que ya se realizaban antes.

Con la fabricación de papel (de menor costo) y la llegada de la xilografía a Europa (proveniente de Asia), la publicación de libros era ya una industria *dominada*. De manera que, para el siglo XV, la impresión con tipos móviles (de madera) era una realidad que no terminaba de perfeccionarse pese a los muchos intentos. Fue el alemán Johann Gensfleisch zum Gutenberg quien tuvo la fortuna de encontrar los mecanismos adecuados para imprimir un libro tipográfico alrededor de 1450. La aleación de metales y el mecanismo de tipos móviles reutilizables fueron la combinación que Occidente necesitaba para agilizar la impresión de libros.

Figura 6

Libro encuadernado (formato de códice)



Nota: Libro del siglo XVII, del archivo de la Biblioteca Plafoxiana (fotografía propia).

En el siglo XIX, la industrialización llegó a todos los sectores, incluyendo el editorial. En esta época la producción aumentó, al igual que el público lector (más personas sabían leer y tenían acceso a un mayor número de libros). Tras la imprenta de tipos móviles, la invención de la rotativa permitió la impresión de nuevos elementos que atrajeran a los lectores; de ahí provino un nuevo desarrollo de la tipografía, el diseño y la imagen en los libros (Meggs y Purvis, 2009, p. 134).

Si bien este no es el final de la historia de libro, en adelante, los cambios que sufrieron el libro como objeto y la industria editorial fueron, más bien, perfeccionamientos de técnicas, así como un mayor desarrollo de todos los elementos relacionados con el diseño.

Hasta entrado el siglo XXI, el libro volvió a ser protagonista de un cambio. Con el desarrollo y expansión de la tecnología digital, desde principios de siglo comenzaron a comercializarse los libros electrónicos. Estos, a diferencia de un libro en formato PDF o e-book, requieren de una estrategia de diseño distinta: las posibilidades que ofrecen al lector (texto fluido, cambio de fuente y tipografía) hacen que el diseño editorial se enfoque en otros elementos más bien interdisciplinarios, tales como el uso de hipervínculos, la incorporación de imágenes y videos, entre otros, que nos hablan de una vinculación entre el libro como lo conocemos y una nueva herramienta digital que traspasa los límites del concepto tradicional de libro.

El título

Este es un libro conmemorativo que se basa en el principio del diccionario (dar una definición sobre diversos términos), mas aplicado al sentido particular que se atribuye a ciertos conceptos en la ciudad de Puebla. Por tanto, se buscó un título que reflejara ambas características. *Las letras de Puebla* hace referencia al abecedario (guía de un diccionario y de esta compilación) al mismo tiempo que enfatiza la especificidad de lo local en cuanto al uso de los términos que en el libro se mencionan. Además, refiere a la construcción de una identidad a través del lenguaje, sus conceptos propios y su uso particular.

Por lo general, al hablar de identidad, lo primero en lo que se piensa es en la historia, en la gastronomía y el arte, no obstante, es la lengua el elemento vivo que une y caracteriza a una comunidad. Por ello, considero importante recopilar y destacar estas palabras y el uso del lenguaje (de las letras) para construir la identidad poblana actual.

Estructura

Las letras de Puebla es un libro impreso conmemorativo que busca difundir conceptos representativos de la identidad poblana. Este libro se compone por un conjunto de términos para cada una de las letras del abecedario. Asimismo, cada sección (o letra) irá acompañada por una fotografía.

Cada letra del abecedario se considera una sección del libro, a estas se le dedicarán dos dobles páginas. En las primeras, se encontrará el inicio de sección (en el que destaca la letra) y una fotografía. En las siguientes, se presentarán los conceptos y sus definiciones.

Contenidos

Si bien, como objeto conmemorativo, no es un diccionario de consulta como tal, este se conformará por explicaciones o glosas de términos que tengan un significado particular o especial en la ciudad, es decir, no tendrá definiciones técnicas, sino textos informativos sobre la relación del texto con la ciudad. A continuación, se presentan dos ejemplos de dichos textos:

Batalla: Puebla es reconocida por su defensa del país durante la Batalla del 5 de mayo, cuando, bajo el mando del general Zaragoza, tanto el ejército como el pueblo se levantaron en armas para detener el paso del ejército francés. Hoy en día, el desfile con el que se conmemora esta batalla es uno de los eventos más importantes en la ciudad.

Cemita: Platillo monumental, la cemita es un reto para los visitantes, pero un gusto para los locales. Una variante de la torta, hecha con un pan especial (también llamado cemita). El ingrediente principal varía (jamón, milanesa, pata) pero siempre está rellena de aguacate, queso, chipotles dulces y, por supuesto, pápalo, que es una hierba aromática.

Por cada sección se incluirán cuatro conceptos con el objetivo de dar uniformidad al documento y evitar que haya secciones con más términos que otros. Además, se ha determinado dicha cantidad para que se presenten de manera equilibrada en la página, cada uno con suficiente espacio.

Formato

El libro *Las letras de Puebla* tendrá un formato cuadrado, de 15 x 15 cm. Debido a que el libro se plantea como objeto conmemorativo, se propone un formato poco usual. Ello con el objetivo de que destaque desde su forma, pero que también sea accesible para todos los ciudadanos tanto en el aspecto económico como en el de su consulta y conservación en casa.

Ficha técnica

Cuadro 2

Datos técnicos del libro

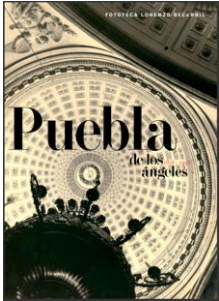


Las letras de Puebla

Tamaño final	30x15 cm
Tamaño extendido	40.5x15 cm
Formato	Cuadrado
Soporte	Impreso
Número de páginas	112 páginas
Fuente tipográfica	Book Antiqua Source Sans Pro
Papel para interiores	Bond 120 g
Papel para forros	Cartulina cuché 300 g
Descripción cromática	Interiores: 4x4 Forros: 4x0
Imágenes	27 fotografías
Encuadernación	Rústica; <i>hot melt</i>
Acabados	Laminado mate
Tiraje	500

Productos editoriales similares

A continuación, se presenta una tabla con otros productos editoriales que son similares al libro que aquí propongo. En dicha tabla se menciona su formato, contenido y editorial.

Cuadro 3
Productos similares

	<i>Puebla de los Ángeles. 1858-1993</i>	<i>Memoria de la ciudad</i>	<i>La Puebla de los Ángeles en el Virreinato</i>
			
Formato	Vertical; impreso; a color encuadernación rústica	Digital (Issuu) e impreso; cuadrado	Vertical; impreso; a color; pasta dura (mayor que carta)
Tema principal	Historia de Puebla. Fotografía documental de la población.	Información sobre el archivo histórico del ayuntamiento de Puebla	Historia del virreinato en Puebla
Edición	2005 UDLAP	2022 Ayuntamiento de Puebla y UDLAP	2016 UPAEP

Una de las características que comparten estos libros con el que propongo es su perspectiva histórica, la importancia de la fotografía y el diseño. En todos los casos, se cuenta con un diseño editorial cuidado, lo que demuestra un interés visual y no solo de contenido (como ocurre en los casos que veremos más adelante).

Algunas de las principales diferencias que hay entre estos ejemplos y el libro aquí propuesto se encuentran las siguientes: con respecto al contenido, un enfoque más global de la historia de la ciudad, pues todos estos se centran en un periodo específico (el virreinato o el s. XIX-XX), mientras que este busca capturar la identidad cultural que se ha construido a lo largo de sus quinientos años y no solo en una época. Por otro lado, en lo referente al diseño, una diferencia es el tipo de fotografías que se utilizarán por su variedad temática y estilo dinámico (mediante los planos empelados, como se explica en el apartado correspondiente), no solo de personas, sino de lugares, comida y objetos identitarios.

Hay otras publicaciones referentes a la historia de la ciudad con menos coincidencias con el que se desarrolla en esta tesina. Existe una colección del autor Jesús Rojas Muñoz. Cada uno de sus libros aborda un tema o periodo de la historia de la ciudad. Estos cuentan con un formato media carta, vertical, encuadernación rústica; algunos títulos son: *Puebla ante la invasión norteamericana*, *Maximiliano y Carlota en Puebla*. No obstante, por su tema y formato, estos libros se orientan más hacia la divulgación que hacia una edición especial o conmemorativa.

También se encuentran obras como: *Puebla a través de la lupa* (tamaño carta, pasta dura, forros a color); *Puebla antigua a través de mis ojos* (carta, pasta dura); *El mobiliario de Puebla*, *La catedral de Puebla. Su proceso constructivo*, *Rescatando la indumentaria de la china poblana* (todos estos en tamaño A4, pasta dura, forros a color). Dichos títulos cuentan con un tamaño y encuadernación que destacan, por lo que podemos considerarlos una edición especial, si bien no conmemorativa, sí que busca ser un libro de colección más que informativo.

Ventaja competitiva

A partir de la comparación con los productos editoriales aquí mencionados, podemos identificar las ventajas del libro propuesto: una de ellas es el formato. Como ya se ha mencionado, la mayoría de los libros que buscan formar parte de una colección o destacar tienen un tamaño grande (A4 o mayor) y, por lo general, vertical, asimismo, cuentan con una encuadernación en pasta dura e, incluso, con camisa (cubierta de los forros). El libro que propongo destaca por su forma cuadrada (diferente al formato vertical sin importar el tamaño) y por contar con una medida accesible, fácil de manipular para su lectura, almacenamiento y traslado, similar a una edición de bolsillo.

El libro *Las letras de Puebla* tendrá los elementos de un libro conmemorativo: imágenes de gran formato, a color, una forma llamativa, solapas, pero con un tamaño manejable, que reduce los costos de producción y lo hace más accesible para todas las familias poblanas.

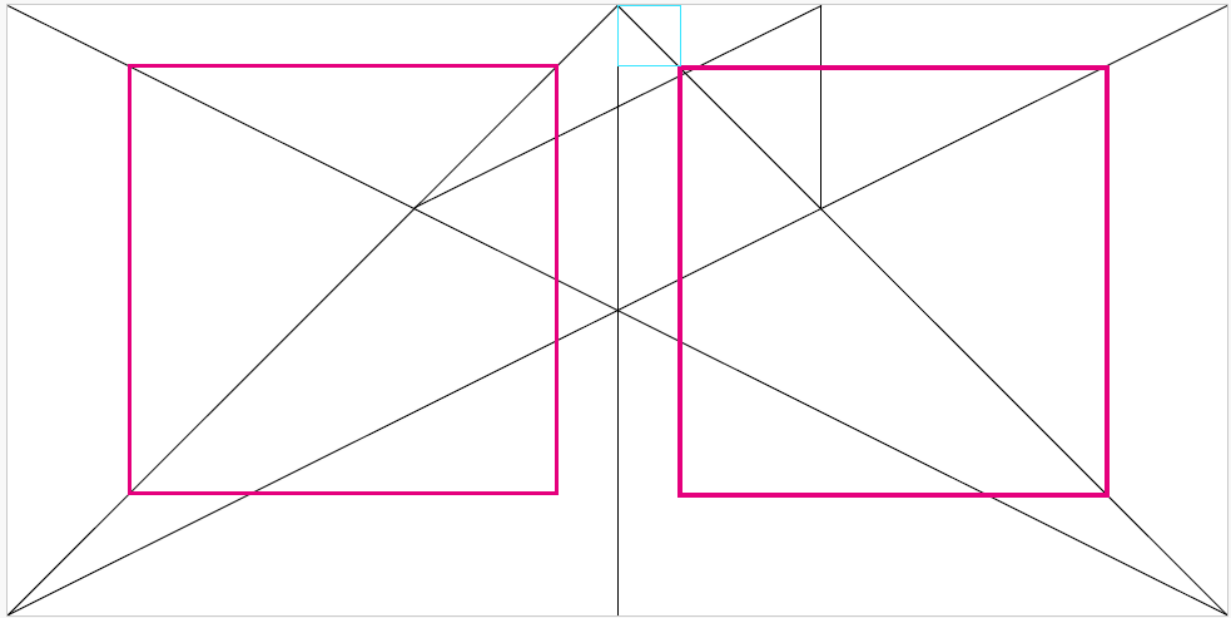
Retícula

Una retícula, de acuerdo con Kane, es “una trama de líneas horizontales y verticales que se intersecan a intervalos regulares” (2024, p. 178). Este sistema es de suma importancia en el diseño editorial debido a que se emplea “para resolver problemas visuales [...] Organizar las superficies y los espacios de acuerdo con una retícula permite al diseñador ordenar los textos, las fotografías, los diagramas, etc., según criterios objetivos y funcionales” (Müller-Brockmann, 2024, p. 13).

Una vez seleccionado el tamaño final del libro, es necesario establecer la retícula con la que se va a trabajar. En este caso, debido a los elementos con los que cuenta esta variante de diccionario, es fundamental contar con un sistema que permita manipular la composición de manera dinámica, estética y ordenada al mismo tiempo.

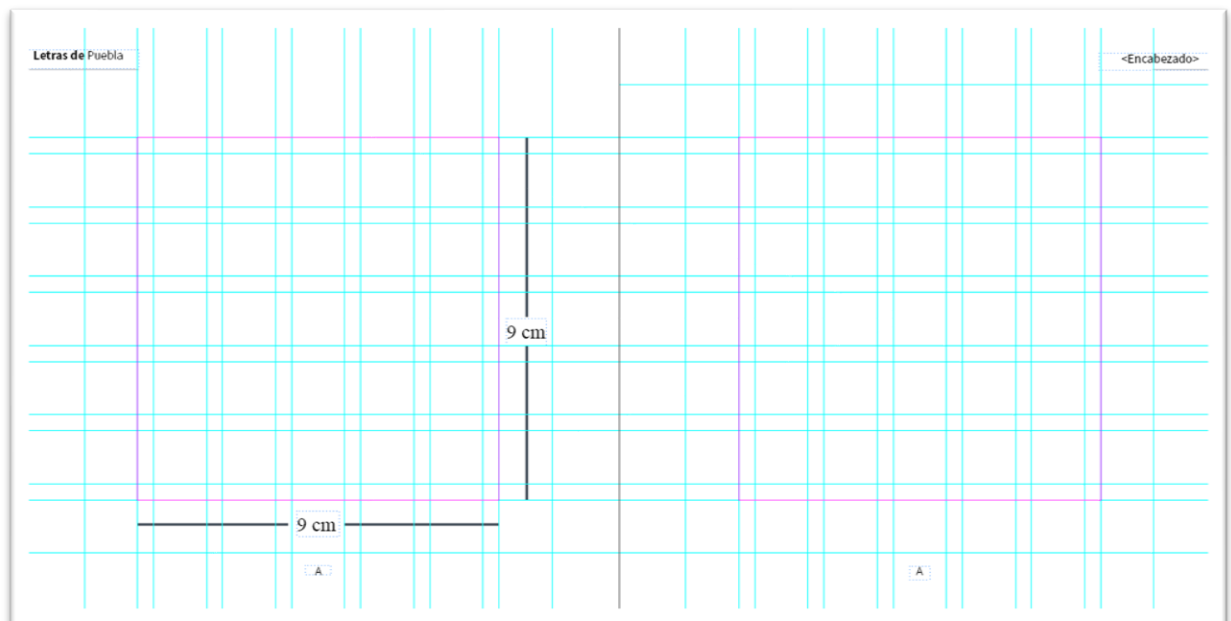
Para seleccionar la retícula, se tomó como base la sección áurea: un modelo de proporción que ha existido desde la Antigüedad; para llegar a dicha proporción, empleé el diagrama de Van der Graaf. Con base en estos trazos sobre la página (figura 3), obtuve el módulo mínimo correspondiente a la novena parte de la página, como se muestra a continuación.

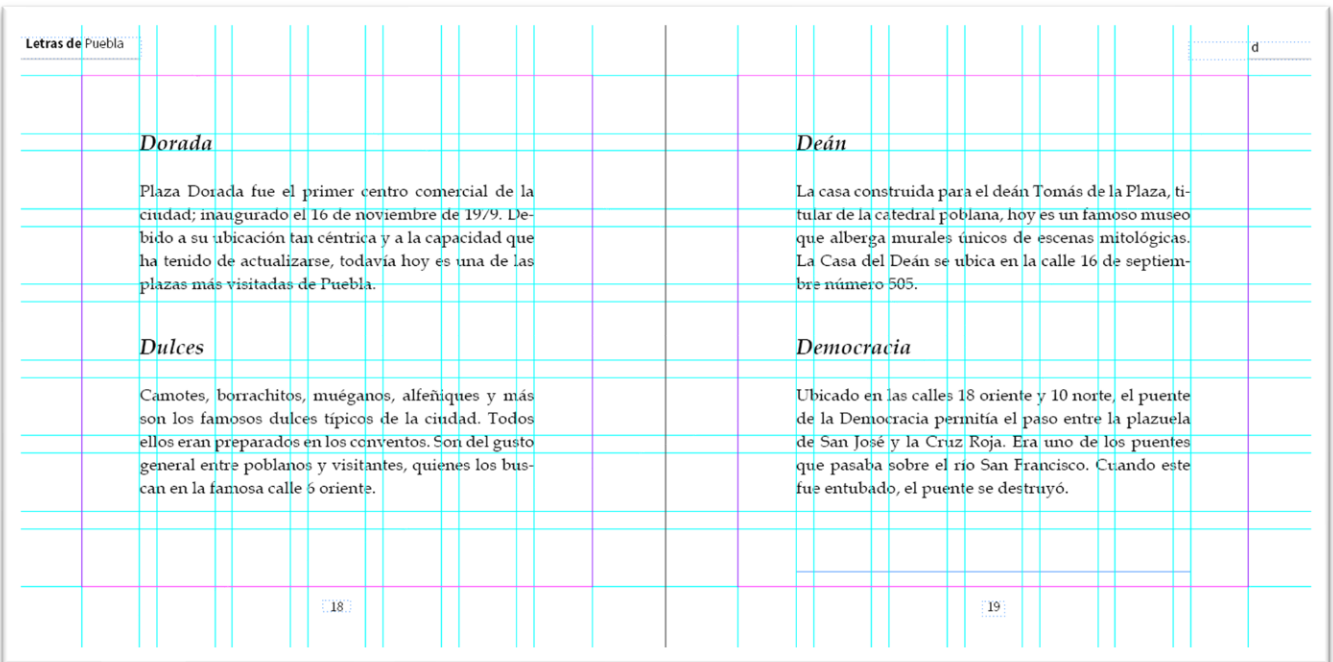
Figura 7
Diagrama de Van der Graaf



Con base en ello, se dividió la página en nueve módulos verticales y ocho horizontales. También, a partir de dicha medida, se establecieron los márgenes. Una vez identificada la caja de texto, fue posible colocar las cornisas y el folio, junto con su correspondiente imaginería.

Figura 8
Reticula modular





Tipografía

La tipografía seleccionada para la composición del cuerpo de texto del libro fue Book Antiqua. Esta fuente fue diseñada por Hermann Zapf, para la compañía Monotype. Es considerada una versión de su propia fuente, Palatino.

Seleccioné esta fuente con base en dos criterios. Por un lado, la pertinencia técnica, pues es recomendable emplear fuentes con patines (*serif*) para documentos impresos y de lectura extensa. Si bien este no es un libro extenso, sí es impreso y destinado a la lectura. Por otro lado, el significado que connota: las tipografías con patines se asocian con un estilo elegante y son las más utilizadas en la literatura, de manera que añaden al libro un toque de seriedad y relevancia que es importante en un libro conmemorativo. Además, esta familia cuenta con las tres variantes indispensables: *bold*, *itálica* y regular.

Figura 9

Muestra tipográfica Book Antiqua

Book Antiqua

The quick brown fox jumps over the lazy dog

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm

Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890 (.,!/?#\$%&* / \ @ : ;)

Esta fuente se empleará en el cuerpo de texto del libro, lo que incluye los siguientes elementos: letra inicial de cada sección, conceptos que se definirán, definiciones. La tipografía es un elemento relevante en la composición de este libro, pues cada sección inicia con una letra (debido al carácter de diccionario). Para el inicio de dichas secciones, se utilizará la letra del abecedario en minúscula debido a que estas tienen trazos más atractivos que las mayúsculas (que suelen ser más rígidas o solo basarse en la asta de la letra). En las minúsculas destacan los ascendentes y descendentes, así como el cuello de la g, las lágrimas, oreja y uña de algunas grafías.

Como se observa en la imagen anterior, el inicio de sección mantiene un equilibrio entre la imagen y la letra inicial a gran tamaño (200 pt). En este caso, la importancia del título (la letra en sí) estará determinada por el tamaño, pues no se empleará un peso ni estilo distinto (ni *bold* ni *itálica*).

En cuanto a los conceptos y sus definiciones (en las siguientes dobles páginas), se compondrán con esta misma tipografía. Los conceptos, a manera de subtítulo, se encontrarán en *itálicas* con un puntaje de 14 pt y se diferenciarán del concepto por el espacio en blanco (0.5 mm); por último, las definiciones estarán en redondas con un puntaje de 11/15, como se muestra a continuación. Finalmente, solo se empleará una tipografía distinta para los folios y las cornisas. En esos casos, se usará Source Sans Pro, la cual se definirá en el apartado correspondiente a la revista.

Márgenes y caja tipográfica

Los márgenes se establecieron con base en la retícula antes mencionada. Todos los márgenes son simétricos de 3 cm por lado, lo que da como resultado una caja tipográfica de 9 cm. Las cornisas y el folio se encuentran fuera de dicha caja.

En cuanto a la descripción tipográfica, los elementos se constituyen de la siguiente manera:

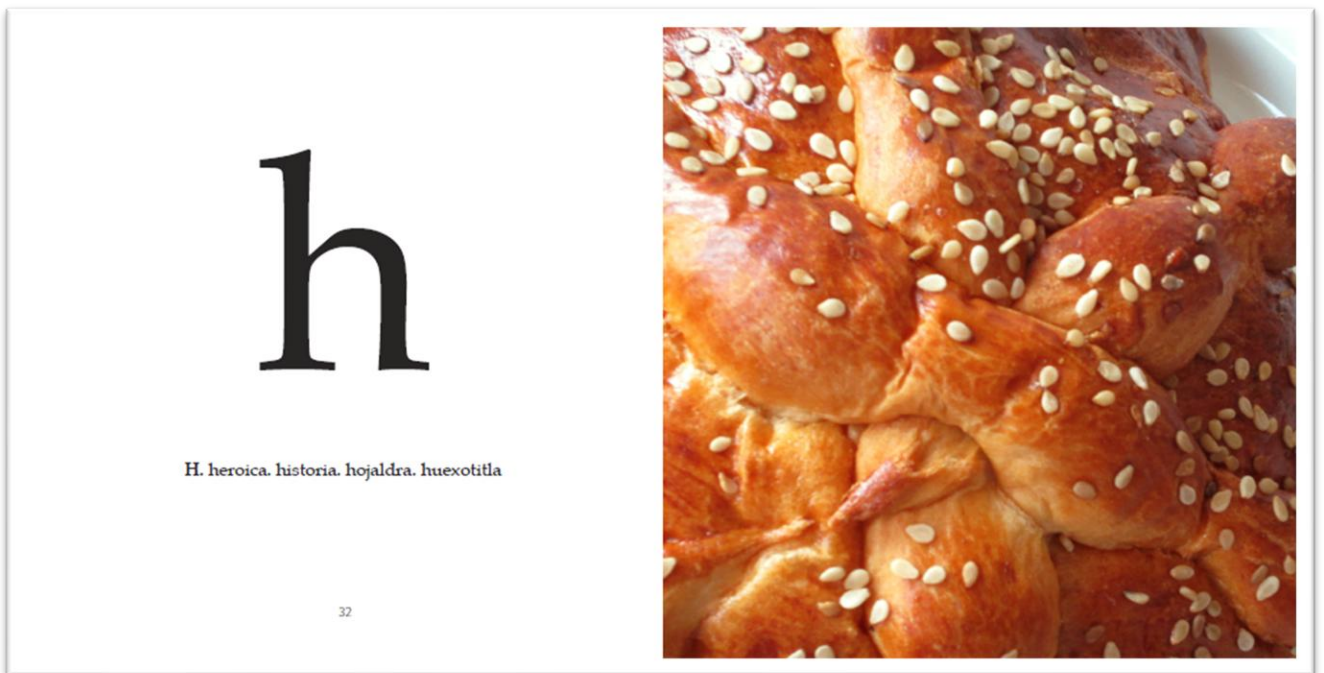
- **Inicial de sección**
 - Tipografía: Book Antiqua
 - Estilo: Regular
 - Tamaño de la fuente: 200 pt
 - Interlínea: 240 pt
 - Párrafo: Centrado
- **Conceptos en página de inicio de sección**
 - Tipografía: Book Antiqua
 - Estilo: Regular/primer letra: *bold*
 - Tamaño de la fuente: 12 pt
 - Interlínea: 14.4 pt
 - Párrafo: Centrado
- **Conceptos (subtítulo)**
 - Tipografía: Book Antiqua
 - Estilo: *bold* itálica
 - Tamaño de la fuente: 14 pt
 - Interlínea: 16 pt
 - Párrafo: Alineado a la izquierda
- **Definiciones**
 - Tipografía: Book Antiqua
 - Estilo: Regular
 - Tamaño de la fuente: 11 pt
 - Interlínea: 15 pt
 - Párrafo: Justificado con la última línea alineada a la izquierda

- **Cornisas**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *bold/ light*
 - Tamaño de la fuente: 9 pt
 - Interlínea: 11 pt
 - Párrafo: Centrado

- **Folios**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: Regular
 - Tamaño de la fuente: 9 pt
 - Interlínea: 11 pt
 - Párrafo: Centrado

A continuación, se muestra un ejemplo de dichas composiciones tipográficas.

Figura 10
Ejemplos de doble página del libro



Alfeñique

El alfeñique es un tipo de dulce de diferentes formas hecho con azúcar. La Casa del alfeñique tiene detalles que simulan estos dulces, de ahí su nombre. Ubicado en la en la 4 ote. 416, actualmente es un museo digno de visitar, por su decoración e historia.

Áfricam

Es un parque de conservación de vida silvestre mexicano. Aquí, los animales deambulan en libertad controlada. Fue fundado por Carlos Camacho. Es uno de los destinos favoritos de todo México.

Analco

Del nahuatl, 'al otro lado del río'. Es un barrio colonial ubicado al sur del río San Francisco. En esta zona vivían los indios durante la colonia. Hoy, en su parque principal, se celebran ferias y mercadillos cada fin de semana y en temporada navideña.

Ángeles

En su fundación, ciudad recibió el nombre de Puebla de los ángeles, debido a la leyenda de que estos personajes colocaron la campana de la catedral.

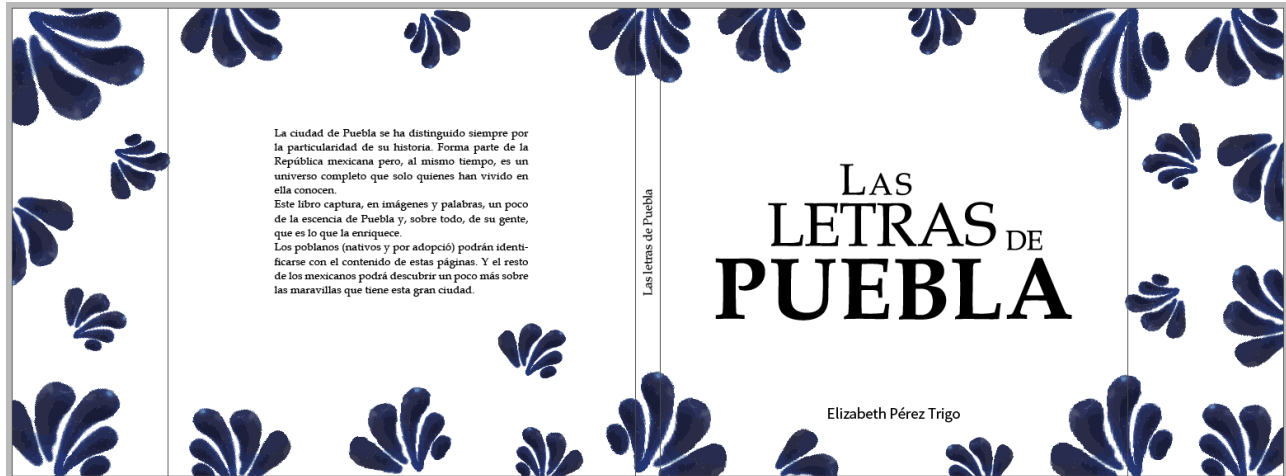
Paleta de colores

En el libro, la paleta de colores estará presente únicamente en elementos tales como plecas que acompañan los folios y cornisas, así como en el índice y colofón. Esto debido a que, en el diseño del libro, la fotografía tiene un lugar fundamental, de manera que se procurará no incluir más elementos (colores) que puedan desviar la atención, restar importancia a la imagen o saturar la doble página.

Forros

Para los forros del libro, se retomó el motivo de la talavera. Estos cuentan con solapas de cinco centímetros cada una, en las cuales no se colocó texto ni ningún tipo de información, estas son meramente decorativas. A lo largo de todos los forros se integró un vector realizado con base en una fotografía de una pieza de talavera, de manera que se despliegue como si el libro mismo fuera hecho con esta técnica.

Figura 11
Forros extendidos del libro

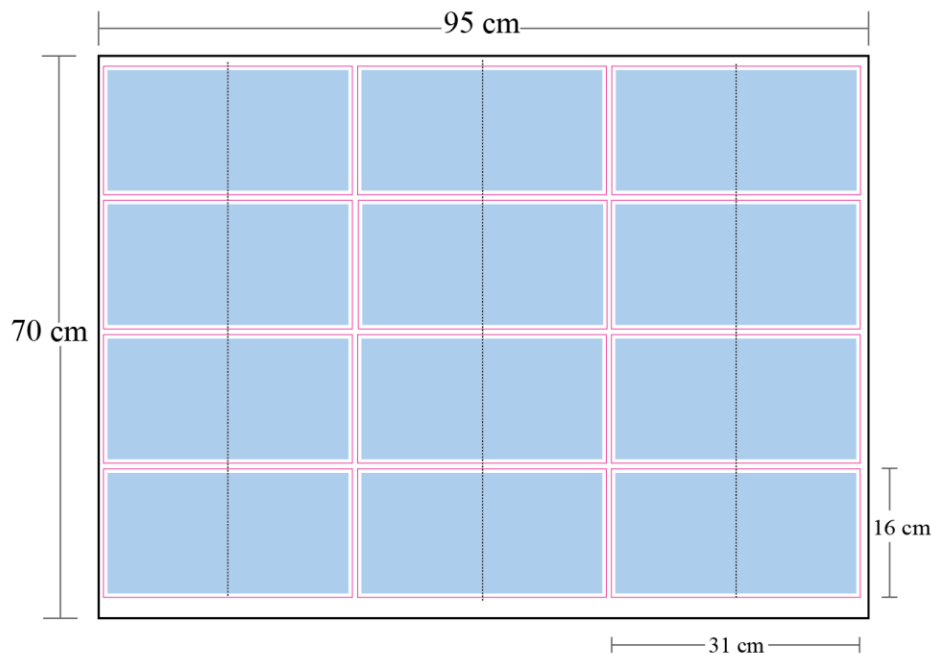


Pliegos

Con base en las medidas finales del libro, se puede utilizar un pliego de papel bond de 95 x 70 cm para la impresión. En este, caben doce pliegos (dobles páginas), con lo que se tiene un aprovechamiento de 82%, como se muestra a continuación. En el siguiente diagrama, se contempla un tamaño extendido de 15 x 30 cm de cada página, más 5 mm de sangrado para la impresión de las imágenes, por lo que el tamaño final es de 16 x 31 cm.

Figura 12

Plano de distribución de páginas en pliego



Fotografías, imágenes e ilustraciones

Como se ha mencionado anteriormente, las imágenes son una parte importante en el diseño de este libro, pues en ellas recae casi todo el peso visual del diccionario. De acuerdo con Íñigo y Makhlouf, “Uno de los elementos bbásicos en el diseño editorial es la imagen, su inclusión es fundamental ya que refuerza, explica y amplía, mediante el lenguaje visual, el contenido del libro, revista o periódico que ser está diseñando” (2014, p. 83).

En el caso del libro, el objetivo de las imágenes es reforzar un concepto. Este es un libro conmemorativo que se dirige a un público conocedor del tema, es decir, gente de la ciudad que ya conoce los términos planteados en el diccionario, por lo que las imágenes no son explicativas, sino ilustrativas.

Los autores citados clasifican las imágenes en tres tipos: ilustración y sus diferentes técnicas, fotografía e infografía. En este caso, solamente se utilizarán fotografías. A su vez, Íñigo y Makhlouf mencionan que existen diferentes tipos de fotografías como documental, publicitaria o

artística, entre otras (2014, p. 90). Como mencionamos recientemente, las fotografías de este libro buscan ser artísticas, es decir, “tienen un propósito tanto conceptual como visual” (2014, p. 90).

En cuanto al formato, serán imágenes a color sangradas (es decir, con un rebase de 3 mm fuera de la página), por lo que se apegarán al tamaño de la página (15 x 15 cm). Dichas fotografías fueron tomadas con una cámara digital y, desde el principio, se buscó que contaran con las características necesarias para su impresión (300 ppp).

Cada fotografía forma parte del inicio de sección del diccionario, por lo que su contenido corresponde con una de las palabras definidas en esa sección. No obstante, como se ha mencionado ya, estas no serán explicativas, pues los lectores ya conocen cada uno de estos conceptos. Las fotografías se tomaron con un plano detalle (o primerísimo primer plano), el cual “toma un detalle concreto: un fragmento del rostro, un objeto” (Ramírez, 2016, p.356). Mostrar solo un fragmento o detalle de cada objeto apela al conocimiento del lector sobre estos, además de que establece una relación de cercanía con ellos.

Figura 13

Ejemplos de fotografías del libro

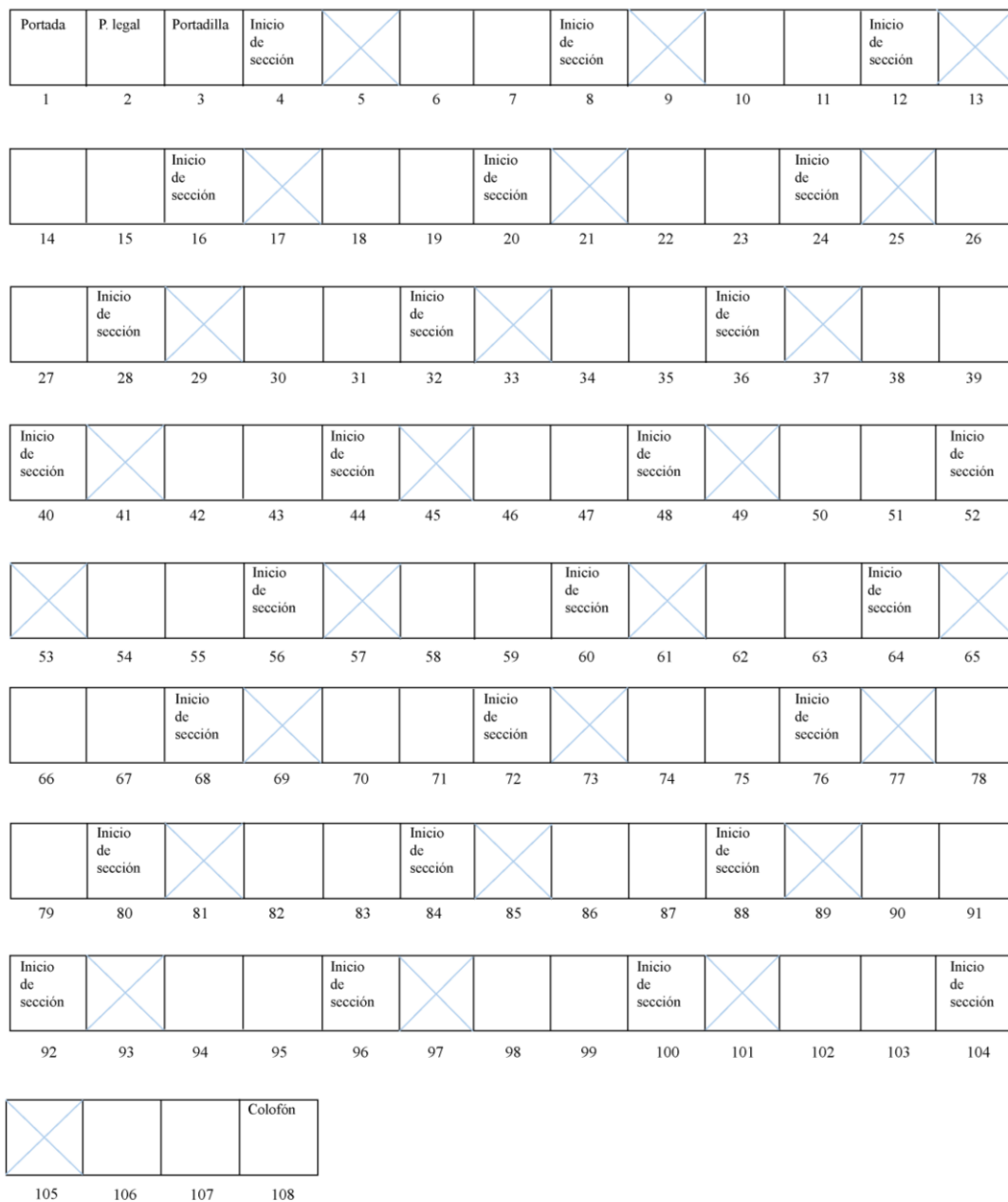


Imposición de páginas

En un diagrama de imposición de páginas, o planillo, se puede observar la distribución general de los contenidos de una publicación. A continuación, se muestra el esquema correspondiente al libro, en el cual se visualiza la disposición del contenido textual y gráfico (fotografías).

Figura 14

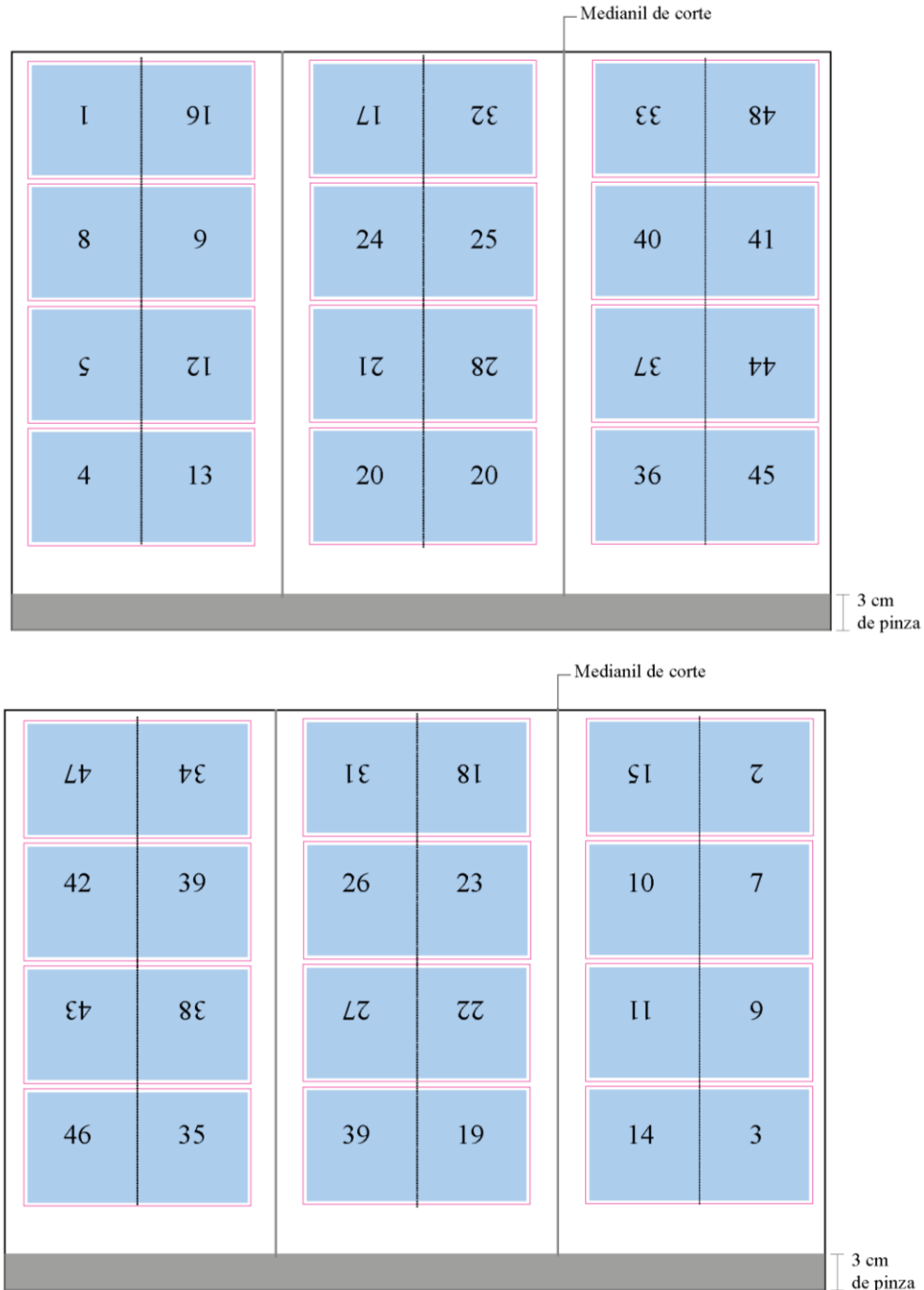
Planillo

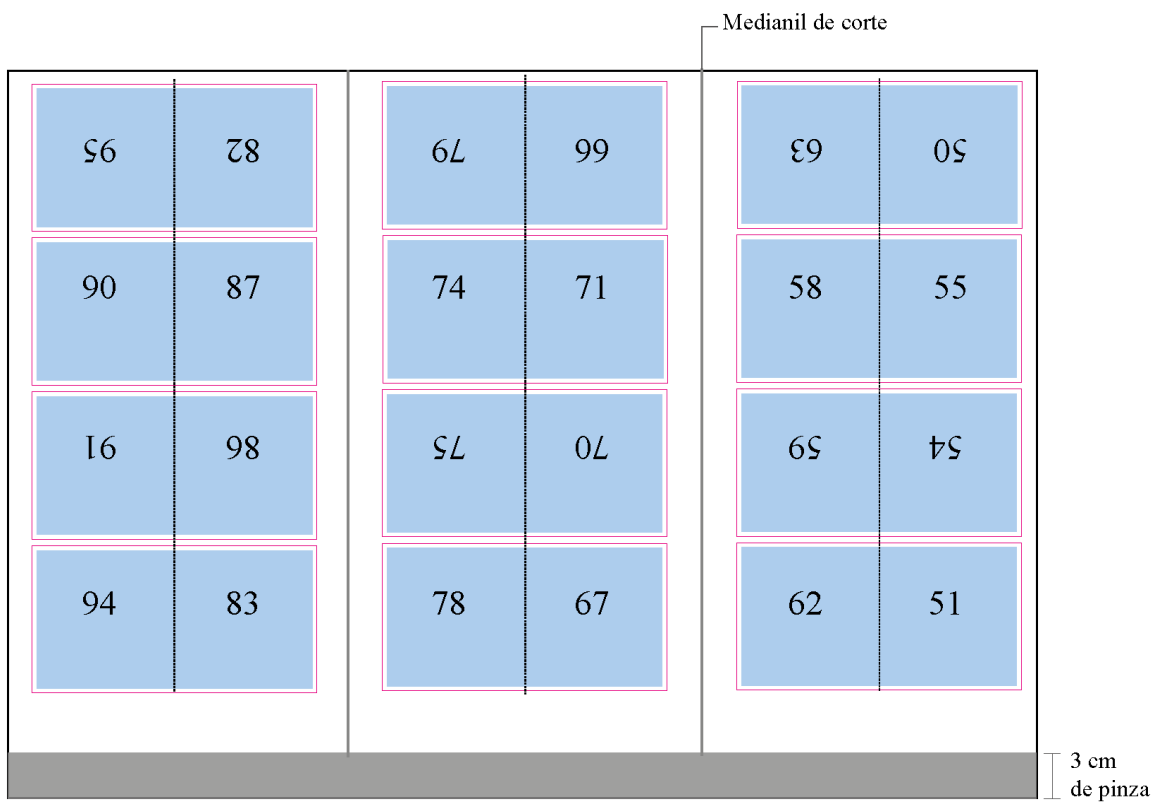
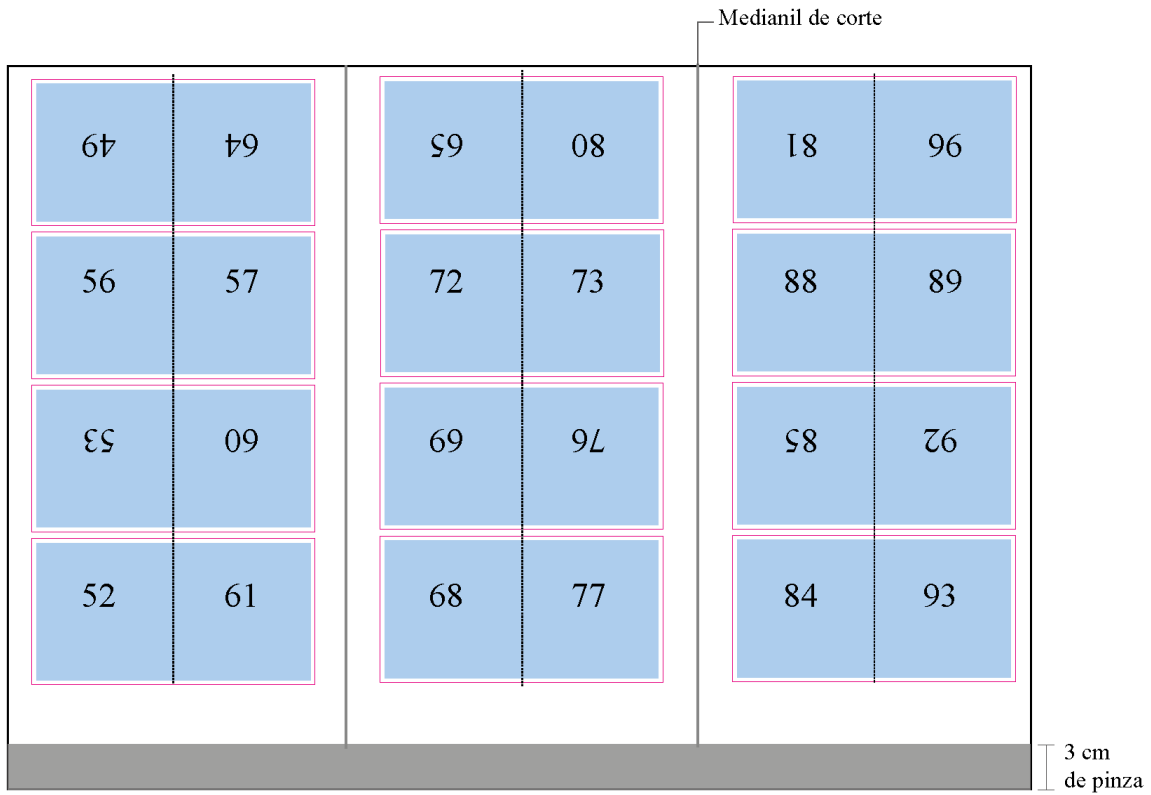


Compaginación

En caso de impresión en offset, la compaginación del libro se realizaría como se muestra en la siguiente figura. Como se puede identificar, la impresión de un ejemplar requeriría de dos pliegos y un tercio; en el espacio restante se colocarían las páginas de un nuevo ejemplar.

Figura 15
Compaginación en pliego para impresión





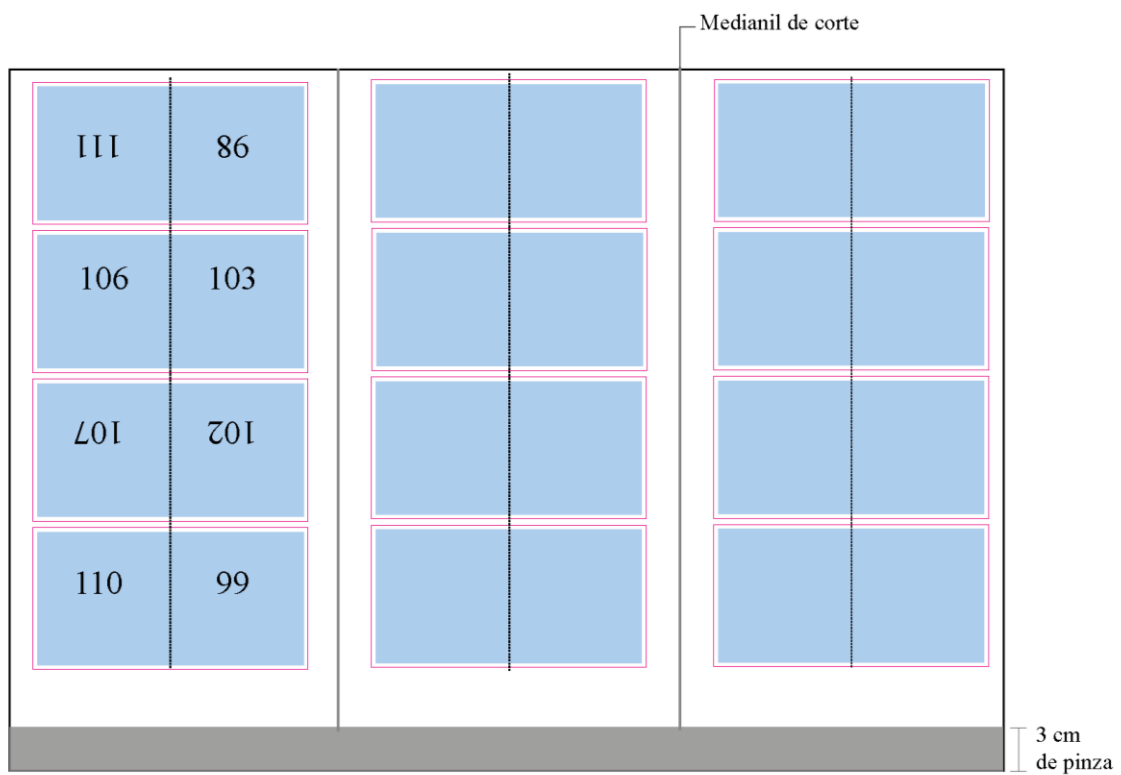
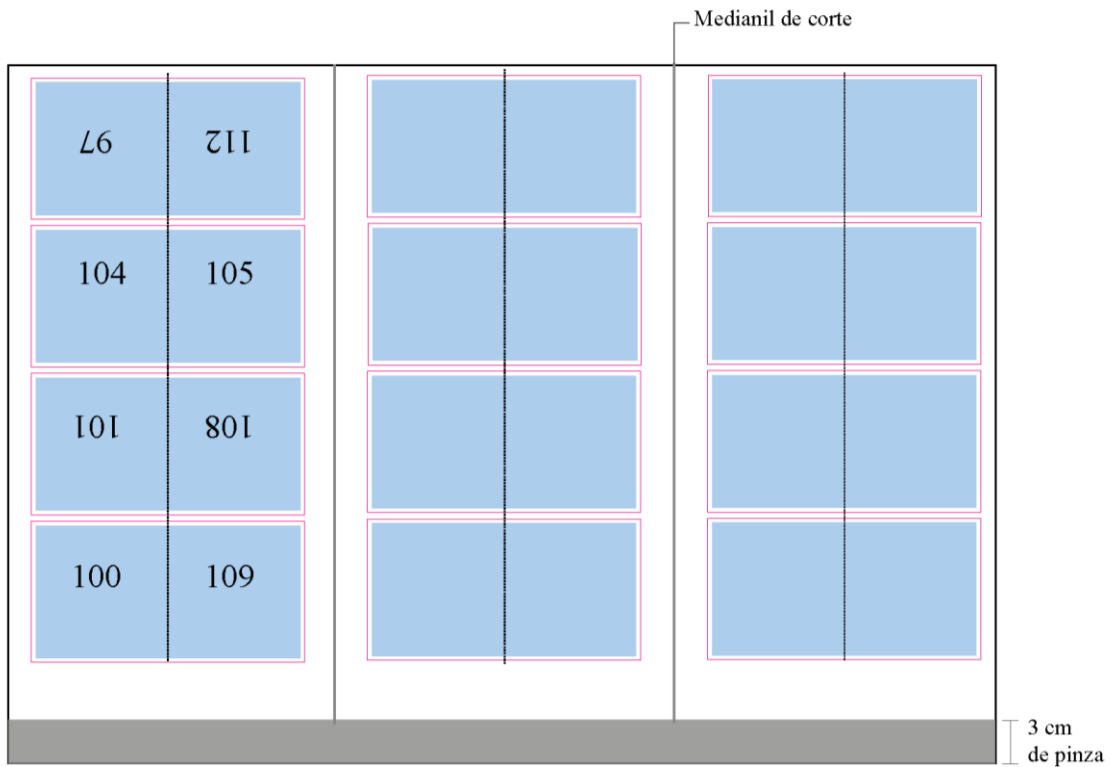


Tabla de costos del libro

Cuadro 4
Costos fijos

Costos fijos			
Concepto	x cuartilla/pieza (MXN)	Total de cuartillas	Total (MXN)
Corrección de estilo	60.00	x 37 cuartillas	2,220.00
Compra de fotografía	150.00	x 27 fotografías	4,500.00
Edición de fotografía	40.00	x 27 fotografías	1,080.00
Diseño de forros			2,000.00
Diseño de interiores			8,000.00
Formación de interiores	70.00	x 112 páginas	7,840.00
Corrección de pruebas	30.00	X 112 páginas	3,360.00
Registro Indautor			338.00
ISBN			278.00
	Total (MXN)		29,166.00

Cuadro 5
Costos variables

Costos variables			
Concepto			
Impresión interiores	4x4 impresión offset	Papel bond 120 g	112 páginas 15x15 cm
Impresión forros	4x0 impresión offset	Cartulina couché 300 g	Tamaño extendido 40.5x15 cm
Encuadernación	<i>Hot melt/rústica</i>		
Acabados	Laminado mate		
Costo unitario			199.36
Tiraje 500 ejemplares			99,680.00

Cuadro 6
Total de costos

Costos fijos (MXN)	29,166.00
Costos variables (MXN)	99,680.00
Total (MXN)	128,846.00
Costo unitario (MXN)	257.69

Derechos de autor

Cuadro 7
Aspectos legales

Aspectos legales	
Concepto	Descripción
Contrato de obra por encargo	<p>Es necesario firmar un contrato de obra por encargo para la compra de las fotografías que se van a utilizar.</p> <p>Este tipo de contrato establece la retribución económica que será pagada por el contratante (editor) al fotógrafo. Con este contrato, los derechos patrimoniales de las fotografías tomadas serán propiedad del editor, mientras que los derechos patrimoniales los mantendrá el fotógrafo.</p>
Registro de obra literaria	<p>Se puede realizar el registro de los textos que conformarán el libro. Este trámite se realiza en Indautor y tiene un costo de 338.00 pesos.</p> <p>Los derechos morales de dicho texto pertenecen a su autor, mientras que los patrimoniales se otorgarán al editor mediante un contrato de sesión de derechos.</p>
Contrato de cesión de derechos patrimoniales	<p>Mediante este contrato, el autor de la obra escrita que conformará el texto cederá los derechos patrimoniales, es decir, de uso y explotación de su obra.</p> <p>En este documento, se establecerá el periodo por el cual se ceden los derechos y la retribución que recibirá el autor. En este caso se ceden los derechos al editor del libro.</p>
ISBN	<p>El ISBN (por sus siglas en inglés, International Standard Book Number) es un número internacional de identificación de los libros publicados. En México, este trámite se realiza en el Indautor y tiene un costo de 278.00 pesos.</p> <p>En el caso de este libro, solo necesitará uno (su versión impresa y por parte del editor).</p>

Conclusiones

En principio, este libro se planteó como un objeto conmemorativo dirigido a un amplio público poblano (principalmente). Tras realizar el trabajo de diseño, se considera que dicho objetivo se ha cumplido, pues este diccionario reúne, breve pero concisamente, elementos de la cultura popular de Puebla mediante un equilibrio entre la imagen y el texto. Mediante el diseño aquí presentado, se logró realizar un producto editorial en el que se compilan diversos conceptos sin que este llegue a ser un diccionario tradicional y con una puesta en página mucho menos saturada.

Si bien este libro no cuenta con tantos elementos como una revista o un periódico, la retícula sirvió de base para construir de manera ordenada la página; cada elemento tiene su espacio y el diseño, en general, cuenta con gran amplitud, aire y blancos que resaltan el carácter decorativo o elegante. A su vez, las variantes tipográficas (aunque pocas) sirven para ordenar el contenido del libro tan diverso (conceptos, iniciales, descripciones) de una forma amigable, fácil de leer y de comprender a simple vista para cualquier lector.

Con este libro no se pretende transmitir mucha información, ni información nueva, sino fortalecer conocimientos generales de los ciudadanos y ponerlos en un plano estético

Capítulo 2. Revista

¿Qué es una revista?

Difícilmente hay definición sin comparación y, al tratarse de objetos tan similares como lo pueden ser los productos editoriales, no son las semejanzas, sino las diferencias las que determinan qué es algo. En este sentido, para definir qué es una revista, partiré de otro objeto editorial ya delimitado: el libro. Retomemos dicha definición a la que llegamos en el apartado anterior:

Libro. Toda publicación unitaria no periódica difundida en un soporte impreso o digital, cuyo contenido sea una obra de carácter literario, científico, técnico o de cualquier otra índole.

La primera diferencia que destaca al pensar en una revista es la periodicidad, pues esta no se publica de manera única, sino cada cierto tiempo. Analicemos, entonces, algunas definiciones. Una vez más, cito a la RAE que, en este caso, solo cuenta con una acepción de nuestro interés: “5. f. Publicación periódica con textos e imágenes sobre varias materias, o sobre una especialmente.”

Como se puede notar, su característica principal es la periodicidad, pero también destaca la mención de las imágenes, un elemento que no aparecía en las definiciones del libro, lo que habla de un carácter distinto, un objeto mucho más visual.

Por su parte, la Unesco (1985) define, en conjunto, las publicaciones periódicas de la siguiente manera: “Se entiende por publicación *periódica* la editada en serie continua con el mismo título, a intervalos regulares e irregulares, durante un periodo indeterminado, de forma que los números de la serie lleven una numeración consecutiva o cada número esté fechado”² (p. 143).

Si bien en el texto citado no hay una distinción entre revista y periódico (diferencia que se abordará en el apartado correspondiente al periódico), el mismo documento, más adelante, extiende las características de las revistas:

Otros periódicos: son las publicaciones periódicas que tratan de temas muy amplios o las dedicadas especialmente a estudios e informaciones documentales sobre determinadas cuestiones: legislación, hacienda, comercio, medicina, modas, deportes, etc. Esta

² Las cursivas son del original.

definición abarca las revistas especializadas, las revistas de crítica e información (inclusive las revistas de información que se ocupan de acontecimientos de actualidad y cuyo fin es seleccionar, resumir o comentar los hechos ya reseñados en los periódicos), las revistas ilustradas y las demás publicaciones periódicas... (p. 147)

Es importante destacar dos elementos de la definición anterior. El primero de ellos es el tipo de tratamiento de la información presentada en una revista. Al mencionar “que tratan de temas muy amplios”, más que referir la extensión, habla sobre la forma de abordar dichos temas, es decir, con un enfoque especializado, que no solo menciona los datos, sino que también los explica, que no se queda en la mera nota informativa (sobre un suceso), sino que profundiza en la información. En este sentido, el segundo elemento que vale la pena mencionar es el enfoque, pues se menciona que puede ser especializado (científico o académico), crítico o informativo. Ambos elementos hablan de un tipo de publicación en el que los textos presentan información amplia sobre un tema, que pueden abordar desde diferentes perspectivas.

En resumen, concluimos, que una revista es: un objeto editorial cuya publicación se realiza de manera periódica en intervalos regulares o irregulares; el cual aparece siempre con el mismo nombre y numerado de manera consecutiva. Una revista trata diversos temas de manera amplia y con un enfoque determinado, ya sea científico, académico, crítico o de divulgación.

Las revistas, en la actualidad, desempeñan un papel importante dentro de la sociedad; un lugar que se han ganado a lo largo de su historia.

Historia

A diferencia del libro, la historia de la revista es relativamente reciente, pues no cuenta más de doscientos años. Las publicaciones periódicas tienen su origen en el agitado siglo XIX, una época de cambios científicos y tecnológicos que no podían más que propiciar revoluciones sociales.

Con la invención de la máquina de vapor a finales del siglo XVIII y su popularización en Europa a principios del XIX, la principal fuerza de producción y empleo en las crecientes ciudades eran las fábricas. Esto atrajo a cientos de personas que vivían en y del campo hacia la vanguardia de la vida citadina (Meggs y Purvis, 2009, p. 134). Este proceso social implicó tres factores fundamentales para el desarrollo de las publicaciones periódicas: por un lado, una masa de

población nunca antes vista a la cual se podían dirigir los productos (de todo tipo). En este sentido, el segundo punto es el crecimiento de una clase social burguesa acomodada que disponía tanto de recursos económicos como de tiempo libre para dedicarlo al ocio (la lectura) y, por último, no hay que dejar de lado la importancia de la tecnología para el desarrollo de dichos productos editoriales.

El segundo punto mencionado anteriormente fue determinante para la industria de las revistas, pues esta clase social *nueva* (en gustos e intereses, pues la burguesía surge desde el Renacimiento) representó un público al cual dirigir un material diferente, que no solo busca consumir libros (de ciencias o literarios) sino un contenido más ligero y cotidiano. Esta fue la diferencia más importante durante los primeros años de las revistas, puesto que, en lo referente al diseño, eran muy similares a los libros, aproximadamente, hasta el surgimiento del movimiento de Artes y Oficios (Mascorro, 2006).

En el desarrollo de la revista se involucran dos elementos: la tipografía y la imagen. De la historia de estos depende la de dicha publicación. El uso de la litografía a color fue un suceso relevante en cuanto al diseño de revistas, pues la impresión de imágenes a color y su integración en la página cambió por completo su apariencia. Por su parte, durante el s. XIX, el diseño de tipografías fue exponencial, desde las egipcias, las de palo seco y muchas cuya finalidad era decorativa, pues ya no solo se encontraban en documentos impresos, sino también en carteles en la calle (Meggs y Purvis, 2009, p. 134).

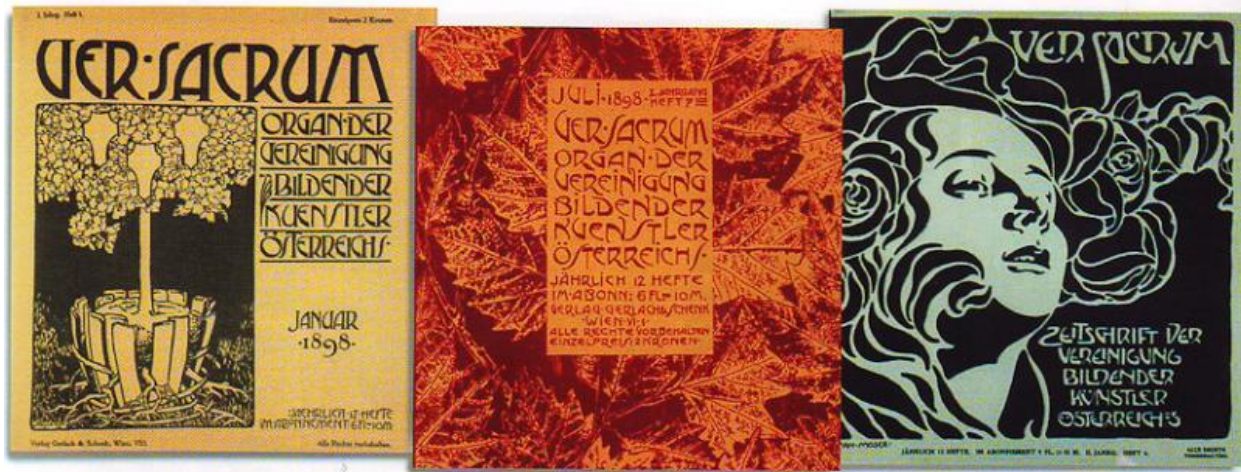
A principios del siglo XX, el movimiento de Artes y Oficios impuso una nueva forma de diseñar, más orgánica y artesanal, con muchos más elementos decorativos. A este movimiento le siguió el Art Nouveau y la Escuela de Glasgow, que también influyeron de manera considerable en el diseño de revistas y carteles. Este periodo fue la época dorada del cartel con personalidades como Toulouse-Lautrec (1864-1901) y Jules Chéret (1836-1933), este último, considerado el padre del cartel moderno. El trabajo de ambos, con la combinación de ilustración y tipografía, marcó un antes y un después en la historia del diseño; cambio que se vio reflejado en las revistas (Meggs y Purvis, 2009).

En esta época, la diversidad de filosofías en torno al arte y sus aplicaciones, así como de corrientes estilísticas (además de las mencionadas, a principios del s. XX comenzó la explosión de las vanguardias) había alcanzado un punto tal que permitió la aparición de revistas más enfocadas a

experimentar con las posibilidades de diseño que con su función primaria (difundir información). Ejemplo de ello es la revista vienesa *Ver Sacrum*, publicada entre 1889 y 1903 (Meggs y Purvis, 2009, p. 225).

Figura 16

Portadas de la revista *Ver Sacrum* por Koloman Moser



Nota: (Meggs y Purvis, 2009, p. 227).

Ya en el siglo XX, la fotografía no solo había ganado popularidad, sino que su forma de procesamiento e impresión era mucho más accesible que cincuenta años atrás, cuando recién se había inventado. Este fue otro hito en la historia de la edición de revistas, pues, desde entonces, poco a poco, la fotografía tomó el lugar de la ilustración en el diseño. Posteriormente, casi a mediados del siglo XX, la fotografía reclamó su lugar como elemento principal en el diseño de revistas, entonces “la continuidad de una historia venía narrada por imágenes y no por texto” (Mascorro, 2006, p. 16).

Para mediados del siglo XX, el diseño de revistas era la tarea de un profesional especializado y no de los propios periodistas. El papel central de la fotografía se asentó y con ello el del director de arte editorial, que tenía la responsabilidad de equilibrar estos elementos y hacer destacar la revista de entre el resto mediante el diseño. Entre las primeras casas editoriales que implementaron esta función se encuentran las revistas *Harper's Bazaar*, *Time*, *Vanity Fair* y *Vogue*, en Estados Unidos, pero esta era una labor que ya se desempeñaba en Alemania (Mascorro, 2006, p. 18).

Figura 17
Portadas de revistas en el siglo XX



Nota: de izquierda a derecha: junio 1940, diseñada por Alexey Brodovitch, junio 1951 por Alexey Brodovitch, 1945 diseñada por Alexander Liberman (Meggs y Purvis, 2009, p. 341).

Dicha especialización del diseño de revistas propició una nueva segmentación de públicos según el estrato económico. Por otro lado, con el paso del tiempo y la reducción de los costos de producción y el surgimiento de nuevas formas de publicación, se publicaron las revistas independientes y los fanzines. La pluralidad social implicó, también, una pluralidad en la oferta de publicaciones, como lo son las revistas *Elle*, *Rolling Stone*, entre muchas otras más (Mascorro, 2006).

Figura 18
Portadas de la revista Rolling Stone



Nota: de izquierda a derecha: 11 de noviembre de 1982; 20 de enero de 2000; 12 de octubre de 2000. De *Rolling Stone* (<https://www.rollingstone.com/music/music-lists/2000-rolling-stone->

[covers-213948/rs-855-pop-100-2-31406/](https://archive.org/details/rolling-stone-magazine-382-november-11-1982/mode/2up)), y Rolling Stone Magazine, *Internet Archive* (<https://archive.org/details/rolling-stone-magazine-382-november-11-1982/mode/2up>).

Desde hace poco más de una década, las revistas han migrado de formato. Aunque todavía se conservan ejemplares impresos, la mayoría se encuentran en internet. Esto ha cambiado por completo el concepto editorial y de diseño que se tenía de una revista. Dicha transición se ha debido a diversos factores, por un lado, los costos de producción se reducen, por otro, son cada vez menos los consumidores de revistas impresas, pues pagar de manera periódica por una publicación resulta poco conveniente considerando que la misma información puede encontrarse en línea.

No obstante, las revistas impresas no han desaparecido en su totalidad. Actualmente, todavía se imprimen varias de ellas, desde las ediciones de lujo (casi coleccionables) hasta las más comerciales (como es el caso de Tv Novelas y Tv Notas en México), además de aquellas de distribución gratuita.

En resumen, la historia de la revista ha ido de la mano con la del diseño gráfico y las artes, pues todo aquello que ha estado en boga durante los diferentes periodos históricos se ha reproducido en estas publicaciones, lo que las ha transformado paulatinamente. Así, el diseño de revistas se vio influenciado por las vanguardias, la Bauhaus y la era digital.

El título

Esta revista lleva por nombre el adjetivo *Heroica*. Con este título se busca apelar a la cualidad que se le asignó a la ciudad de Puebla. Debido a las diversas batallas que se han librado en ella, recibió el título de ciudad cuatro veces heroica, nombre que solo tienen pocas ciudades en el país como Veracruz. En este sentido, se busca demostrar aspectos de la ciudad que también resulten distintivos no solo en un sentido bélico, sino relacionados con la cultura y la gente que la habita. Todo ello mediante artículos que traten estos temas y los difundan entre la población.

Además, la coincidencia de género permite relacionar el adjetivo (heroica) con la revista misma, de manera que se resalte la importancia de la publicación. Con ello, se busca llamar la atención del público a través de un título fuerte y que enaltezca tanto a la revista como a la ciudad en el marco de su aniversario.

Estructura

La revista *Heroica* se relaciona con el libro mediante una organización alfabética, es decir, cada número estará dedicado a una letra del abecedario (número 1, letra A; número 2, letra B, y así sucesivamente). De manera que cada uno de ellos tenga las mismas secciones, pero aborde los temas con enfoques distintos. La periodicidad de esta revista será mensual, por lo que se cubrirán dos años con un solo abecedario (antes y durante el año de aniversario). Posteriormente, al terminar los 27 números correspondientes, se puede reiniciar la publicación, aunque con nuevos temas.

La revista estará organizada en cinco secciones: Gastronomía, Historia, Personas, Comunidades, Lugares. Además de estas, la revista contará con elementos intrínsecos tales como el cintillo legal, el índice y el editorial. Asimismo, se destinarán algunas páginas de cada revista para la publicación de contenido comercial.

Contenidos

La revista contará con artículos de difusión cultural cuyos temas principales serán la historia y la identidad de la ciudad. A continuación, se presenta el tipo de artículos que se incluirán en cada una de estas.

Gastronomía

En esta sección se hablará de distintos platillos típicos poblanos. En un texto principal se abordará la historia del platillo, la receta tradicional y sus variantes actuales. También se propone difundir recomendaciones sobre restaurantes para consumir dicho platillo.

Por otro lado, debido a la organización alfabética del proyecto, se plantea mencionar varios platillos o alimentos de la ciudad cuyo nombre inicie con la letra correspondiente. Por ejemplo, en el número 3 dedicado a la letra C se puede incluir un artículo para hablar de: churros, chanclas, cemitas, chiles en nogada, chipotles navideños, entre otros.

Historia

Aquí se presentará la crónica de algún evento histórico de diferente magnitud (como la fundación de la ciudad, la entubación del río San Francisco o la construcción de alguna plaza comercial). En

esta sección también se abordan temas culturales desde una perspectiva histórica, por ejemplo: ¿qué ha sido el Barroco en Puebla?, ¿cuándo y cómo llegó a la ciudad?, entre otros temas.

Personas

En esta sección se presentará la biografía de algún personaje relevante para la historia de la ciudad. También se puede contar con entrevistas a personalidades del ámbito cultural contemporáneo. Se dará prioridad a aquellos cuyo nombre no sea tan conocido y, sobre todo, a miembros de los grupos históricamente invisibilizados (mujeres, indígenas, comunidad LGBTQ+).

Comunidades

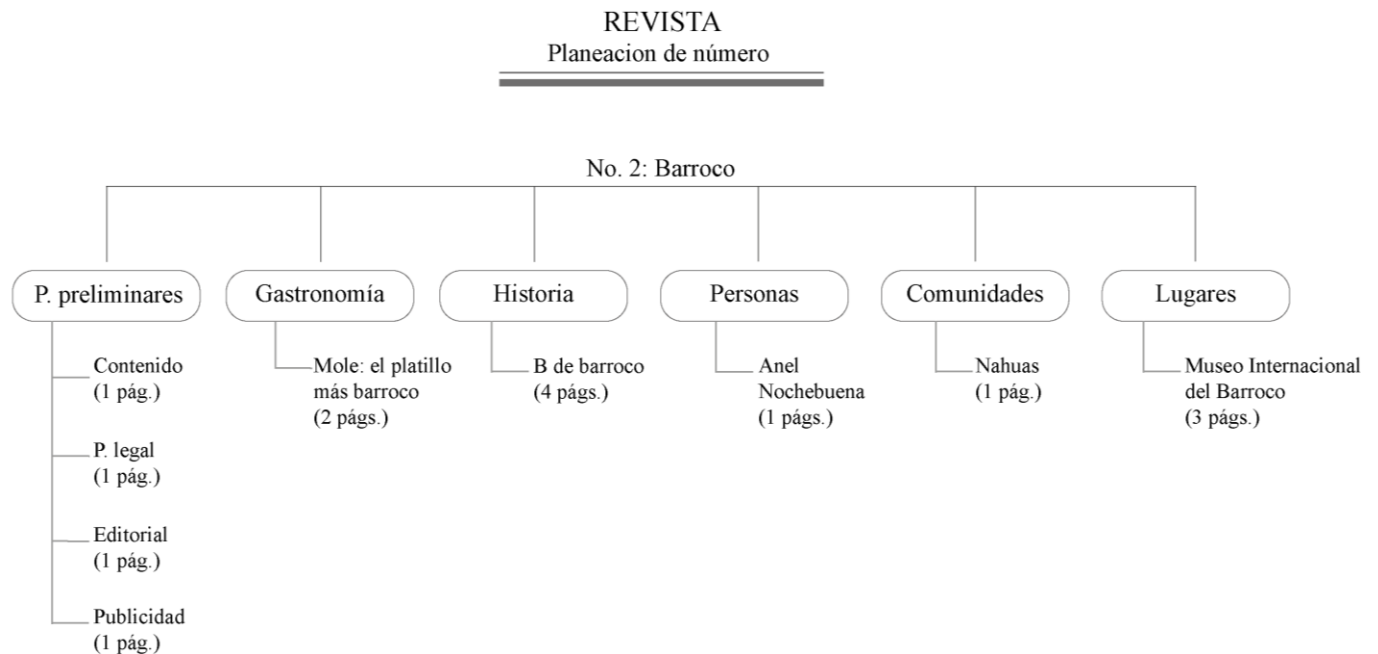
Se presentará la información principal (historia, localidad, tradiciones, idioma) de los pueblos originarios de la región; se buscará destacar su situación actual (con el objetivo de visibilizar su trabajo), así como su importancia en el desarrollo de la ciudad. Además de comunidades indígenas, también se hablará de otros grupos sociales (comunidad LGBTQ+, colectivos feministas, entre otros).

Lugares

En esta sección se presentará la información principal de algún sitio destacado de la ciudad que, además, sea icónico entre la sociedad. Por ejemplo: la Casa del Alfeñique (no. 1, A), el centro comercial Plaza Dorada, la Casa del Dean (no. 4, D), el Museo Internacional del Barroco (no. 2, B), entre otros.

A continuación, se presenta la organización de un número con la propuesta de textos para cada sección y la cantidad de páginas dedicadas a cada uno de ellos.

Figura 19
Planeación de número de la revista



Formato

La revista será impresa a color y tendrá un formato vertical en tamaño A4 (21 x 29.7 cm). Este es un tamaño popular entre las revistas comerciales de viajes, diseño y arquitectura. No obstante, entre las publicaciones de distribución gratuita o de venta al público en la ciudad de Puebla, predomina el uso de tamaño carta (21 x 27.9 cm). Si bien la diferencia en centímetros es poca, este tamaño hará destacar la revista entre el resto. Por otro lado, dicho tamaño es ideal para la conjugación de imágenes y texto sin sacrificar el espacio entre estos elementos y sin reducir el puntaje de la tipografía, un aspecto que es importante debido al perfil lector.

Ficha técnica

Cuadro 8

Información técnica de la revista

Heroica

Tamaño final	21x29.7 cm
Tamaño extendido	42x29.7 cm
Formato	Vertical
Soporte	Impreso
Número de páginas	16 páginas
Fuente tipográfica	Book Antiqua Source Sans Pro
Papel para interiores	Bond 120 g
Papel para forros	Cartulina couché 300 g
Descripción cromática	Interiores: 4x4 Forros: 4x0
Encuadernación	Engrapado
Acabados	Barniz a registro
Tiraje	500

Productos editoriales similares

Cuadro 9

Productos similares en contenido

	<i>Yo soy Puebla</i>	<i>Corazón de Puebla</i>
		
Formato	Digital, en línea https://www.yosoypuebla.com/	Digital, en línea https://www.corazondepuebla.com.mx/
Tema principal	Viajes y turismo	Viajes en la ciudad y sus alrededores
Secciones similares	Museos; Puebla colonial	Historia de Puebla; Gastronomía

En la tabla anterior se muestran los productos editoriales que comparten características con la revista *Heroica*. La principal semejanza de estos productos editoriales con la revista que propongo es de contenido. Ambos portales cuentan con secciones de gastronomía y lugares destacados en la ciudad, no obstante, su tema central son los viajes y el entretenimiento general, tanto en Puebla como en lugares cercanos. Por otro lado, en cuanto al diseño, son completamente distintas, pues estos son portales de internet, mientras que aquí se plantea una revista impresa.

Cuadro 10

Productos similares para revista y periódico

	<i>Única</i>	<i>Puebla Magazine</i>
		
Formato	Digital, en línea https://revistaunica.com.mx/las-calles-de-puebla-y-su-numeracion/	Digital, en línea https://www.pueblamagazine.com.mx/
Tema principal	Actualidad en la ciudad	Actualidad en la ciudad
Secciones similares	Cultura; Cábales y tradiciones; Espectáculos; Personaje memorable	Agenda; Arte y arquitectura; Dónde ir, Gastronomía

Los portales mencionados se han considerado en una tabla aparte, ya que no solo comparten semejanzas con la revista, sino también con el periódico que propongo (la información se desglosará en el apartado correspondiente).

Ambos portales contienen secciones y temas similares al de la revista que propongo. Una vez más, son los temas de gastronomía, tradiciones y cultura los que se comparten, así como arte y arquitectura. La principal diferencia con respecto al contenido es el enfoque con el que estos se presentan: en los ejemplos mencionados en la tabla, se promocionan lugares que visitar o platillos que probar en la ciudad, es probable que su público objetivo sean visitantes y no locales. Mientras que, en nuestra revista, se busca destacar la importancia de dichos temas para la identidad local. Finalmente, el formato digital es la diferencia que más destaca.

Ventaja competitiva

Como ya se mencionó, la principal diferencia de la revista que se propone es el formato impreso. No hay revistas de difusión y divulgación sobre Puebla impresas, la mayoría son digitales. Los medios impresos que circulan en la ciudad suelen ser revistas de sociedad (*Los Rostros de Puebla*,

por ejemplo). En este sentido, difundir un medio impreso con temas variados resultará atractivo para la población.

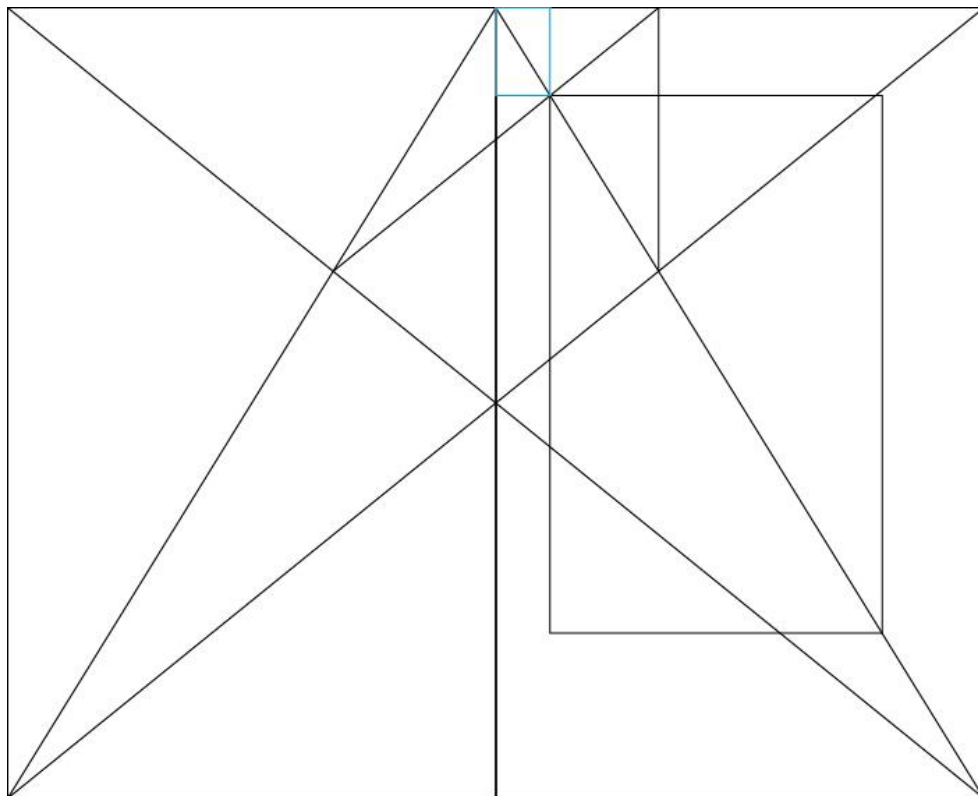
Además, se propone para la revista un formato A4 (más grande que carta) no muy común entre las revistas de distribución gratuita. El diseño limpio, con mucho espacio entre los elementos y con un manejo de la imagen equilibrado con el texto (que no predomine la imagen como suele ocurrir en algunas revistas) es otra ventaja en el mercado, pues hace de este producto una edición llamativa, más relacionada con las publicaciones de viajes y diseño.

Retícula

Al igual que con el libro, para obtener la retícula modular de la revista se empleó el método de Van der Graaf. Debido al formato de la revista, el resultado fue distinto al del libro.

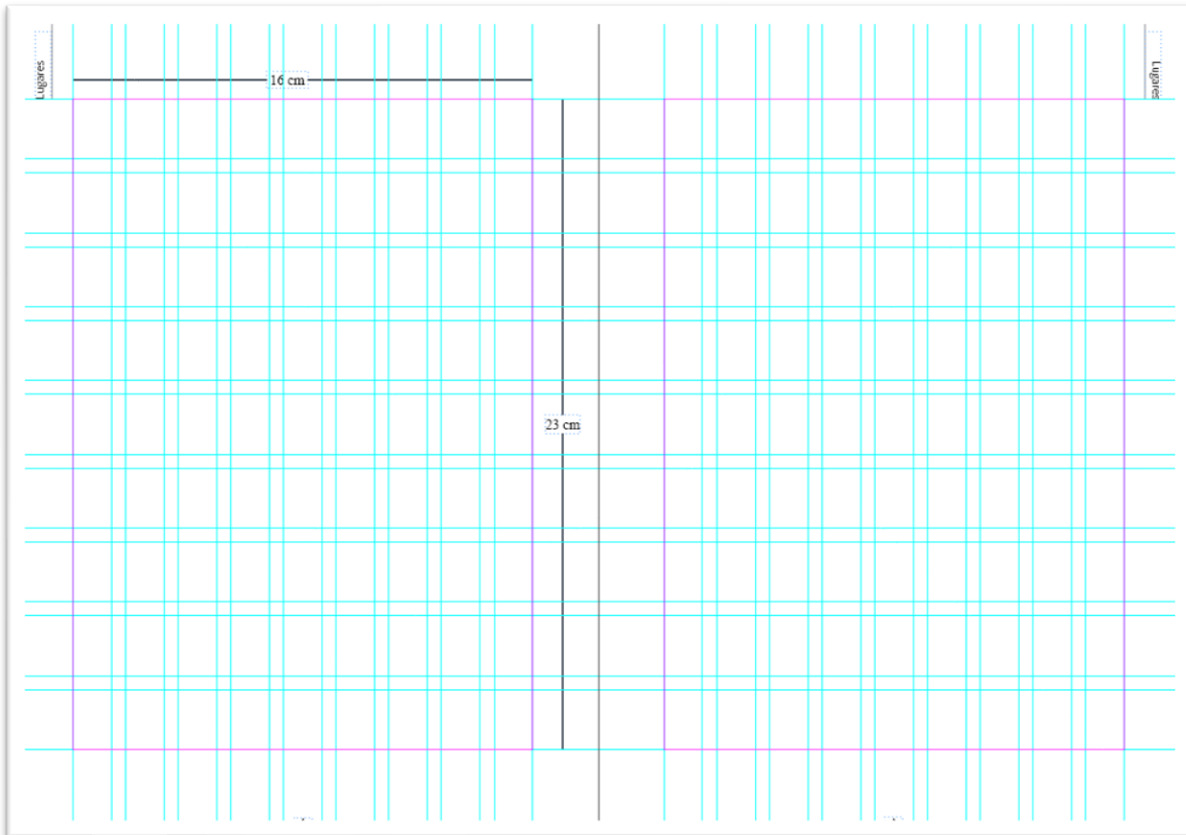
Figura 20

Diagrama de Van der Graaf para la revista



Con base en dicho diagrama, se obtuvieron los módulos para la retícula.

Figura 21
Retícula modular



Una revista cuenta con elementos varios, tales como imágenes, títulos y subtítulos y más, por ello es importante contar con una retícula que permita ordenar dichos elementos en la página de maneras diversas. Esta retícula modular es propicia para experimentar diferentes composiciones, además de que propicia los espacios en blanco (no solo del medianil, sino también de la anchura de una columna) como elemento visual. Como Íñigo y Makhoulouf mencionan, los espacios en blanco “ayudan a producir en el lector la sensación de libertad y claridad, así como también sirven para dar descansos y pausas en la lectura” (2014, p. 83), como se muestra a continuación.

Figura 22
Réticula modular aplicada a una página



Tipografía

Para la composición del cuerpo de texto de la revista se empleará la misma tipografía que en el libro: Book Antiqua, debido a su claridad para la lectura, por un lado, y a su trazo relacionado con lo literario, académico e histórico. En contraste con ello, los títulos, subtítulos y destacados se compondrán con una tipografía de características *opuestas*: una fuente *sans serif* con diferentes pesos, que connote el aspecto actual y de modernidad de la revista. Para ello se utilizó la familia tipográfica Source Sans Pro.

Esta fuente fue diseñada por Paul D. Hunt para la empresa Adobe. Si bien, en un principio fue diseñada para su uso específico en dispositivos electrónicos (para internet), sus trazos permiten lecturas extensas. Su diseñador buscó las formas simples, básicas de cada grafía y, posteriormente, les dio identidad para distinguirlas entre sí (a diferencia de algunas otras familias de *sans serif* o de palo seco) (Font Squirrel, 2024a).

Figura 23
Muestra tipográfica Source Sans Pro



Fuente: The Port of Authority. Wikipedia. CC BY-SA 3.0

Esta fuente tipográfica, dentro de su familia, cuenta con seis pesos distintos (cada uno de ellos con sus respectivas variantes itálicas) que van desde *extra light* hasta *black*. Esto permite una variedad de usos para distinguir jerarquías de la información.

Figura 24

Diferentes pesos de Source Sans Pro

Extra Light *Extra Light Italic*

Light *Light Italic*

Regular *Regular Italic*

Semi-Bold *Semi-Bold Italic*

Bold *Bold Italic*

Black *Black Italic*

Márgenes y caja tipográfica

Los márgenes obtenidos a partir de la retícula modular expuesta en el apartado anterior son los siguientes. Márgenes superior e inferior: 3.3 cm; márgenes interior y exterior: 2.33 cm. Por su parte, las cajas de texto de la revista están formadas por tres módulos (y su medianil), lo que equivale a 7 cm de ancho.

Si bien los textos que compondrán la revista no serán extensos, sí son mayores que los del libro, y su objetivo es proporcionar una lectura accesible, por lo que contar con una tipografía que resulte familiar y cómoda es indispensable para atrapar al lector. Por ese mismo motivo, se cuidó que la extensión de la línea en la caja tipográfica no superara los sesenta y cuatro caracteres —como recomienda Bringhurst (2014, p. 40)—, de hecho, no supera los cuarenta; también se procuró un interlineado adecuado, ni muy cerrado ni muy amplio, con el fin de hacer el texto legible y la mancha tipográfica no muy intensa.

A continuación, se describe el formato tipográfico de los elementos textuales de la revista.

- **Cuerpo de texto (párrafo inicial)**
 - Tipografía: Book Antiqua
 - Estilo: regular
 - Tamaño de la fuente: 12 pt
 - Interlínea: 16 pt
 - Párrafo: justificado con la última línea alineada a la izquierda
 - Capitular de 4 líneas, color gris oscuro
- **Cuerpo de texto (párrafo general)**
 - Tipografía: Book Antiqua
 - Estilo: regular
 - Tamaño de la fuente: 12 pt
 - Interlínea: 12 pt
 - Párrafo: alineado a la izquierda; sangría en la primera línea (0.5 cm)
- **Destacados**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *light italic*
 - Tamaño de la fuente: 20 pt
 - Interlínea: 24 pt
 - Párrafo: alineado a la izquierda
- **Pie de foto**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: regular
 - Tamaño de la fuente: 9 pt
 - Interlínea: 11 pt
 - Párrafo: alineado a la izquierda o derecha
- **Autor del artículo (*por*)**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *light*
 - Tamaño de la fuente: 10 pt
 - Interlínea: 16 pt
 - Párrafo: alineado a la izquierda

- **Autor del artículo (nombre)**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *light*
 - Tamaño de la fuente: 10 pt
 - Interlínea: 16 pt
 - Párrafo: alineado a la izquierda
- **Título de artículo A**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *extralight*
 - Color: negro
 - Tamaño de la fuente: 60 pt
 - Interlínea: 72 pt
 - Párrafo: alineado a la izquierda
- **Título de artículo B**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *semibold*
 - Color: gris
 - Tamaño de la fuente: 60 pt
 - Interlínea: 72 pt
 - Párrafo: centrado
- **Subtítulo A**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *light italic*
 - Tamaño de la fuente: 24 pt
 - Interlínea: 28 pt
 - Párrafo: alineado a la izquierda
- **Subtítulo B**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *semibold*
 - Color: gris
 - Tamaño de la fuente: 18 pt

- Interlínea: 22 pt
- Párrafo: centrado
- **Subtítulo C**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *light italic*
 - Color: gris
 - Tamaño de la fuente: 18 pt
 - Interlínea: 24 pt
 - Párrafo: centrado
- **Cornisas**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *light*
 - Color: negro
 - Tamaño de la fuente: 12 pt
 - Interlínea: 14 pt
- **Folios**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *light*
 - Color: negro
 - Tamaño de la fuente: 9 pt
 - Interlínea: 10.8 pt
 - Párrafo: centrado

Como se puede observar en la descripción anterior, la revista cuenta con diversos estilos para los titulares, esto con el objetivo de romper la monotonía y hacer que cada artículo sea único en cuanto a diseño. A pesar de las diferencias, el utilizar la misma familia tipográfica y solamente dos pesos distintos le da unidad a la publicación.

Figura 25
Tipografía en página



Paleta de colores

Como se mencionó anteriormente, la paleta de colores que se empleará en la revista es la misma que en los otros productos editoriales, esto con la finalidad de darles unidad en el concepto creativo. En el caso de la revista, los colores se aplicarán tanto en la imagerie (cornisas, folios, destacados) como en los titulares.

Figura 26
Uso de la paleta de colores en la revista

The image shows a table of contents for a magazine. On the left, there is a vertical blue bar with the word 'Contenido' written vertically in white. To the right of this bar, there are several color swatches and their corresponding CMYK values. The table of contents items are listed to the right of these swatches, with lines connecting the swatches to the items. The items are: 'Museo Internacional del Barroco' (Lugares) at page 4, 'Anel Nochebuena' (Personas) at page 7, 'B de barroco' (Historia) at page 9, 'La comunidad nahua en Puebla' (Comunidad) at page 13, 'Mole solo hay uno' (Gastronomía) at page 14, and 'De piedras y azulejos' (Historia) at page 16.

CMYK: 36.06/11.19/0/0	
CMYK: 73.37/56.22/43.97/38.51	4 Museo Internacional del Barroco Lugares
CMYK: 60.12/45.81/39.36/25.89	7 Anel Nochebuena Personas
	9 B de barroco Historia
	13 La comunidad nahua en Puebla Comunidad
	14 Mole solo hay uno Gastronomía
	16 De piedras y azulejos Historia

Muchos podremos pensar que Puebla es en sí misma un museo de lo barroco: a cada paso que damos por las calles del centro histórico nos encontramos con una muestra del estilo heredado y asimilado en la ciudad durante la colonia.

Su arquitectura, gastronomía, la literatura que aquí se escribió durante la colonia, así como las pinturas y esculturas que decoran iglesias y edificios son muestra de ello.

Aun así, en 2014, el gobierno del estado decidió reunir buena parte de la obra artística de la ciudad en un solo recinto. Así, el 4 de febrero de 2016 se inauguró esta pieza monumental de la arquitectura moderna: el Museo Internacional del Barroco de Puebla.

El edificio fue diseñado por el arquitecto japonés Toyo Ito, quien recibió el Premio Pritzker de Arquitectura en 2013 (el galardón más prestigioso de la arquitectura). El arquitecto retomó tres elementos característicos del arte barro-

“
El Museo Internacional del Barroco busca crear diálogos entre el arte del pasado y el contemporáneo, entre lo barroco y lo neobarroco.”

CMYK: 60.12/45.81/39.36/25.89

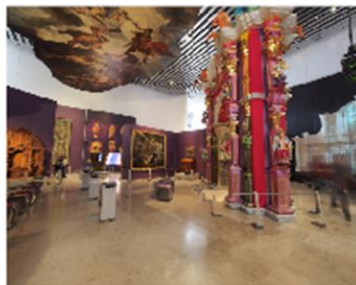


Foto: Elizabeth Trigo

co: el movimiento, la luz natural como claroscuro y la relación hombre-naturaleza. Mientras que la museografía de la nueva institución fue concebida por el mexicano Miguel Ángel Fernández.

Su construcción estuvo a cargo de la empresa danesa Danstek duró dos años y el resultado sorprendió a toda la ciudadanía, incluso a los más escépticos.

Sus salas y exposiciones temporales buscan reflexiones sobre los lenguajes propios del Barroco a través de museografía interactiva. La gran variedad de piezas que permiten saber que el barroco está más vivo de lo que pensamos.

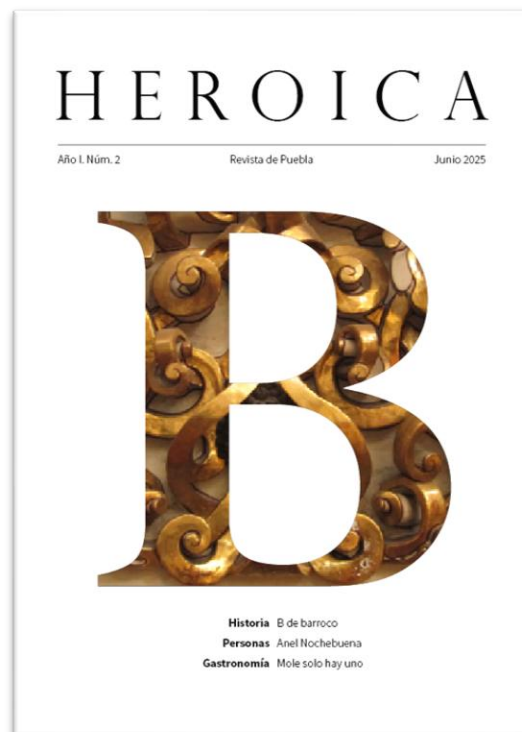
A lo largo de sus casi diez años de existencia, el recinto ha sido sede de diversas exposiciones tales como *Tesoros ocultos*, *Así sueño en el MIB*, *Experiencia inmersiva*, *Femeninas*, *Canciones de mujeres latinoamericanas* y *Monocromo*. *Evocaciones sobre el Barroco* una exposición que trajo a la ciudad diversas piezas de la colección del Museo Reina Sofía, de España.

El MIB se ha vuelto un referente de la ciudad, ejemplifica a la perfección esta unidad entre historia y modernidad que caracteriza a Puebla y sus habitantes.

Forros

Para indicar la relación entre el libro y la revista, cada número de esta se dedicará a una letra del abecedario. Para enfatizar dicha relación, la portada de la revista destaca la letra a la que está dedicado el número, la cual se encuentra en el centro de la portada y funciona como imagen al tener un relleno con una fotografía relacionada con el tema y con su par en el libro.

Figura 27
Portada de revista



Para la contraportada, se diseñó una imagen publicitaria sobre el número siguiente, de manera que esta página funcione como un espacio publicitario (que podría venderse) y, al mismo tiempo, anticipe información sobre el próximo número y atraiga a los lectores. De manera que los forros extendidos se ven como en el ejemplo siguiente.

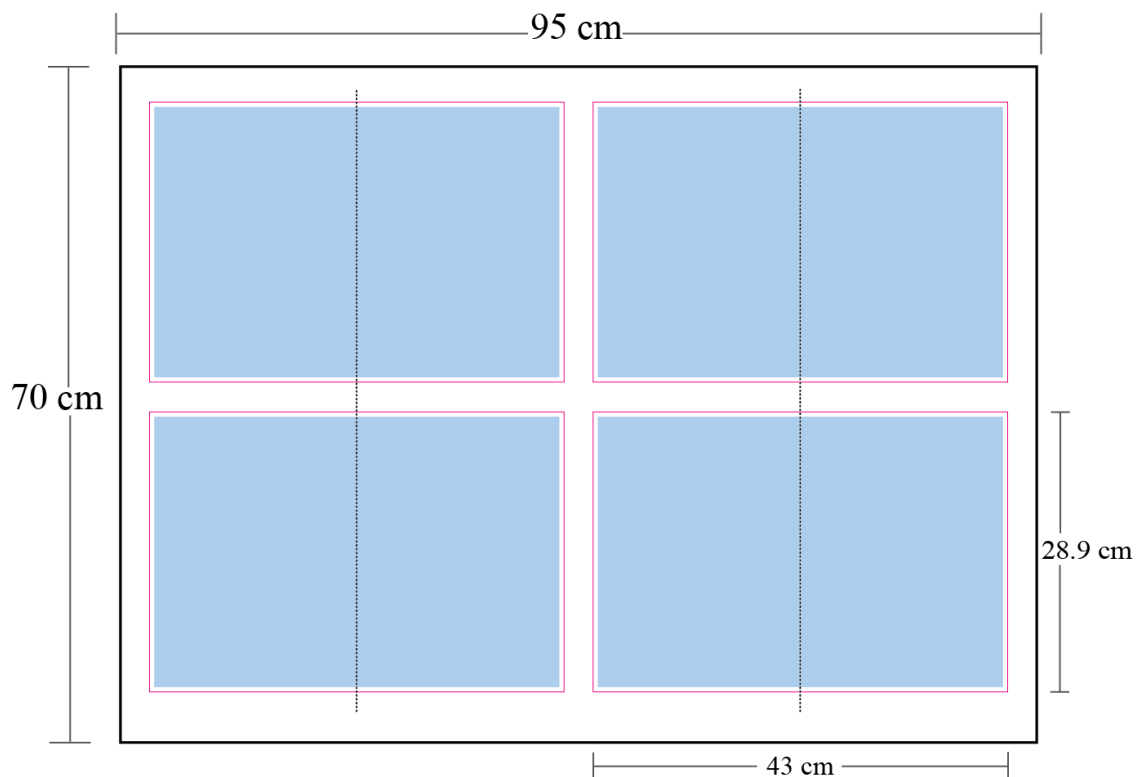
Figura 28
Forros de revista



Pliegos

Con base en las medidas finales de la revista, se puede utilizar un pliego de papel bond de 95 x 70 cm para la impresión. En este, caben cuatro pliegos (dobles páginas), lo que implica un aprovechamiento de 75%, como se muestra a continuación. Al igual que con el libro, en la revista se contempla un centímetro más para cada página debido al espacio de sangrado que se añade por cada lado, es decir, 27.9 x 24 cm (tamaño extendido) más 5 mm es igual a 28.9 x 43 cm.

Figura 29
Plano de distribución de páginas en pliego



Fotografías, imágenes e ilustraciones

La función de las imágenes de la revista se encuentra en un término medio entre la del libro y la del periódico. Como se explica en el apartado correspondiente, las imágenes del libro tienen una función estética y figurativa, por su parte, las del periódico son meramente informativas, epistémicas, es decir, que representan la realidad de la forma más verosímil posible (Acaso, 2009). Mientras tanto, las imágenes de la revista buscan cumplir una función informativa con respecto al tema de cada texto sin llegar a ser meramente referenciales, sino mantener un aspecto artístico.

Al igual que en el resto de los productos editoriales que se presentan en este documento, las imágenes que componen la revista son fotografías. Para este caso, las fotografías no serán únicamente de un detalle, sino que el encuadre captura más información sobre el tema. Según el artículo que ilustren, los planos presentes en la revista pueden ser: plano general, plano medio y primer plano.

Con respecto al formato, puede haber fotografías sangradas como inicio de alguna sección o artículo, pero no es así con todas las imágenes, pues la mayoría de ellas se encuentra dentro de los márgenes de la página. Las fotografías se apegan a un número determinado de módulos; su tamaño depende de la función en cada texto, es decir, si es ilustrativa o si es parte de un inicio de sección o portada de artículo.

Imposición de páginas

En el planillo que se muestra a continuación se contemplan la organización de las diferentes secciones de la revista, así como la cantidad de páginas que se destinan para preliminares.

Figura 30
Planillo revista

Contenido	Directorio	Editorial	Sección: Lugares	Artículo: Museo Internacional del Barroco	
1	2	3	4	5	6
Sección: Personas Artículo: Anel Nochebuena	Sección: Comunidad Artículo: La comunidad nahua en Puebla	Sección: Historia Artículo: B de barroco			
7	8	9	10	11	12
	Sección: Gastronomía Artículo: Mole solo hay uno		Infografía		
13	14	15	16		

En el esquema anterior, podemos distinguir que no se dedicaron páginas para publicidad, así como la variedad de secciones temáticas con las que cuenta la revista.

Compaginación

En caso de impresión mediante offset, la compaginación de los pliegos de la revista sería de la siguiente manera. Como podemos observar, un ejemplar requiere de un solo pliego.

Figura 31
Compaginación revista

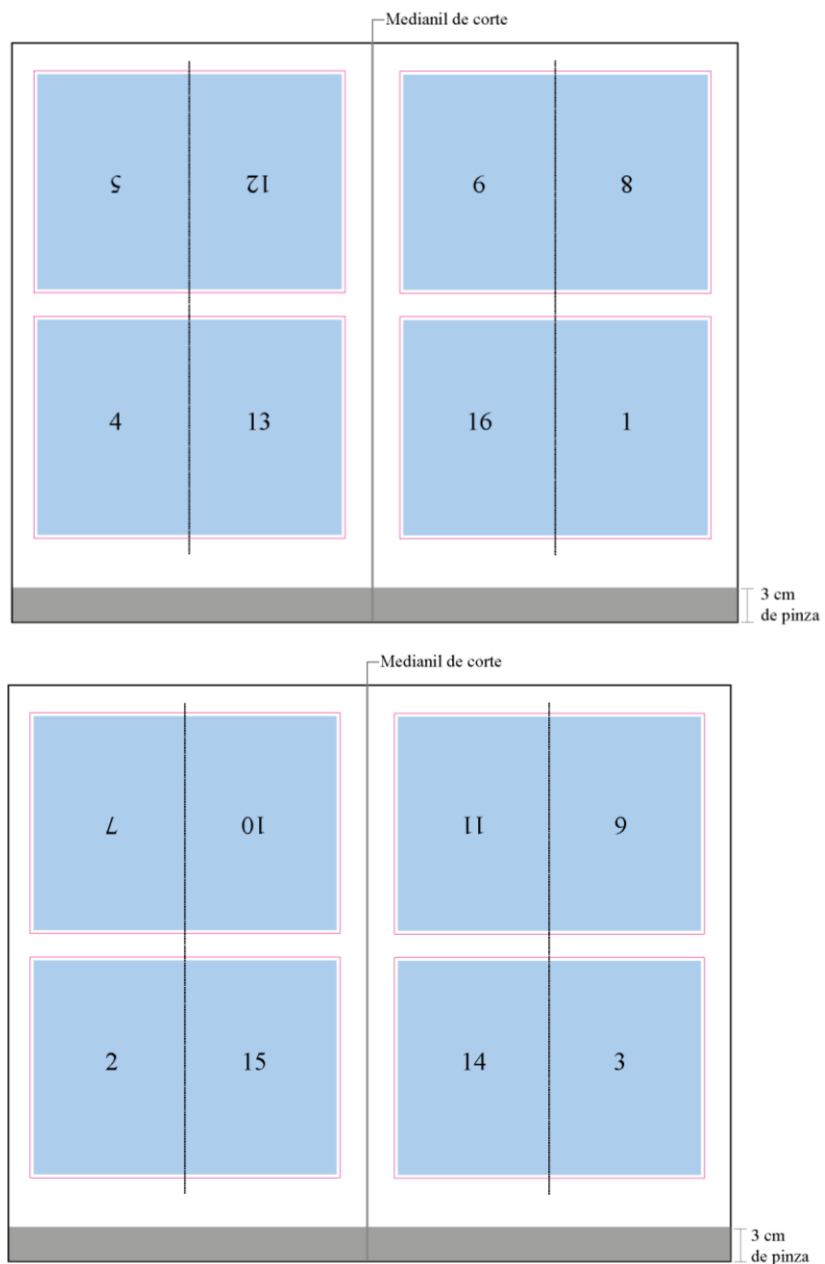


Tabla de costos de la revista

Cuadro 11
Costos fijos

Costos fijos			
Concepto	x cuartilla/pieza	Total de cuartillas	Total (MXN)
Corrección de estilo	60.00	x 9 cuartillas	540.00
Compra de fotografía	150.00	x 16 fotografías	2,400.00
Edición de fotografía	40.00	x 16 fotografías	640.00
Diseño de forros			2,000.00
Diseño de interiores			8,000.00
Formación de interiores	70.00	x 16 páginas	1,120.00
Corrección de pruebas	30.00	X 16 páginas	480.00
Dictamen previo			282.00
Reserva de derechos			2,678.00
ISSN			209.00
Total			18,349.00

Cuadro 12
Costos variables

Costos variables			
Concepto			
Impresión interiores	4x4 impresión offset	Papel bond 120 g	16 páginas 21x29.7 cm
Impresión forros	4x4 impresión offset	Cartulina couché 300 g	21x29.7 cm
Encuadernación	Engrapado		
Acabados	Barniz a registro		
Costo unitario			47.21
Tiraje 300 ejemplares			23,605.00 (MXN)
Costos fijos (MXN)			18,349.00
Costos variables (MXN)			23,605.00
Total (MXN)			41,954.00
Costo unitario (MXN)			83.90

Derechos de autor

Cuadro 13

Aspectos legales

Aspectos legales	
Concepto	Descripción
Contrato de obra por encargo	<p>Para la realización de la revista es necesario firmar un contrato de obra por encargo para la compra de las fotografías que se van a utilizar.</p> <p>Este tipo de contrato establece la retribución económica que será pagada por el contratante (editor) al fotógrafo. Con este contrato, los derechos patrimoniales de las fotografías tomadas serán propiedad del editor, mientras que los derechos patrimoniales los mantendrá el fotógrafo.</p>
Dictamen previo	<p>Antes de realizar la reserva de derechos de uso exclusivo del nombre de la revista, es necesario solicitar un dictamen previo que establezca si dicho nombre está disponible o no.</p> <p>Este trámite se realiza en Indautor y tiene un costo de 282.00 pesos.</p>
Reserva de derechos	<p>Es necesario realizar la reserva de derechos al uso exclusivo correspondiente a publicaciones periódicas, ya que con ello se puede asegurar que ninguna otra publicación utilizará el mismo nombre que la nuestra.</p> <p>Dicho trámite tiene una vigencia de un año, por lo que, al cumplirse dicho plazo, debe renovarse la reserva de derechos. El trámite se realiza en el IDAUTOR y tiene un costo de 2,678.00 pesos, mientras que la renovación tiene un costo de 1,406.00 pesos.</p>
ISSN	<p>El ISSN (por sus siglas en inglés International Standard Serial Number) es un número internacional que identifica una publicación periódica. En México, el trámite se realiza en el Indautor, el trámite en sí es gratuito, mas la constancia tiene un costo de 209.00 pesos.</p>

Conclusiones

A lo largo de este proceso de diseño de la revista, fue necesario tomar diversas decisiones para la óptima realización del proyecto. Una de las principales conclusiones a la que llego tras este trabajo es que todas las elecciones deben tomarse en función del lector objetivo, pues será él quien valore y utilice el producto editorial en su día a día.

Trabajar con esta retícula fue de gran ayuda, pues esta funcionó como guía para una disposición dinámica y, a la vez, ordenada de la información. Asimismo, la tipografía permitió una amplia variedad de usos, jerarquías y formas de presentar el texto atractivas. Gracias a la diversidad de pesos de la fuente Source Sans Pro, pude incorporar textos en tamaños muy grandes sin que estos resultaran muy pesados.

El diseño dinámico de la revista (pues, de manera intencional, varía en cada artículo) cumple con el objetivo de acercar al lector a un conjunto de conocimientos que, de otra forma, podría resultar monótona. A pesar de la diversidad dentro de la revista existe un estilo que le da unidad; los espacios en blanco buscan no saturar la página de manera que los textos sean de fácil lectura; los elementos gráficos son los mismos en cada sección (así como entre los tres productos editoriales); finalmente, el diseño de la revista resalta un aspecto moderno que se entrelaza con el contenido más tradicional, lo que remarca esta dualidad tan característica de la ciudad misma.

En conclusión, el diseño final logra su objetivo de ser un material de difusión (en cuanto al contenido) pero que, al mismo tiempo, es atractivo para el público en general, pues destaca entre otros tipos de revistas culturales.

Capítulo 3. Periódico

¿Qué es un periódico?

Responder a la pregunta anterior puede parecer simple, puesto que la palabra misma implica parte de su significado. Un periódico es una publicación que se publica cada determinado tiempo. No obstante, su definición va más allá de dicha característica relacionada más con su publicación que con su contenido o forma.

Una vez más, se parte de la definición establecida en el diccionario:

- 3. adj. Dicho de un impreso: Que se publica con determinados intervalos de tiempo. U. m. c. s. m.
- 6. m. Publicación que sale diariamente. (DRAE)

La primera acepción es un adjetivo, esto quiere decir que puede calificar a cualquier sustantivo, de ahí que contemos con diversos tipos de publicaciones periódicas (como las revistas, los suplementos, entre otros). Como sustantivo, la RAE especifica que este tipo de producto editorial se publica todos los días. Esta sería la principal diferencia con otras publicaciones similares, puesto que la periodicidad varía (puede ser semanal, quincenal, mensual).

Retomo, a continuación, lo establecido por la Unesco (1985): “Se entiende por publicación *periódica* la editada en serie continua con el mismo título, a intervalos regulares e irregulares, durante un periodo indeterminado, de forma que los números de la serie lleven una numeración consecutiva o cada número esté fechado.” (143)

En el capítulo anterior, dedicado a la revista, ya se había analizado esta definición general. No obstante, en el mismo documento se extienden las características de este producto:

a) Periódicos corrientes son las publicaciones periódicas destinadas al gran público y que tengan esencialmente por objeto constituir una fuente de información escrita sobre los acontecimientos de actualidad relacionados con asuntos públicos, cuestiones internacionales, política, etc. También pueden contener algunos artículos literarios o de otra índole, ilustraciones y publicidad. Esta definición abarca:

- i) Los diarios, es decir, los periódicos dedicados principalmente a los acontecimientos de las 24 horas anteriores a su entrada en prensa,

ii) Los órganos no diarios, es decir, los periódicos cuyas informaciones se refieran a un período más amplio, aunque por motivos de carácter local o por otras razones constituyan para sus lectores una fuente original de información general.

De la cita anterior, es pertinente destacar las siguientes características. El primer punto es el público al cual se dirige; a diferencia del libro y las revistas, el periódico no tiene un público específico, es decir, no se dirige a especialistas de una disciplina o lectores de obras literarias (por mencionar algunos ejemplos) debido a los temas que trata, que es el siguiente punto. Como se menciona en la definición anterior, un periódico se centra en información de actualidad (en algunos casos, esta debe referir a lo ocurrido el día anterior) y, específicamente, de interés general, es decir, que son acontecimientos recientes de una localidad y que están relacionados con la vida pública (política, economía, cultura).

En un lenguaje común, se puede decir que el contenido principal de un periódico (sea diario o no) son las noticias, información de actualidad cuyo objetivo es informar a la población, por lo que los textos son breves, claros y directos. En este sentido, la Unesco especifica que un periódico también puede contar con otro tipo de contenido, como artículos (más extensos y especializados) e imágenes, aunque estos son minoría.

Historia

La historia del periodismo es, probablemente, tan antigua como la de la humanidad misma. Aunque no como la conocemos. Desde tiempos antiguos, las noticias se difundían entre la población de manera oral: esta era una tradición que marcó el inicio tanto de la literatura como del periodismo. Los juglares, desde la Antigüedad clásica hasta el medievo, no solo contaban historias fantásticas, sino que llevaban, de pueblo en pueblo, las narraciones de los hechos más importantes de los reinos. Las primeras epopeyas (desde la *Ilíada* hasta el *Cantar del mio Cid*) daban cuenta de las guerras que se libraban en su momento.

De acuerdo con algunos autores, en la historia de occidente, se cuenta con evidencia de noticias escritas desde la Edad Media, (siglo XIII, aproximadamente). Martínez (2023, citando a Weill) habla de una ordenanza dictada en Inglaterra cuyo fin era regular las noticias escritas que se propagaban. En lo que respecta a oriente, se han encontrado documentos con edictos o textos oficiales de las dinastías que daban cuenta de lo ocurrido en torno a asuntos gubernamentales.

China, por ejemplo, contaba con la *Gaceta de Pekín*, un órgano imperial que no se difundía, mas sí documentaba lo acontecido. Otro ejemplo es Grecia, de la cual se tienen referencias a periódicos o diarios satíricos en los que se trataban asuntos políticos. Por su parte, el Imperio romano publicaba el *Acta Pública* y *Acta Diurna*, documentos oficiales sobre los hechos de la época (Martínez, 2023, p. 82).

Pese a todos estos antecedentes del periódico, Martínez menciona que no podemos ubicar los comienzos del periódico, sino en el siglo XV, con la invención de Gutenberg: la imprenta de tipos móviles. Esto se debe al curso que la imprenta dio a todas las publicaciones y, aún más, a las publicaciones periódicas. Si bien, antes de este invento, las noticias escritas ya circulaban e, incluso, se vendían en toda Europa, la impresión llegó a mecanizar todos los procesos ya existentes.

Durante los primeros años de la imprenta de tipos móviles, la presencia de estas en Europa era menor, por lo que las noticias escritas convivieron con las impresas. Por un lado, las escritas circulaban, por así decirlo, “de mano en mano”, se vendían como una mercancía (lo que, en definitiva, es un antecedente de la venta de periódicos); mientras que, por otro lado, los textos impresos se colgaban en las puertas de las iglesias para difundir, entre toda la población, ideas nuevas. Este tipo de publicaciones (panfletos, por ejemplo) fueron cruciales en la Reforma luterana, en Alemania durante el s. XV (Martínez, 2023, p. 84).

Con la propagación de la imprenta por diferentes ciudades llegó, también, la impresión en masa. De manera que el interés por conocer las noticias locales y de otros territorios se difundió. Así, para el siglo XVII, Europa ya contaba con varias publicaciones periódicas (diarios, semanales), tales como el *Frankfurter Journal* (Alemania), la *Gazzeta Publica* (Italia), *Weekly News* (Inglaterra), y *La Gaceta* (Madrid), todos estos publicados entre 1615 y 1661 (Equipo editorial, Etecé, 2024).

Pero no fue sino hasta el siglo XIX que el periódico tuvo su auge en todo occidente. De acuerdo con la académica Marie-Eve Thérénty (citada en García, 2012), durante el siglo XVIII ya había difusión de periódicos, pero solo entre las élites debido a su alto costo (lo que implicaba, también, un tiraje menor); sin embargo, con la llegada del nuevo siglo y todos sus cambios sociales e industriales, los periódicos ampliaron su público, redujeron sus costos y aumentaron el tiraje. La misma autora menciona que, en esta época, periódicos franceses como *Le Petit Parisien* llegaron

a tener tirajes de hasta tres millones, una cantidad que ni antes ni después pudieron mantener los medios impresos. Con la popularización de estas publicaciones entre las masas, una vez más, podemos identificar un punto de encuentro entre el periodismo y la literatura, pues, en estas ediciones se imprimían las obras literarias de vanguardia, como cuentos, poemas, y novelas por entregas (García, 2012).

Tal fue la importancia del periódico durante este siglo que dio pie al concepto de *cuarto poder* o *cuarto estado* (proveniente de los estados medievales: noble, eclesiástico [Briggs y Burke, 2002]). Esta idea hace referencia a la influencia que tenían los medios impresos en la vida social y política de las nuevas naciones. Muchos políticos y escritores comenzaron su carrera como periodistas; además de que esta era una fuerza muy fuerte de denuncia (García, 2012).

Para mediados del siglo XIX, en Europa ya circulaba una amplia cantidad de periódicos, especialmente en Francia e Inglaterra, tales como *Le Petit Journal*, *Le Matin*, *Le Temps*, *The Times*, *Manchester Guardian*, y en Estados Unidos, *New York Times*, *Tribune*, entre otros. Esa fue la época de mayor esplendor para los medios impresos.

Con la popularización de la fotografía y la llegada del siglo XX, los periódicos experimentaron otro cambio: la publicidad. Esta se volvió tan común dentro de los medios impresos que representó una fuerte fuente de ingresos. En Estados Unidos, el gasto en publicidad pasó de los cuarenta millones de dólares a los mil millones entre 1881 y 1916. Incluso los mismos textos tenían ya un estilo más bien publicitario. A esto se sumó, avanzado el siglo, la impresión a color que atrajo la atención de los lectores, junto con otros elementos que comenzaron a parecer en los periódicos como los crucigramas (Briggs y Burke, 2002).

Para finales del siglo, la prensa impresa no pudo competir con la televisión, de manera que la diversidad de periódicos disminuyó, así como los tirajes y su alcance. Incluso la publicidad cambió de ámbito, lo que redujo este ingreso de 45 a 23% entre 1935 y 1995. Con un panorama como este, la llegada del internet implicó otro gran cambio (Briggs y Burke, 2002).

No obstante, el periódico pudo adaptarse mejor a las características de la web, pues muchos de los periódicos migraron (o añadieron) al formato digital. Con ello, su diseño cambió (pues dejó la página impresa) aunque mantuvo varios de sus elementos principales.

El título

Este periódico lleva por nombre *El Repique*, en referencia al repicar de las campanas de las iglesias. Es bien sabido que la ciudad de Puebla cuenta con una amplia cantidad de iglesias católicas, principalmente en el centro histórico, pero también en todo su alrededor. Esto ha hecho que el repicar de una campana sea un sonido característico.

En tiempos pasados, se hacía sonar las campanas de la iglesia para dar avisos al pueblo (la misa, la hora del ángelus³ e, incluso, defunciones). En este sentido, con este nombre se busca retomar la idea de que el repicar de una campana (el periódico *El Repique*) suena (se publica) para dar noticia a los habitantes de la ciudad sobre las novedades que en esta ocurren, en este caso, los acontecimientos culturales. Por esto mismo, como parte del título del periódico se incorporó la ilustración de una campana que enfatice esta idea. Para ello, se eligió un diseño tridimensional, de trazos delgados que mostrara un estilo tradicional de una campana de iglesia (incluso, podría decirse, antigua), en lugar de una imagen plana (bidimensional) o moderna.

Figura 32

Cabecera del periódico



Estructura

El periódico será un suplemento cultural impreso a color de publicación quincenal. Un suplemento cultural es una publicación periódica que, a diferencia de un diario o periódico, no difunde todos los hechos noticiosos de una ciudad, sino que se centra en aquellos relacionados con la cultura y las artes de un entorno. De acuerdo con Blanca Berasátegui (2002), un suplemento funciona como

³ Oración de la iglesia católica que se realiza a las doce del día.

un intermediario entre lo público y lo privado, entre el artista y el público; estos, continúa la autora, deben ser “reflejo e interpretación” de la oferta cultural de una ciudad. En este caso, se presentarán noticias relacionadas con la celebración de los quinientos años de la fundación de la ciudad desde diferentes enfoques, todos en relación con la cultura.

Para la organización de dicho periódico, planteo las secciones: Lo nuevo (noticias culturales), Los libros (noticias del ámbito literario); La garnacha (gastronomía); La cartelera.

Contenido

A continuación, se presenta el tipo de contenido que se publicará cada sección.

Lo nuevo

En esta sección, se presentarán las noticias de mayor relevancia en torno al ámbito cultural de la ciudad, tales como inauguraciones de eventos y lugares (recintos culturales, ferias, exposiciones), organizados por el gobierno, las universidades, colectivos, organizaciones no gubernamentales o el sector privado. Aquí también aparecerán las noticias de coyuntura, como las festividades propias de cada época (Día de muertos, Navidad, etcétera).

Los libros

Aquí, se hablará específicamente del ámbito literario. En esta se publicarán noticias sobre ferias del libro, presentaciones, firmas de autógrafos o publicaciones recientes. En este caso, también se contemplan todos los sectores de la sociedad.

La garnacha

Se dedicará a la gastronomía local; se presentarán notas sobre nuevos restaurantes, reportajes sobre locales populares de comida tradicional o eventos en torno a la gastronomía, como la Feria del Chile en Nogada, la Feria de la Cecina, ferias navideñas, premios gastronómicos, entre otros.

La cartelera

En esta sección se mostrarán algunos de los eventos culturales que se llevarán a cabo en la ciudad durante el periodo entre publicaciones.

La historia

En ella se presentan notas sobre la historia de la ciudad. Se procurará que los temas de la sección compartan un periodo histórico cada número, mas no habrá una presentación lineal entre números. Esto, con el objetivo de diversificar los temas o atrapar la atención del lector.

Formato

El periódico *El Repique* será un suplemento impreso a color tamaño medio tabloide (14 x 43 cm). Se plantea este tamaño en función de dos aspectos. El primero de ellos es la innovación: dicho tamaño y la disposición alargada es poco frecuente, por lo tanto, la forma del periódico resultará atractiva para el público, lo que es una ventaja, pues este tipo de noticias debe alcanzar al lector. El segundo aspecto es la accesibilidad. Una vez doblado, el periódico tendrá un tamaño media carta, esto facilita su manipulación, almacenaje, transporte (puede guardarse en una mochila y bolsa de mano) y, sobre todo, su lectura, pues dicho tamaño es el más utilizado para facilitar la lectura.

Cuadro 14

Información técnica del periódico

El Repique

Tamaño final	14 x 43 cm
Tamaño extendido	43 x 28 cm
Formato	Vertical
SopORTE	Impreso
Número de páginas	12 páginas
Fuente tipográfica	Centaur
Papel para interiores	Bond 90 gr
Papel para forros	Bond 90 gr
Descripción cromática	4x4
Encuadernación	Solo doblado
Acabados	N/A
Tiraje	500

Productos editoriales similares

Como se mencionó en el apartado correspondiente a la revista, el periódico comparte con esta algunos productos editoriales similares. Esto se debe a que los portales digitales abarcan ambos campos de la comunicación: las noticias y los artículos de difusión y divulgación. Aunque se denominen revistas, también cuentan con secciones de noticias (política, columnas, policía, internacional). No obstante, estas secciones no coinciden con las de la revista ni del periódico que propongo, los únicos puntos de semejanza son las notas sobre aspectos culturales. En todos los casos, la cultura es solo una sección de estos portales y no el tema central. Por otro lado, *El Sol de Puebla* es el único medio que también se publica impreso, sin embargo, como ya se mencionó, las noticias culturales solo son una pequeña parte de todo el periódico.

Cuadro 15

Productos similares

	<i>Única</i>	<i>Puebla Magazine</i>	<i>El Sol de Puebla</i>
			
Formato	Digital, en línea https://revistaunica.com.mx/las-calles-de-puebla-y-su-numeracion/	Digital, en línea https://www.pueblamagazine.com.mx/	Digital, en línea. Sección en periódico impreso https://www.elsoldepuebla.com.mx/cultura/
Tema principal	Actualidad en la ciudad	Actualidad en la ciudad	Historia de la ciudad
Secciones similares	Cultura; Cábales y tradiciones; Espectáculos; Personaje memorable	Agenda; Arte y arquitectura; Dónde ir, Gastronomía	

Ventaja competitiva

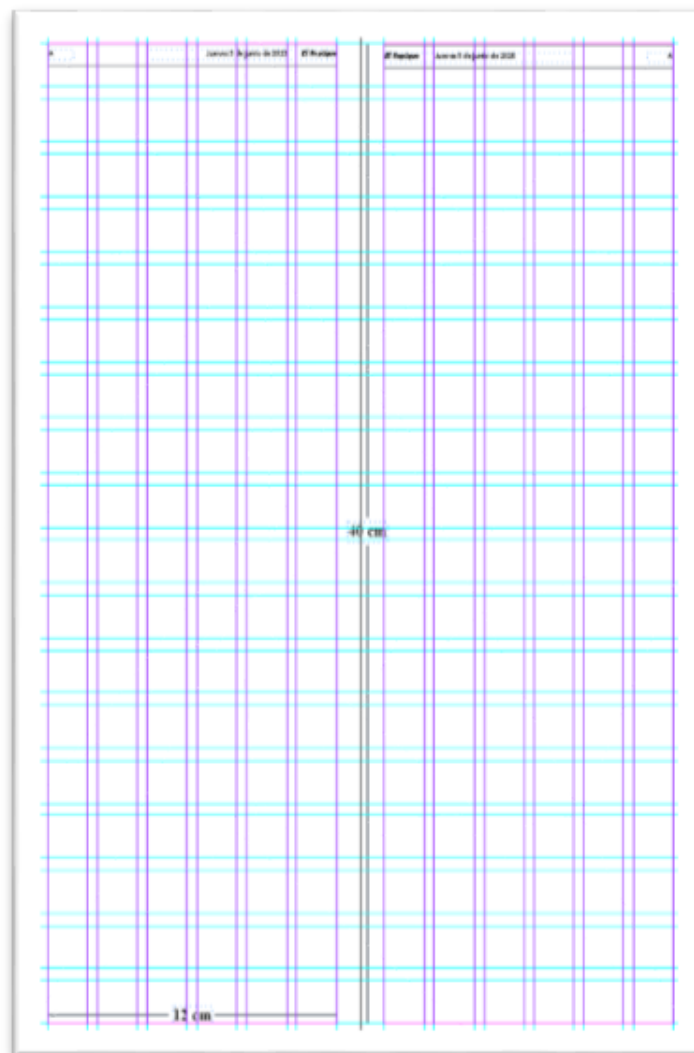
Todos estos medios son digitales y únicamente se pueden consultar en internet. Por lo tanto, una de las principales ventajas del periódico que propongo es que será impreso. Esto le permitirá llegar a más personas que “se encuentren” con él gracias a la distribución gratuita, es decir, no será necesario que las personas busquen específicamente el portal o la noticia que les interesa, sino que esta llegará a sus manos. Por otro lado, se buscó que el diseño del periódico fuera novedoso, distinto a otras publicaciones. El formato alargado, de tamaño doble carta, hace del periódico un objeto llamativo por su forma y tamaño. A pesar de esta forma, su lectura será fácil y la manipulación del periódico amigable, pues, una vez doblado (a la manera tradicional de los periódicos de sábana) tendrá un tamaño media carta, lo que hace accesible tanto para su traslado como para su uso.

Retícula

El formato del periódico en un tamaño doble carta es poco usual. Si la hoja se dobla en el sentido horizontal, da como resultado un tamaño media carta (en cada página), un formato más común. Sin embargo, no se busca que el diseño de este periódico únicamente esté segmentado en cuatro partes de tamaño media carta cada uno, sino que se pretenden aprovechar las posibilidades que el largo del papel ofrece.

Figura 32

Retícula modular



A diferencia de los productos anteriores, para el periódico se seleccionó una retícula de seis módulos horizontales. Como podemos observar a continuación, esta retícula ofrece diversas opciones para la composición de la página. En un periódico, a diferencia de un libro y una revista, la cantidad de elementos es mayor, pues en una sola página debemos incluir varias notas y cada una de ellas contiene su título, subtítulo, texto, imagen, pie de foto y destacados de diferente tipo.

Figura 33

Retrícula modular aplicada a una página



Tipografía

Debido a las peculiaridades del periódico, fue necesario utilizar una fuente distinta para el cuerpo de texto que tuviera dimensiones menores y se adaptara a la caja de texto. Por tanto, se seleccionó la familia tipográfica Centaur. Dicha fuente fue creada por el diseñador estadounidense Bruce Rogers en 1914 para el Museo Metropolitano de Nueva York; años después, en 1929, esta tipografía fue editada por la compañía Monotype (Unos tipos duros, 2002).

Figura 34

Muestra tipográfica Centaur

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
YZÀÁÂÉabcdefghijkl
mnopqrstuvwxyzàá&
I234567890(\$£.,!?)

Se seleccionó esta tipografía debido a sus semejanzas con Book Antiqua (empleada para el cuerpo de texto del libro y la revista). Además de su similitud (son ambas fuentes con patines y comparten algunos rasgos), su menor altura de x y su trazo más delgado la hacen una mejor opción para una columna tan corta como la que se emplea en un periódico. Su menor tamaño y ligereza hacen que quepan más caracteres por línea y que el interlineado se perciba como mayor. Todas estas características hacen el texto más legible.

Por otro lado, al igual que en la revista, los titulares y destacados se escribirán con la tipografía *sans serif* Source Sans Pro, con el objetivo de generar un contraste entre ambos estilos tipográficos. Además, en este caso, se aprovecharán los diferentes pesos con los que cuenta dicha familia.

Por su parte, el nombre del periódico se compuso en una tipografía diferente al resto: Cookie. Esta fuente solo cuenta con la variante regular. Esta es una tipografía de dominio público y fue diseñada

por Ania Kurk. Su trazo simula la caligrafía manuscrita, mas realizada con una herramienta gruesa, por lo que es ideal para titulares y elementos que deban destacar. “Es dulce y amigable —pero no demasiado decorativa—; simple y legible incluso en un cuerpo de texto” (Font Squirrel, 2024b)⁴.

Figura 35

Muestra tipográfica Cookie

abcdefghijklmnopqrstuwxyz
ABCDEFGHIJKLMNXPQRSTUVWXYZ
0123456789 (!@#\$%&,?::)

Fuente: Font Squirrel

Figura 36

Tipografía Cookie aplicada al título



El Repique
Ecos de la ciudad

Tras realizar pruebas con esta tipografía, recibí varias observaciones por parte de profesores y compañeros sobre la incompatibilidad de la misma con el resto del proyecto. Si bien se buscaba generar un contraste con las otras familias empleadas en el periódico, esta, más bien, generaba ruido. Fue por este motivo que decidí cambiar la tipografía del título y utilizar la misma que en el cuerpo de texto de la publicación, que es Centaur (descrita anteriormente). Esta dio un resultado más armonioso y refleja cierta seriedad y elegancia implícita en el conjunto de publicaciones, lo cual contrasta mejor con la tipografía sin patines empleada para títulos (Source Sans Pro, también ya descrita).

⁴ La traducción es mía.

Figura 37
Tipografía Centaur aplicada al título

El Repique

Márgenes y caja tipográfica

Para la diagramación de las dobles páginas, se estableció un margen simétrico de un centímetro por cada lado (márgenes superior, inferior, interior y exterior) y una retícula de seis columnas con un medianil de cuatro milímetros. De esta forma, las cajas de texto que se emplearán en la formación pueden ser de tres o dos columnas, lo que corresponde a cajas de 5.8 y 3.7 cm de ancho, respectivamente. Con ello, se obtiene una línea no mayor a los sesenta y cuatro caracteres, como se recomienda (Bringhurst, 2014, p. 40); de hecho, las líneas oscilan entre los treinta y cincuenta caracteres, aproximadamente.

Los distintos estilos tipográficos empleados para la formación del periódico son los siguientes:

- **Autor del artículo (*por*)**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *Light*
 - Tamaño de la fuente: 7 pt
 - Interlínea: 12 pt
 - Párrafo: Alineado a la izquierda
- **Autor del artículo (*nombre*)**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: Regular
 - Tamaño de la fuente: 7 pt
 - Interlínea: 12 pt
 - Párrafo: Alineado a la izquierda
- **Cuerpo de texto (*párrafo inicial*)**

- Tipografía: Centaur
- Estilo: Regular
- Tamaño de la fuente: 11 pt
- Interlínea: 12 pt
- Párrafo: Alineado a la izquierda
- Capitular de dos líneas, color negro
- **Cuerpo de texto (párrafo general)**
 - Tipografía: Centaur
 - Estilo: Regular
 - Tamaño de la fuente: 11 pt
 - Interlínea: 12 pt
 - Párrafo: Alineado a la izquierda; sangría en la primera línea (0.3 cm)
- **Título de sección**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *Black*
 - Tamaño de la fuente: 60 pt
 - Interlínea: 72 pt
 - Párrafo: Alineado a la izquierda
- **Título de artículo principal**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *Semibold*
 - Color: Negro
 - Tamaño de la fuente: 36 pt
 - Interlínea: 43 pt
 - Párrafo: Centrado
- **Título de artículo**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *Semibold*
 - Color: Negro
 - Tamaño de la fuente: 26 pt
 - Interlínea: 28 pt

- Párrafo: Alineado a la izquierda
- **Subtítulo de artículo principal**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *semibold*
 - Color: Gris
 - Tamaño de la fuente: 14 pt
 - Interlínea: 14 pt
 - Párrafo: Centrado
- **Subtítulo de artículo**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *semibold*
 - Color: Gris
 - Tamaño de la fuente: 14 pt
 - Interlínea: 14 pt
 - Párrafo: Alineado a la izquierda
- **Citas destacadas**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *Light italic*
 - Color: gris
 - Tamaño de la fuente: 18 pt
 - Interlínea: 21 pt
 - Párrafo: Alineado a la izquierda
- **Citas destacadas**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *Light italic*
 - Color: Negro
 - Tamaño de la fuente: 14 pt
 - Interlínea: 16 pt
 - Párrafo: Centrado
- **Datos destacados**
 - Tipografía: Source Sans Pro

- Estilo: *light*
- Color: Negro
- Tamaño de la fuente: 14 pt
- Interlínea: 16 pt
- Párrafo: Centrado
- **Números destacados**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *Black*
 - Color: Gris y azul (según la sección)
 - Tamaño de la fuente: 48 pt
 - Interlínea: 57pt
 - Párrafo: Centrado
- **Pie de foto**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *Regular*
 - Color: Negro
 - Tamaño de la fuente: 8 pt
 - Interlínea: 10 pt
 - Párrafo: Alineado a la izquierda
- **Fecha**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: Regular
 - Color: Negro
 - Tamaño de la fuente: 9 pt
 - Interlínea: 11 pt
 - Párrafo: Alineado al margen interior
- **Folio**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *Semibold*
 - Color: Negro
 - Tamaño de la fuente: 9 pt

- Interlínea: 11 pt
- Párrafo: Alineado al margen exterior
- **Cornisa: nombre del periódico**
 - Tipografía: Source Sans Pro
 - Estilo: *Black italic*
 - Color: Negro
 - Tamaño de la fuente: 9 pt
 - Interlínea: 11 pt
 - Párrafo: Alineado al margen interior

Como se puede observar en la descripción anterior, los elementos presentes en un periódico son vastos, de manera que es necesario emplear diversos recursos tipográficos para establecer jerarquías y distinguir aquellos que se busca destacar. Para ello se hizo uso de los distintos pesos con los que cuenta la fuente tipográfica seleccionada, así como de sus variantes itálicas y la paleta de colores. A continuación, se muestra un ejemplo de un artículo en el que se utilizan las diversas tipografías y fuentes.

Figura 38
Tipografía en página

Cristina Morató visitó la BUAP

La escritora española Cristina Morató
charló con alumnos de la Preparatoria
Lázaro Cárdenas

Por: Elizabeth Trigo

La periodista y escritora española Cristina Morató se presentó en la preparatoria Lázaro Cárdenas del Río de la BUAP el 17 de octubre. Para recibir y acompañar a la invitada de honor, la rectora de la universidad, Lilia Cedillo, asistió a dicho evento. La rectora habló de la importancia de realizar eventos en el que los estudiantes charlen con escritores que pueden ser una fuente de inspiración para algunos de ellos.

La autora se mostró contenta con la participación e interés de los jóvenes. Les habló sobre sus experiencias e intereses que dieron pie a la escritura de sus principales obras. Destacó la importancia de impulsar y difundir la voz de las mujeres, sobre todo de aquellas que fueron silenciadas por la historia contada por hombres.

Así mismo, el titular de Librerías Universitarias, Jorge Cortés Moreno estuvo presente y manifestó su satisfacción por acercar a los estudiantes a la lectura, especialmente, mediante la conversación en directo con los autores.

Por su parte, los estudiantes se mostraron interesados y realizaron preguntas a la autora, tanto sobre su experiencia en el periodismo como por sus libros y su trabajo como escritora. La autora respondió todas las dudas del estudiantado y los invitó a seguir sus pasos. Motivó a todos aquellos interesados por las letras.

“
Hago este trabajo
para mostrar la otra
cara de las monarcas
y las vicisitudes
que enfrentaron”

Paleta de colores

El periódico es el producto editorial en el que se emplearán más los colores seleccionados para este concepto creativo. Esto se debe a la amplia cantidad de elementos con los que cuenta este tipo de publicación. Mientras que en la revista y el libro únicamente se utilizaron los colores grises (oscuro y claro), en el periódico se emplean estos y también el azul.

El principal uso de la paleta de colores se hizo en la separación de las secciones. Cada sección inicia con su título en un recuadro de color; se intercalan el azul y el gris claro para dar variedad en el diseño. Así mismo, el color que marca la sección es el que se emplea en los datos destacados de la misma. Es decir, si la sección La garnacha está marcada por el azul, los números, plecas y demás elementos gráficos usarán el color azul, mientras que, si la sección es gris, todos estos elementos emplearán dicho color.

Figura 39

Paleta de colores en las secciones del periódico



Los colores se utilizan en las plecas que separan la información destacada del resto del texto; en ellas, las líneas azules tienen un grosor mayor que las grises. También se aplicó el color en datos destacados como números y las comillas que indican citas. A continuación, se muestra un ejemplo.

Figura 40
Uso de la paleta de colores en la página

Conoce la cocina poblana y sus tipos de chiles

La gastronomía poblana está llena de una rica variedad de chiles que acompañan o son el platillo principal.



Foto: Frepik

Por: Elizabeth Trigo

En Puebla, el chile es un ingrediente central en varios platillos que fusionan tradición e innovación. Entre los más emblemáticos se encuentran los chiles en nogada, preparados con chile poblano relleno de un picadillo de carne y frutas, cubierto con una salsa de nuez y granada.

Otro platillo popular es el mole poblano, una compleja salsa hecha con chiles secos como el mulato, pasilla y ancho, mezclados con chocolate y especias, que se sirve comúnmente con pollo.

También destaca el tamal de chile verde, una versión del tamal con salsa de chile poblano o jalapeño, y el pipián verde, una salsa de semillas de calabaza y chiles verdes que acompaña carnes o tamales. Cada uno de estos platillos refleja la rica herencia culinaria poblana, donde el chile es protagonista y símbolo de identidad poblana.

La variedad de platillos hechos con distintos tipos de chile en la ciudad

es basta: desde las rajas poblanas, hasta los famosos e incomparables chiles en nogada, sin olvidar los chipotles rellenos típicos de las fiestas decembrinas.

Por ejemplo, el chile en nogada es uno de los platillos típicos de la gastronomía mexicana y del estado de Puebla.

5
chiles más consumidos en Puebla:

- Poblano
- Serrano
- Miahuateco
- Ancho
- Chilaca

64
chiles criollos en México

10
variedades son de Puebla

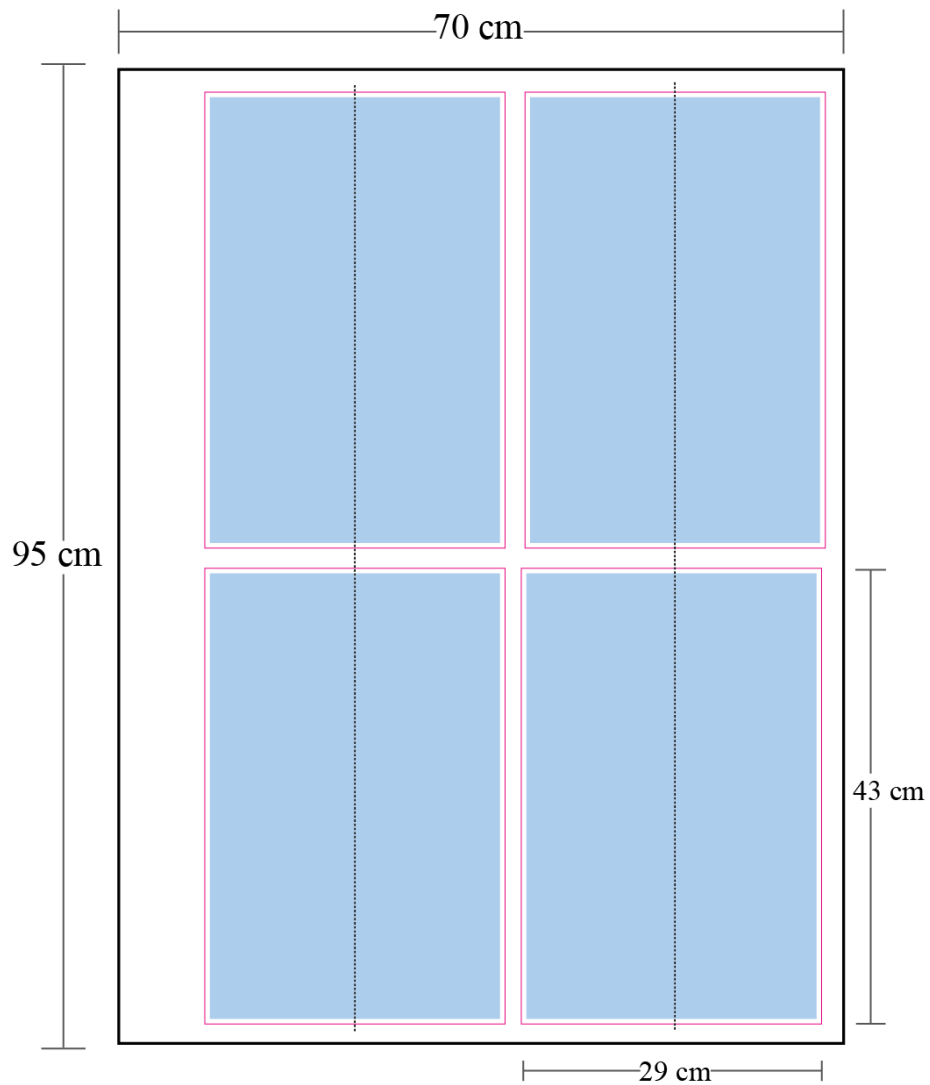
Con este uso de la paleta de colores, se desataca información relevante sin romper la armonía de la página, se mantiene el estilo *limpio* (con espacios blancos) y los elementos se complementan en lugar de competir entre ellos.

Pliegos

Con base en las medidas finales del periódico, se puede utilizar un pliego de papel bond de 95 x 70 cm para la impresión. En este, caben cuatro pliegos (dobles páginas), con lo que se tiene un aprovechamiento de 73 %, como se muestra a continuación. Si bien en el periódico no hay imágenes rebasadas como parte del diseño debido a la misma disposición de este, para la impresión se contempló un margen de sangrado de 5 mm, por lo que la medida final en el pliego para su impresión es de 42 x 28 cm más 5 mm por lado, igual a 43 x 29 cm.

Figura 41

Plano de distribución de páginas en pliego



Fotografías, imágenes e ilustraciones

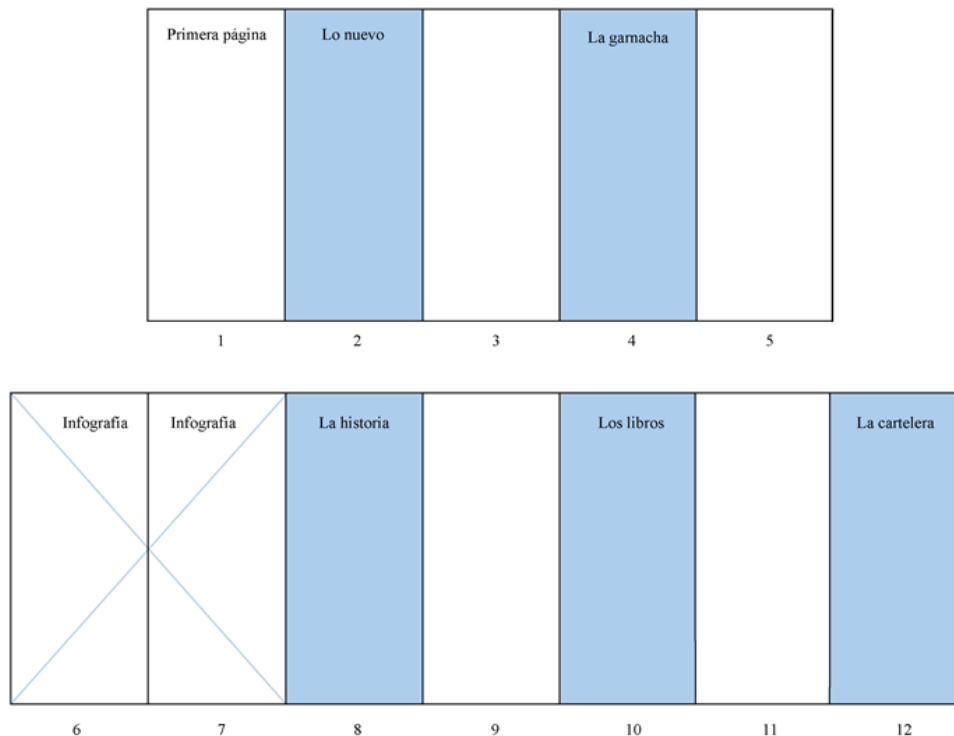
Las imágenes en un periódico no suelen tener muchas variantes o posibilidades. Por lo general, su objetivo es representar la realidad de la forma más verosímil posible, es decir, son meramente informativas y representan el acontecimiento del que se habla en la noticia. Si bien, en este caso, el periódico es un suplemento cultural, las imágenes buscan cumplir dicho objetivo.

El tamaño, formato (horizontal o vertical) y posición de cada fotografía dependerá del contexto, es decir, de la composición de la caja tipográfica de cada noticia, pero, en ningún caso, habrá imágenes sangradas, todas se encuentran dentro de los márgenes y comprenden cierta cantidad de módulos. En todos los casos, las fotografías cuentan con las características necesarias para su impresión.

Imposición de páginas

En el esquema de imposición de páginas del periódico, distinguimos cómo se intercalan las diferentes secciones, así como la doble página destinada a la infografía.

Figura 42
Planillo

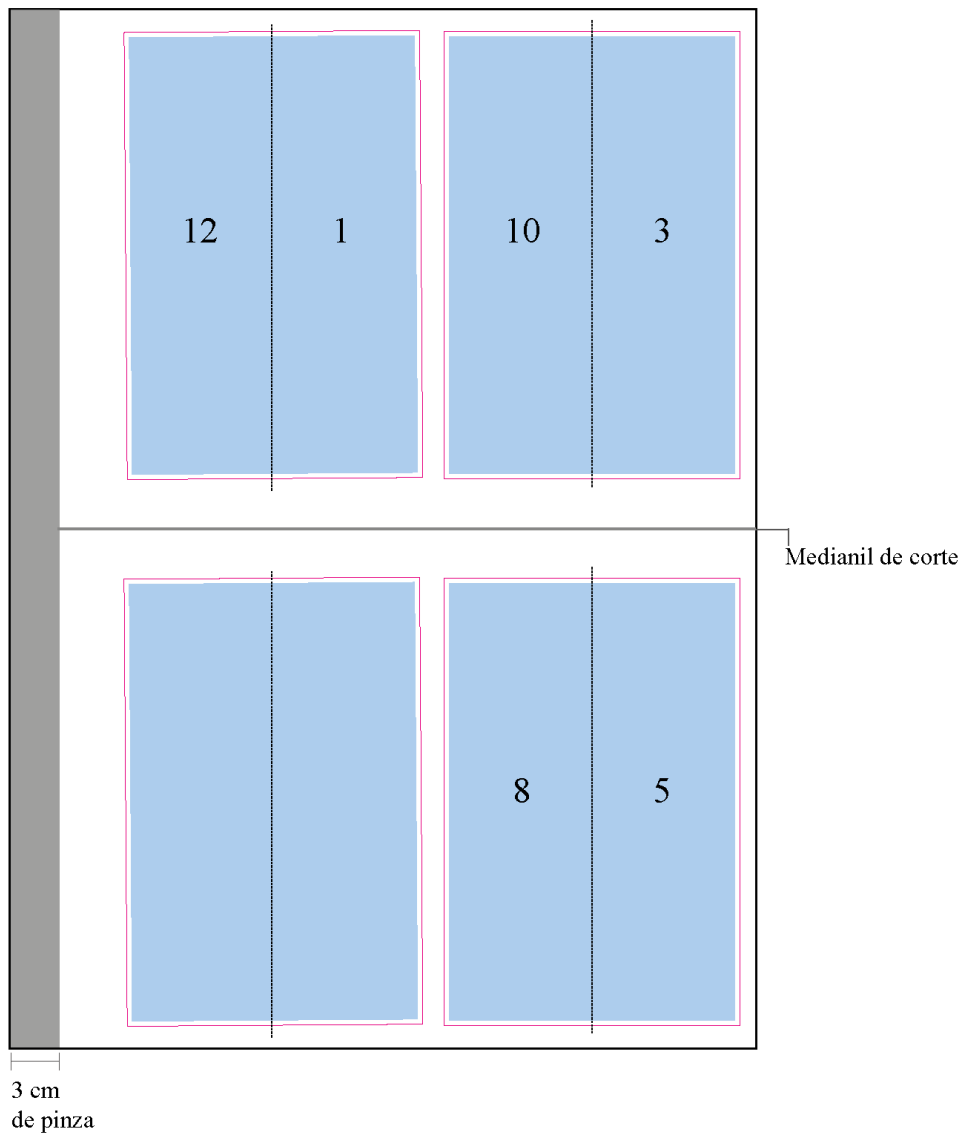


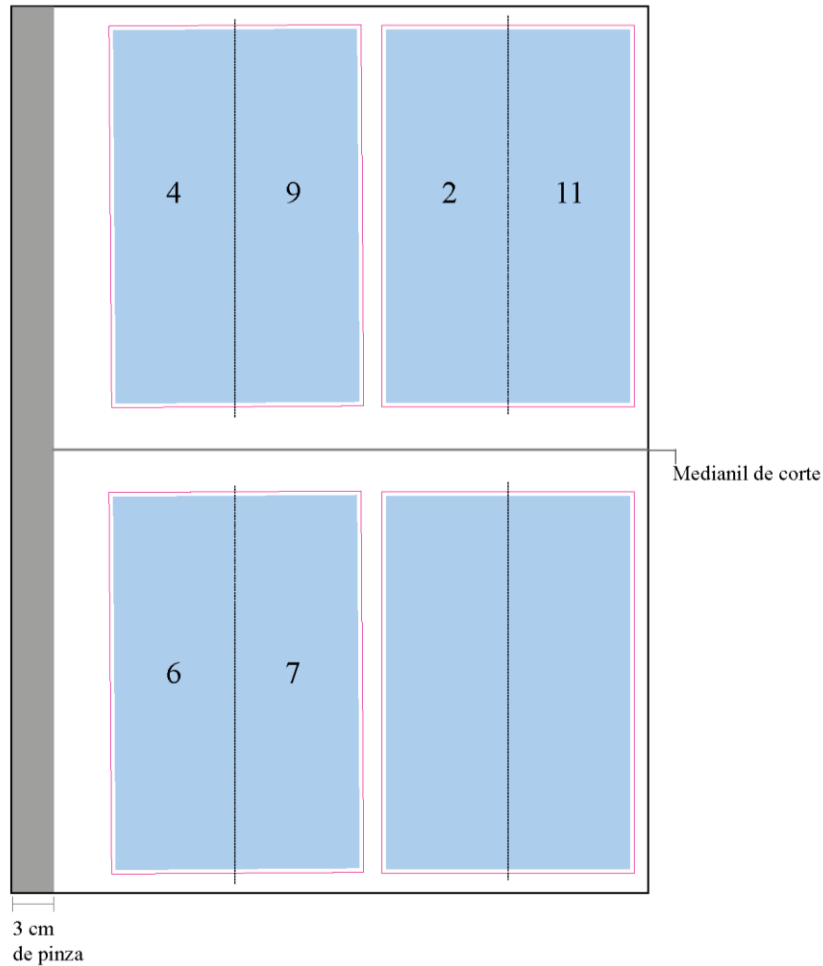
Compaginación

A continuación, se muestra la distribución de las páginas dentro de un pliego para la impresión de este periódico en sistema offset. Como podemos observar, la impresión de un ejemplar no ocupa ni siquiera un pliego completo, de manera que, en el espacio restante, se pueden reacomodar páginas de un ejemplar más.

Figura 43

Compaginación del periódico





Conclusiones

De entre los tres productos editoriales, el periódico representó el mayor reto para mí: desde su diseño hasta su formación. Proponer un formato novedoso resultaba, en mi opinión, importante, pues un periódico es un producto muy delimitado por su historia y tradición. De manera que, reunir los elementos tradicionales y, a la vez, darle un vuelco al diseño que fuera llamativo fue el primer desafío.

Una vez seleccionado el formato, el siguiente trabajo fue diseñar una retícula que permitiera ordenar la gran cantidad de elementos con los que cuenta un periódico y, además, que fuese aplicable a un formato tan largo como este. Para ello, utilicé una retícula modular y dividí la página, mentalmente, en dos medias cartas (de manera vertical), lo que facilitó la disposición de algunos elementos. Por último, me enfrenté a la complejidad de componer la página, de situar texto,

imágenes, titulares (títulos y subtítulos) y destacados de manera ordenada pero no cuadrada o limitada. Esta fue el mayor desafío en cuanto a diseño; requirió de varias horas de trabajo y de una constante prueba y error.

Finalmente, considero que el periódico, pese a la dificultad en su realización, logra ser un medio de difusión novedoso y que compendia notas breves, pero significativas. El diseño cumple su función de ser diferente y atractivo visualmente; su formato en sí mismo atrae la atención del público. Si bien la disposición de los textos resulta un tanto extraña debido a la forma alargada, el diseño permite recopilar información suficiente sobre los hechos más destacados de la vida cultural de la ciudad, tal y como es su objetivo.

Referencias

- Asociación Mexicana de agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión. (s/f). *Descriptivo de cada uno de los NSE AMAI estimación 2024 (ENIGH 2022)*. AMAI.
- Acaso, M. (2009). *El lenguaje visual*. Paidós.
- Berasátegui, B. (2002). *Suplementos culturales: Convergencias y divergencias*. Letras Libres.
- Bringhurst, R. (2014). *Los elementos del estilo tipográfico*. Fondo de Cultura Económica.
- Bhaskaran, L. (2006). *¿Qué es el diseño editorial?* Index Book.
- Briggs, A. y Burke, P. (2002). Información, educación, entretenimiento. En A. Briggs y P. Burke. *De Gutenberg a internet. Una historia social de los medios de comunicación* (pp. 213-295). Taurus.
- Caldwell, C. y Zappaterra, Y. (2014). *Diseño editorial. Periódicos y revistas. Medios impresos y digitales*. Gustavo Gilli.
- De La Cruz, A. y Morales, L. (s/f). *Modelo General del Proceso de Diseño (MGPD)*. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco. <https://modelo-general-del-proceso-de-diseno-mgpd.jimdosite.com/>
- Equipo editorial, Etecé. (2024, 23 de febrero). *Periódico*. Enciclopedia Humanidades. <https://humanidades.com/periodico/>.
- Font Squirrel. (2024a). *Source Sans Pro*. Font Squirrel. <https://www.fontsquirrel.com/fonts/source-sans-pro>
- Font Squirrel. (2024b). *Cookie*. Font Squirrel. <https://www.fontsquirrel.com/fonts/cookie>
- García, J. (2012, 29 de enero). El siglo XIX, inicio de la era mediática. *La Jornada Semanal*.
- Gutiérrez M. L., Antuñano J. S., Dussel E., Ocejo T., Toca A., De Carmona M. S. (1992). *Contra un Diseño Dependiente: un modelo para la autodeterminación nacional*. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco.
- Íñigo, L. y Makhlof, A. (2014). *Diseño editorial. Manual de conceptos básicos*. Universidad Autónoma del Estado de Morelos.
- Kane, J. (2024). *Manual de tipografía*. Gustavo Gilli.
- Martínez Mancera, S. (2023). Origen del periodismo. *Revista Mexicana De Ciencias Políticas Y Sociales*, 2(3). <https://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcyps/article/view/85290>

- Mascorro, P. (2006). *Prototipo de una revista especializada como herramienta de comunicación para el departamento de Diseño gráfico de la Universidad de las Américas, Puebla*. [Tesis de licenciatura]. Universidad de las Américas Puebla.
- Meggs, P. y Purvis, A. (2009). *La historia del diseño gráfico*. Editorial RM
- Müller-Brockmann, J. (2024). *Sistema de retículas. Un manual para diseñadores gráficos*. Gustavo Gilli.
- Parrales, M. (2013). *El diseño editorial a través del método*. [Tesis de licenciatura]. UNAM.
- Piccolini, P. (2019). *De la idea al libro. Un manual para la gestión de proyectos editoriales*. Fondo de Cultura Económica.
- Ramírez, J. (2016). *Cómo analizar de todo: textos populares, mediáticos, artísticos y didácticos*. Universidad Nacional de Costa Rica.
- Real Academia Española. *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). [versión 23.7 en línea]. Consultado el 20 de septiembre de 2024. <https://dle.rae.es>
- Sánchez, J. (2016). Manuscritos medievales iluminados, una iluminación para la Edad Media. *Biblioteca Universitaria*, 19(1), 73-89.
- Unesco. (1985). *Actas de la Conferencia General, 23.^areunión, Sofía, 8 de octubre-9 de noviembre de 1985*. Volumen 1: Resoluciones, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 1986, unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000068427_spa.page=142.
- Unos tipos duros. (2002, 12 de mayo). *Grandes maestros de la tipografía: Bruce Rogers*. Unos tipos duros. <https://www.unostiposduros.com/grandes-maestros-de-la-tipografia-bruce-rogers/>



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS



FACULTAD DE DISEÑO
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN

Cuernavaca, Morelos a 19 de septiembre de 2025

MTRA. BIANCA VANESSA FARÍAS BAHENA
DIRECTORA DE LA FACULTAD DE DISEÑO
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

PRESENTE

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina:

Celebrando Puebla.
Conmemoración de la identidad poblana
a través de tres productos editoriales

que presenta la alumna:

GLORIA ELIZABETH PÉREZ TRIGO

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

Lo anterior con base en: Considero que la tesina y los productos editoriales han sido planeados y realizados con un alto criterio en estructura, investigación y diseño, obteniendo como resultado un proyecto que cumple con todas las expectativas necesarias de la Especialidad en Diseño Editorial.

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

Atentamente
Por una humanidad culta

DR. HÉCTOR C. PONCE DE LEÓN MÉNDEZ

Incluir e-firma UAEM



Av. Universidad 1001 Col. Chamilpa, Cuernavaca Morelos, México, 62209, Facultad de Diseño, Edificio 10,
Tel. (777) 329 70 00, Ext. 2195,2196 / investigacion.disenio@uaem.mx

UAEM
RECTORÍA
2023-2029



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento con firma electrónica UAEM, soportada por el certificado vigente a la fecha de su elaboración y con efectos plenos de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS PUBLICADOS en el ÓRGANO INFORMATIVO UNIVERSITARIO "ADOLFO MENÉNDEZ SAMARÁ" número 117 de fecha 20 de abril de 2021.

Sello electrónico

HECTOR CUAUHTEMOC PONCE DE LEON MENDEZ | Fecha:2025-09-19 09:01:40 | FIRMANTE

Th1IlyVamon3ZlP0smgbk99Mp0fn2ELaLeLRkiRjtPOMEBLMLRXoLwFaLqtGc6vK8tjonw7KE5mZljpH9oSJW4ZVNcbmPxTG8WROghGrGFq4Y1URCoonUniqzDA/F4EwD5MCg
v/5idk5Cb2PxUWjX3LFE+zH/yIqkYgwatrXhAlsIsEmzuxLgFnpTtQSPy1hC6XS1zh8FJYjKFD8ldxtc1hYfGet7ACEcfxV3d4HfL4nnM1YSrZB80L3VenfUCxkjWd2lr8rGyS0VcsFv9PI
KG89eRcux4rbmuBl9qVQLEqeyiwPrH2samcEITAoDnlhUKknwvdXc4w22mTF0ZhBLA==

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



I1xOwqNF

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/EFGE1EMadJ1c5jjDR7Rw5f8PnZqctEtL>



UAEM
RECTORÍA
2023-2029



Cuernavaca, Morelos a 19 de septiembre de 2025

DR. HÉCTOR CUAUHTÉMOC PONCE DE LEÓN MÉNDEZ
COORDINADOR DE LA ESPECIALIDAD EN DISEÑO EDITORIAL
FACULTAD DE DISEÑO
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

PRESENTE

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina:

Celebrando Puebla.
Conmemoración de la identidad poblana
a través de tres productos editoriales

que presenta la alumna:

GLORIA ELIZABETH PÉREZ TRIGO

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

Lo anterior con base en: que la alumna cumplió satisfactoriamente con todos los requisitos solicitados por la Especialidad. Elizabeth siempre demostró compromiso, dedicación y sobresalió por su habilidad en la redacción y claridad de los procesos editoriales.

El manejo de la tipografía, la paleta cromática, las fotografías y los elementos visuales hacen que sus propuestas editoriales presenten unidad de sentido y sean coherentes con el concepto creativo.

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

Atentamente
Por una humanidad culta

(FIRMA ELECTRÓNICA)
DRA. LORENA SÁNCHEZ ADAYA





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento con firma electrónica UAEM, soportada por el certificado vigente a la fecha de su elaboración y con efectos plenos de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS PUBLICADOS en el ÓRGANO INFORMATIVO UNIVERSITARIO "ADOLFO MENÉNDEZ SAMARÁ" número 117 de fecha 20 de abril de 2021.

Sello electrónico

LORENA SANCHEZ ADAYA | Fecha:2025-09-19 05:42:11 | FIRMANTE

Q8uIz9PKkKuBpuZcTIYQDCNbZi9UTeyzfKuPHy+7AYgBnswSQTEhiQ7dJI+UD+HK+/AZTRJJnhGHgusp5/d/hJL6qwlHmIKYJ6vjnyv1ojCrlmpot3k3i96MT4hL5vf4BoDO5BRx341Ss5LveCZC5eHT4RS7mEHTVL/Fj+f1CT6NBstmPUIWo2ys5mT/rL7a6yaLNsbcu0fqvJKIPsezbq8ISNUp58NUtRD8HHaW26waJmqzVc/xqsH1PqegPJy28rYikzHGrrp6ttWzVnKgYk85cm3wDu8/YyipLJDhWS0r7Hj3lB9dsr9fU5ScvYVQInUatOJOv3Gn1imuORp1/g==

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



[s4PaejAyn](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/uCTM1jRmOOt5ARHxyZJpdAREllpsuEXx>



UAEM
RECTORÍA
2023-2029



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS



FACULTAD DE DISEÑO
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN

Cuernavaca, Morelos a 19 de septiembre de 2025

DR. HÉCTOR CUAUHTÉMOC PONCE DE LEÓN MÉNDEZ
COORDINADOR DE LA ESPECIALIDAD EN DISEÑO EDITORIAL
FACULTAD DE DISEÑO
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

PRESENTE

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina:

Celebrando Puebla.

Conmemoración de la identidad poblana
a través de tres productos editoriales

que presenta la alumna:

GLORIA ELIZABETH PÉREZ TRIGO

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

Lo anterior con base en:

1. Maneja correctamente los conceptos de Diseño Editorial en sus tres productos editoriales.
2. Demuestra una adecuada composición y maquetación de sus tres productos editoriales.
3. Plantea y alcanza correctamente los objetivos del proyecto descrito en la tesina.

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

Atentamente
Por una humanidad culta

MTRO. ULISES GALVÁN SALGADO



Av. Universidad 1001 Col. Chamilpa, Cuernavaca Morelos, México, 62209, Facultad de Diseño, Edificio 10,
Tel. (777) 329 70 00, Ext. 2195,2196 / investigacion.disenio@uaem.mx

UAEM
RECTORÍA
2023-2029



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento con firma electrónica UAEM, soportada por el certificado vigente a la fecha de su elaboración y con efectos plenos de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS PUBLICADOS en el ÓRGANO INFORMATIVO UNIVERSITARIO "ADOLFO MENÉNDEZ SAMARÁ" número 117 de fecha 20 de abril de 2021.

Sello electrónico

ULISES GALVÁN SALGADO | Fecha:2025-09-19 13:01:55 | FIRMANTE

CPTAoF0asRyOU8leJN1bDkLuUYpt5TMO4MmHcn9m2ICRrwhl5VvASs/9iEAT7VGQHjTT5JMk2PtMvQtlsZxQ/gmff6PifNy5svakkCR9zrpojSBgvNEavjYUY07F13dGZXKNQn4SBhUtT1FAqzyFGNrmqcntPh4+5ulCVUPsp2yS2GN6i5BTEI7KOPCB79KnFLFg7FvbqQUx1ptlqvvdNy4s2igaPsFPWDDz0T1gOo2Th9zALqhJzK2YjU/tVyUd1dn3sR2M2zyeYpDhLYyG62sBj9rbqTD2Fb8GHX6vUpqItHYzb2Iza4/FS38J+I/1GOSDsmgWpLy4dRuSk4g==

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



[uUbjCO0pN](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/UkTrztREuJCT10SLwUhLNHosmqzwcjD6>



UAEM
RECTORÍA
2023-2029

Cuernavaca, Morelos a 19 de septiembre de 2025

DR. HÉCTOR CUAUHTÉMOC PONCE DE LEÓN MÉNDEZ
COORDINADOR DE LA ESPECIALIDAD EN DISEÑO EDITORIAL
FACULTAD DE DISEÑO
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

PRESENTE

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina:

Celebrando Puebla.

Conmemoración de la identidad poblana
a través de tres productos editoriales

que presenta la alumna:

GLORIA ELIZABETH PÉREZ TRIGO

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

Lo anterior con base en que considero que los tres productos propuestos por la alumna logran integrar aspectos clave de la identidad poblana, lo cual contribuye a la valoración del patrimonio histórico y cultural de la ciudad. Asimismo, el rigor metodológico con que fue elaborada la tesina demuestra un proceso de investigación sólido y bien estructurado que respalda las decisiones tomadas en cada uno de los productos. En este sentido, puede observarse una relación clara entre los objetivos planteados, el desarrollo y los resultados, lo que permite apreciar una unidad de sentido en los materiales de manera individual y también en los tres como conjunto. Por lo anterior, considero que tanto la tesina como los productos reflejan de manera pertinente las competencias adquiridas durante la especialidad en diseño editorial.

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

Atentamente
Por una humanidad culta

[firma electrónica]

MTRA. PATRICIA ROMERO RAMÍREZ



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento con firma electrónica UAEM, soportada por el certificado vigente a la fecha de su elaboración y con efectos plenos de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS PUBLICADOS en el ÓRGANO INFORMATIVO UNIVERSITARIO "ADOLFO MENÉNDEZ SAMARÁ" número 117 de fecha 20 de abril de 2021.

Sello electrónico

PATRICIA ROMERO RAMIREZ | Fecha:2025-09-19 15:52:59 | FIRMANTE

JwUaRP5VAO0OID3iW0gDs/6MBngHI2jrOiRrQvuqmQ/v2xMlt1LONyC5NnUaF64EJc5WSOcgivlaYNHRtdccnPZLCRH1jL4yGGGt+s+N1YQF1RBb1BGdq08J8riGEnFJb4zDPOc
qE09c/M1KbZ2nMs6oUH/UGmdN1LZB7mrdQKOa1N9KmGNYT+TLofm5DKbqlxyASGdzzIE04k0Hr/p0WJQ+w2N7yCluo4nq/l+Iez+TjKx4moPY/s1EDbAdfUvuJ2A5qy7DELfRpA
o+ieqX8+B/F4SMTaFfAOFaKsgmUZhtU2vw2IbQQY8e7K7hzRp7/sZAAKNNIS1hMTTrN7Rp7Q==

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



[u89oVjp36](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/RyPnXPXLDDcOzVn09FuYUNZ4QJIORp7p>



UAEM
RECTORÍA
2023-2029



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS



FACULTAD DE DISEÑO
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN

Cuernavaca, Morelos a 19 de septiembre de 2025

DR. HÉCTOR CUAUHTÉMOC PONCE DE LEÓN MÉNDEZ
COORDINADOR DE LA ESPECIALIDAD EN DISEÑO EDITORIAL
FACULTAD DE DISEÑO
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

PRESENTE

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina:

Celebrando Puebla.

Conmemoración de la identidad poblana
a través de tres productos editoriales

que presenta la alumna:

GLORIA ELIZABETH PÉREZ TRIGO

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

Lo anterior con base en que la tesina refleja un manejo adecuado de los conceptos adquiridos a lo largo del posgrado, y cumple con todos los puntos establecidos en los lineamientos de titulación de la Especialidad en Diseño Editorial.

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

Atentamente
Por una humanidad culta

DR. ANTONIO MAKHLOUF AKL



Av. Universidad 1001 Col. Chamilpa, Cuernavaca Morelos, México, 62209, Facultad de Diseño, Edificio 10,
Tel. (777) 329 70 00, Ext. 2195,2196 / investigacion.disenio@uaem.mx

UAEM
RECTORÍA
2023-2029



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento con firma electrónica UAEM, soportada por el certificado vigente a la fecha de su elaboración y con efectos plenos de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS PUBLICADOS en el ÓRGANO INFORMATIVO UNIVERSITARIO "ADOLFO MENÉNDEZ SAMARÁ" número 117 de fecha 20 de abril de 2021.

Sello electrónico

ANTONIO MAKHLOUF AKL | Fecha:2026-03-18 20:50:25 | FIRMANTE

D39IP5HQfTeeF/Cir+ZptwWORHOBw0O5o26qSyo9RcBfeoPwgdPMNaGbqexjLSYR3qMPgHZXOMEIsOUAah3iLqIhEwTg2pGSqspENAIToi6TLLunFWxhyQertT9+pFEkNVnC
a2VpprsrL7YJr8BIZCxeNoFJmgiUE7NONCK4egHE887Jp2sNeVDam6Bk6Z/uHy1QjIL96AOVImQHg+3PSabqUNh1FtF+pfh43Ugxa/6XS1qrTPb6/ZR3f2pSQ3VU41vI0JMiCPCY
r2Z2ff3QzxUJ5CchlpFgLIqZVbdplojeHdWUMyEr/dp3Ky1FdSp0MDICD9rudMcFUgyRxIA==

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



[jPcmUBkDX](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/WeufTsRyDr4tVzINxEd5PQyv8q1hJiv9>



UAEM
RECTORÍA
2023-2029