UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

FACULTAD DE DISEÑO

Especialidad en Diseño Editorial

Rediseñar para impactar: la relevancia del diseño editorial en los proyectos comunitarios que favorecen la alfabetización audiovisual a través de la difusión del cine hecho por y para jóvenes en contextos vulnerables.

Tesina para obtener el diploma de
Especialista en Diseño Editorial

Presenta
Mayra Itzel Molina Gutiérrez

Director(a) de tesina
Dra. Lorena Sánchez Adaya

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

La Especialidad en Diseño Editorial (EDE) está acreditada en el Sistema Nacional de Posgrados (SNP) de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación (Secihti).

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

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN 1

ANTECEDENTES 2

1. *PASO LIBRE* DESDE LO AUDIOVISUAL A EL DISEÑO EDITORIAL, CONTINUIDAD DE UN PROYECTO 2

2. LOS ORÍGENES Y LA TRANSFORMACIÓN DEL DISEÑO EDITORIAL: EL PASO DEL MANUSCRITO A LA MAQUETACIÓN MODERNA 5

2.1. EVOLUCIÓN DE TIPOGRAFÍAS 8

2.2. RETÍCULAS 9

2.3. LOS PAPELES 11

2.4. OTROS SOPORTES 12

2.5. DISEÑO EDITORIAL DESDE INDESIGN 13

2.6. CONCLUSIÓN 14

REDISEÑAR PARA COMPETIR: DEL DISEÑO COMUNITARIO A LO COMPETITIVO 15

JUSTIFICACIÓN 17

OBJETIVO GENERAL 19

OBJETIVOS PARTICULARES 19

CRONOGRAMA 20

METODOLOGÍA 21

1. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS 23

2. DEFINICIÓN DEL ENFOQUE, CONTENIDO Y ESTRUCTURA EDITORIAL 23

3. DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE MATERIALES EDITORIALES 24

4. PRESENTACIÓN Y EVALUACIÓN, DESDE LO COMUNITARIO 25

PÚBLICO OBJETIVO 26

CONCEPTO CREATIVO 28

LO QUE HAY Y NUEVOS HORIZONTES EN CUANTO A PUBLICACIONES (PRODUCTOS EDITORIALES SIMILARES) 30

CAPÍTULO 1: REVISTA 32

¿QUÉ ES UNA REVISTA? 32

HISTORIA 32

DESCRIPCIÓN 33

OBJETIVOS ESPECÍFICOS 35

PRODUCTOS SIMILARES 36
VENTAJA COMPETITIVA 39
CONCEPTO CREATIVO 39
ESTRUCTURA 41
CONTENIDOS 41
FORMATO 42
RETÍCULA 43
TIPOGRAFÍA 45
PALETA DE COLORES 47
CONCLUSIONES 49
CAPÍTULO 2: PERIÓDICO 50
¿QUÉ ES UN PERIÓDICO? 50
HISTORIA 51
DESCRIPCIÓN 52
OBJETIVOS ESPECÍFICOS 54
PRODUCTOS SIMILARES 54
VENTAJA COMPETITIVA 57
CONCEPTO CREATIVO 58
ESTRUCTURA 59
CONTENIDOS 59
FORMATO 60
RETÍCULA 61
TIPOGRAFÍA 63
PALETA DE COLORES 64
CONCLUSIONES 66
CAPÍTULO 3: LIBRO 68
¿QUÉ ES UN LIBRO? 68
HISTORIA 69
DESCRIPCIÓN 70
OBJETIVOS ESPECÍFICOS 72
PRODUCTOS SIMILARES 72
VENTAJA COMPETITIVA 75
CONCEPTO CREATIVO 76

ESTRUCTURA **78**
CONTENIDOS **80**
FORMATO **82**
RETÍCULA **83**
TIPOGRAFÍA **85**
PALETA DE COLORES **87**
FORROS **89**
CONCLUSIONES GENERALES **94**
BIBLIOGRAFÍA **96**
ANEXOS **98**

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se enfoca en el registro de los procesos implicados en el rediseño de tres productos editoriales nacidos desde y para las comunidades. Por un lado, analizaremos cómo, a lo largo del tiempo, los avances técnicos y las transformaciones culturales están constantemente replanteando la manera en que comprendemos, producimos y consumimos el diseño editorial. Al mismo tiempo, se orientarán estos procesos de rediseño para que respondan a las narrativas y necesidades específicas de los contextos comunitarios, contribuyendo así a la mejora del libro, la revista y el periódico que conforman este proyecto.

De esta manera, entenderemos cómo un buen diseño logra crear una conexión entre el mundo editorial y las voces colectivas si es utilizado desde una perspectiva comunitaria, logrando fortalecer las publicaciones no comerciales, que si bien son valiosas por sus contenidos orientados a visibilizar problemáticas sociales y generar vínculos en las comunidades, aún se encuentran trabajando en cómo lograr una mayor funcionalidad y competitividad dentro del campo editorial.

ANTECEDENTES

1. *Paso Libre* desde lo audiovisual al diseño editorial, continuidad de un proyecto

El colectivo *Paso Libre* surge en el estado de Morelos en 2015 como una iniciativa comprometida con la difusión y visibilización de la educación audiovisual, dirigida principalmente a las infancias y adolescencias. Basados en los principios de horizontalidad y retroalimentación, hemos buscado crear un espacio en el que los jóvenes sean los protagonistas, desarrollen sus ideas y compartan sus perspectivas a través de la creación audiovisual. Más allá de solo desarrollar su dominio técnico, estos procesos se orientan en una línea comunitaria que permita preservar las identidades culturales locales y responder a la preocupación del colectivo por la manera en que las dinámicas de globalización pueden desdibujar las particularidades de las comunidades, sin olvidar el área del desarrollo personal, como los valores y la autoconciencia. Así se logran abarcar de manera integral los tres campos de desarrollo: cognitivo, social y personal.

Como colectivo, en el camino hemos identificado las dificultades que implica no contar con redes de difusión y comunicación que interconecten a todas las pequeñas células creadoras que se encuentran trabajando con un mismo objetivo en diferentes latitudes. A partir de esto, se han identificado dos necesidades sociales que requieren expandir nuestro trabajo hacia el área del diseño editorial. La primera necesidad es crear publicaciones que funcionen como un apoyo pedagógico y una herramienta para difundir la labor del colectivo y fortalecer la educación audiovisual, un tema que genera una preocupación creciente, ya que vivimos en un mundo de pantallas con problemáticas de creadores y consumidores no críticos de los mensajes que por estos medios se transmiten. Sartori (1998) reflexiona sobre cómo el predominio de la imagen televisiva puede debilitar la capacidad de abstracción y comprensión, especialmente cuando el ver desplaza el ejercicio de pensar. Desde esta perspectiva, consideramos

importante promover una relación crítica y consciente con los mensajes audiovisuales, tanto en su consumo como en su producción, particularmente entre las adolescencias.

La segunda necesidad consiste en que las publicaciones se construyan desde el diseño editorial comunitario y no únicamente desde una lógica comercial. *Paso Libre* busca fomentar la creación audiovisual crítica, promoviendo mensajes que reflejen las identidades culturales y las inquietudes de cada comunidad. En este sentido, no solo se busca informar o difundir, el diseño editorial se presenta en este proyecto, desde lo comunitario, como una herramienta estratégica para atender las limitantes específicas de las publicaciones locales y los retos que plantea la alfabetización audiovisual en un mundo globalizado, en el que *Paso Libre* reconoce la importancia de visibilizar el acceso masivo a información homogenizada que amenaza con diluir las tradiciones locales o con opacar las publicaciones comunitarias. Acaso (2013) enfatiza que la educación debe ser disruptiva y estar conectada con las experiencias reales de los estudiantes, planteando la necesidad de reconfigurar las herramientas pedagógicas para acercarlas a la cotidianidad de los participantes. De aquí la inquietud de *Paso Libre* de alinearse con esta perspectiva, y sobre todo la necesidad de darle fuerza a las publicaciones y medios comunitarios que propongan un diseño editorial competitivo que visibilice las voces de niños y adolescentes y fortalezca sus capacidades como creadores de contenido desde sus contextos.

Esta reflexión de Sartori (1998) permite reconocer la importancia de la alfabetización del espectador en los nuevos lenguajes, reconociendo que, en una sociedad dominada por la comunicación visual, no basta con consumir imágenes. Desde la perspectiva de *Paso Libre*, la educación audiovisual representa una oportunidad para que niños y adolescentes participen activamente en la construcción de sus propios mensajes. Es por ello que buscamos acompañar este proceso mediante recursos editoriales que favorezcan la reflexión sobre las imágenes que producen, las historias que deciden contar y las realidades comunitarias desde las que construyen sus narrativas.

Para esto se ha decidido rediseñar tres productos editoriales ya existentes que, si bien ofrecen a niños, adolescentes y educadores un espacio para dialogar sobre los significados, representaciones y valores que transmiten sus audiovisuales, aún no han logrado el alcance deseado, ya que requieren una reestructuración en términos de diseño editorial para fortalecer su impacto, ampliar su alcance y hacerlos competitivos frente a otras publicaciones similares. Estos productos son: una revista, un manual/libro y un periódico.

La revista está dirigida a niños de 6 a 9 años, y busca introducirlos en la educación audiovisual desde una etapa inicial, fomentando un primer acercamiento crítico hacia el uso de herramientas audiovisuales. Este enfoque es crucial al preparar a las infancias para que, al llegar a la adolescencia, puedan producir contenido reflexivo y significativo, entendiendo el impacto de los mensajes que crean.

El periódico está diseñado para los adultos que acompañan a los adolescentes en su proceso educativo, como profesores, talleristas, tutores, autoridades educativas y otros facilitadores. Este recurso proporciona información práctica y recomendaciones sobre cómo integrar el cine y los medios audiovisuales en los entornos educativos, no solo como herramienta recreativa, sino como un valioso recurso que aporte al desarrollo emocional, social y cultural de los estudiantes.

El manual, por su parte, está pensado para un público adolescente que ya está explorando la creación audiovisual. Este libro les proporciona una guía teórica y práctica, orientada hacia una producción consciente y crítica. En lugar de limitarse a aspectos técnicos, se fomenta el análisis profundo de las imágenes, las narrativas y las representaciones que los adolescentes plasman en sus producciones, ayudándolos a comunicar sus ideas con mayor claridad y relevancia social desde un enfoque comunitario.

La importancia de estas publicaciones radica en su capacidad para ofrecer recursos que contribuyan a la educación audiovisual desde una perspectiva comunitaria. En este sentido, la revista, el manual y el periódico diseñados por *Paso Libre* buscan

proporcionar herramientas prácticas y teóricas que favorezcan la integración de la alfabetización audiovisual en las actividades educativas, tanto como recurso didáctico como medio de expresión significativa para sus lectores

En conjunto, estas propuestas editoriales reafirman el compromiso de *Paso Libre* con la educación audiovisual desde una perspectiva inclusiva y comunitaria. Al escuchar, informar, difundir y crear espacios interactivos, el colectivo utiliza el diseño editorial como un medio de unión para conectar las inquietudes locales y el potencial transformador de la alfabetización audiovisual, que permite fortalecer las identidades culturales, promover la creatividad y consolidar el desarrollo social de las comunidades.

2. Los orígenes y la transformación del diseño editorial: el paso del manuscrito a la maquetación moderna

Para comprender las decisiones que orientan el rediseño de los productos editoriales de *Paso Libre*, es necesario revisar la evolución del diseño editorial y los cambios técnicos y formales que han transformado la manera de organizar y comunicar la información. Este recorrido permitirá reconocer los recursos y criterios del diseño editorial que pueden orientar el rediseño de nuestras publicaciones y relacionarlos con las necesidades específicas de cada producto.

Dentro del diseño gráfico encontramos la rama del diseño editorial, encargada de estructurar de una manera armoniosa y efectiva la información dentro de las publicaciones para que estas sean competitivas. Si bien vamos a hablar del diseño editorial de tres productos específicos: libro, revista y periódico, es pertinente conocer más sobre esta disciplina a través de su historia, la cual está indudablemente ligada a la evolución de la comunicación escrita, desde los antiguos manuscritos hasta la imprenta, llegando a la maquetación moderna en programas actuales como Adobe InDesign. Como señala Guerrero Reyes (2016), “El Diseño Editorial nació en el

Renacimiento, siglo XV, inclusive mucho antes de la invención de la imprenta, y fue atribuido a Johannes Gensfleisch Gutenberg (ca. 1398- 1468). No obstante, los copistas ya existían desde el Antiguo Egipto" (p. 5). El recorrido del diseño editorial es también la historia de cómo las sociedades han entendido y transformado el acto de comunicar y cómo ha incidido en la manera en que los contenidos se presentan, se estructuran, se planean, se consumen y distribuyen, así como en el impacto de la presentación y la accesibilidad en aspectos como la competencia.

Desde los tiempos prehistóricos, el ser humano ha sentido esa necesidad de plasmar y compartir la información sobre sus vivencias. En aquel tiempo lo hacía por medio de los gráficos, estamos hablando de mucho antes de que existiera la palabra escrita, así fue como crearon una forma de comunicación visual que respondía a la necesidad de expresarse. Los primeros registros que se han encontrado respecto a este tema son las pinturas rupestres de Lascaux (15,000–10,000 a.C.), un testimonio de cómo los primeros grupos humanos plasmaban los acontecimientos que se desarrollaban durante su día a día: vivencias y experiencias que, al plasmarse, creaban un registro del conocimiento simbólico. De esta manera, lograban representar el mundo para las siguientes generaciones.

Este acto de comunicar evolucionó con la invención de la escritura en la antigua Mesopotamia hacia el 3000 a.C. Es en la ciudad de Uruk donde se hallaron los primeros registros escritos sobre tablillas de arcilla, marcando un punto importante en la historia del lenguaje y la organización social, ya que eran utilizadas especialmente para actividades como el comercio.

Con el tiempo, los soportes de escritura también fueron evolucionando: del papiro egipcio al pergamino, y de ahí al códice, un formato de hojas apiladas que surgió entre los siglos I y IV d.C. y sentó las bases del ahora libro moderno. En paralelo, otras civilizaciones hicieron aportes fundamentales, como la Biblioteca de Alejandría en el siglo II a.C., que representó el mayor centro de conocimiento escrito del mundo antiguo, destacando la importancia de archivar, clasificar y preservar la información. Más adelante, en el año 105 d.C., el chino Cai Lun desarrolló oficialmente el papel, un

material más accesible y maleable que sustituyó progresivamente al papiro y al pergamino, revolucionando la circulación de textos por su bajo costo y facilidad de producción.

Se comenzó a ver entonces que la necesidad de comunicar no solo implicaba registrar las ideas, sino también preocuparse por cómo presentarlas. Es aquí donde surgen los manuscritos, documentos que eran escritos a mano. Estos no solo transmitían información, sino que también reflejaban el arte y la cultura de épocas pasadas. En los monasterios medievales, los monjes copiaban y decoraban textos sagrados de manera artesanal. Para ello emplearon materiales como pergaminos, tintas naturales y pigmentos. Más adelante, los manuscritos iluminados se convirtieron en un ejemplo claro de cómo texto e imagen se fusionaban, contenían ilustraciones minuciosas, letras capitales decoradas y hasta el uso de oro en sus detalles. Estos documentos no solo buscaban transmitir un mensaje, sino hacerlo de manera visualmente poderosa y artística. Para este momento, comunicar no era solo decir, sino también cautivar, guiar la mirada, marcar jerarquías visuales y dotar de identidad al contenido.

La producción de los manuscritos en la cultura occidental fue esencial para preservar las obras literarias, científicas y filosóficas, pero su elaboración era muy lenta y costosa y esto limitaba el público al que podía llegar, solo las altas clases sociales. Todo cambió con la invención de la imprenta en el siglo XV. Aunque la impresión con bloques de madera ya existía en Asia, es a Johannes Gutenberg a quien se atribuye la invención de la imprenta moderna, debido a las mejoras introducidas en los tipos móviles de metal, las tintas y las prensas mecánicas. Con ello, se revolucionó el acceso al conocimiento, democratizándolo, debido a que esta nueva versión de la imprenta permitió la reproducción masiva de los textos, llevando a la estandarización tipográfica y de los formatos de página, logrando la ampliación del público lector, generando que la ciencia, la literatura y la educación dejaran de ser privilegios y comenzaran a estar al alcance de más personas. Así, se sentaron las bases del diseño editorial tal como lo conocemos hoy en día: el pensar en cómo se realiza la estructura de una página, cómo se va jerarquizando la información, qué tipografía podemos utilizar y cómo se distribuye el contenido en todo el espacio.

A partir de este momento, el diseño editorial comienza a transformarse en una disciplina que combina la técnica, la estética y su función de comunicación. El papel como soporte, la tipografía como lenguaje visual y la maquetación como arquitectura de la información se convierten en elementos esenciales para diseñar las experiencias de lectura de una manera efectiva y significativa. A lo largo de los siglos, esta evolución continuó con la llegada de la prensa industrial, las revistas ilustradas del siglo XIX, el diseño modernista del siglo XX y, finalmente, la era digital. Hoy contamos con herramientas como Adobe InDesign que nos permiten crear diseños aún más complejos, interactivos y que logran adaptarse a distintos formatos, desde los impresos hasta los digitales, conservando siempre la esencia del diseño editorial: el organizar para comunicar un mensaje de manera correcta y con esto dejar una huella. En este sentido, Guerrero Reyes (2016) destaca que “El Diseño Editorial permite maquetar y componer publicaciones logrando una armonía entre texto, imagen, diseño y diagramación dotando de personalidad al momento de comunicar el mensaje” (p. 29).

El diseño editorial no es solo una práctica técnica, sino una respuesta cultural a la necesidad de contar las historias y el conocimiento para construir la memoria colectiva. Desde las paredes de una cueva hasta un PDF interactivo en formato digital, cada etapa en esta evolución lleva la marca de una sociedad que insiste en compartir conocimiento.

2.1. Evolución en la tipografía

Dentro del desarrollo del diseño editorial, la tipografía ha jugado un papel fundamental, ya que los tipos le dan estructura a cada palabra en nuestras redacciones y no solo sirven para formar palabras, sino que también ayudan a construir las ideas, imágenes mentales y a conceptualizar el mensaje. Cada estilo tipográfico comunica algo diferente: una letra recargada en detalles no produce el mismo efecto que una estilizada o una de composición más neutral, aportando así un contenido visual al mensaje que queremos transmitir y también a la narrativa.

La tipografía requiere de arreglos ópticos en su tratamiento o estructuración. Cuando trabajamos con tipografías hay aspectos como el kerning o el tracking que darán forma tipográfica y una manera de integrarse armoniosamente al diseño. Para lograr un diseño editorial eficaz se debe equilibrar la legibilidad, su función y su estética; si no manejamos de manera correcta alguno de estos aspectos, el resultado no será totalmente efectivo.

Así podemos decir que desde las primeras letras góticas hasta las tipografías más modernas, la evolución tipográfica ha ampliado las posibilidades creativas para los diseñadores. Hoy en día, elegir una tipografía adecuada se considera de gran importancia en el diseño editorial, ya que tendrá un impacto en la percepción del lector sobre el contenido durante esta transición entre las primeras letras y los formatos digitales. La oportunidad de elegir una tipografía que refuerce nuestro mensaje es ampliamente variada, lo que permite que la expresión visual acompañe a la narrativa de nuestro texto, siempre buscando que sea de una forma coherente y significativa.

Para finalizar el proceso de selección, es importante realizar impresiones de prueba, ya que estas permiten visualizar de manera real el diseño y facilitan la detección de ajustes necesarios. Con este procedimiento es posible comprobar la legibilidad de los textos y corregir cualquier detalle que afecte la experiencia del lector.

2.2. Retículas

En el diseño editorial, la retícula “es un elemento básico y primordial en la composición, está representada como una plantilla que permite la ubicación de cada elemento. Está conformada por líneas verticales y horizontales” (Guerrero Reyes, 2016, p. 33). Aunque los lectores no la perciben directamente, su presencia se refleja en la armonía de la página y en la facilidad con la que se sigue la lectura.

Existen diferentes tipos de retícula, cada una con características específicas que permiten adaptarse a los distintos formatos y necesidades de los productos editoriales. Por ejemplo, la retícula de una sola columna o manuscrita organiza el contenido dentro de un espacio central continuo, lo cual nos resulta ideal para libros y textos largos, ya que eso favorece una lectura fluida y sin interrupciones visuales.

Otra opción es la retícula columnar, que divide la página en varias columnas y ofrece mayor flexibilidad para insertar los textos, imágenes o gráficos. Esta estructura permite articular las secciones con distintos niveles de información, lo que resulta muy útil en productos como revistas o periódicos, donde conviven múltiples bloques de contenido.

La retícula modular, en cambio, parte de una cuadrícula uniforme que forma pequeños cuadros o módulos. Este tipo de retícula se utiliza cuando se busca un diseño más creativo y dinámico, ya que permite distribuir imágenes, títulos y textos de manera versátil y con múltiples combinaciones. Es común en revistas o libros que integran elementos visuales para reforzar el contenido.

Finalmente, la retícula jerárquica, a diferencia de las anteriores, no sigue un patrón regular, sino que se ajusta al contenido y a la relevancia de cada elemento. Sus divisiones varían en tamaño y proporción para dar mayor peso visual a lo más importante, lo que la convierte en una opción adecuada cuando se busca resaltar títulos, encabezados o bloques centrales de información. Este tipo de retícula es común en periódicos y en las publicaciones híbridas que combinan apartados teóricos y prácticos, ya que permite diferenciar de manera clara los distintos niveles de lectura dentro de una misma composición.

Para este proyecto editorial se ha optado por utilizar la retícula modular en los tres productos. Esta elección responde al propósito de ofrecer estructuras visuales accesibles y flexibles, manteniendo al mismo tiempo la coherencia general sin sacrificar el carácter individual de cada publicación. Aunque cada producto responde a un público distinto, la decisión de emplear una misma base estructural nos permite conservar una

unidad visual que fortalece la identidad del proyecto. Así, no solo se parte de criterios estéticos, sino también de la intención de generar materiales que dialoguen con sus lectores de una manera efectiva, creando una experiencia editorial significativa. En los capítulos posteriores se enfatizará el uso específico en cada producto, según las necesidades de su público y de sus contenidos.

2.3. Los papeles

Si bien ya hablamos de las tipografías, otro aspecto fundamental en el diseño editorial es la materia que sirve de soporte para fijar la información: el papel. Este no es un lienzo pasivo, sino un actor en la composición, ya que aporta textura, tono y significado al mensaje final. El tipo de papel que se elige puede transmitir sensaciones de elegancia, antigüedad o modernidad, limpieza, e incluso puede influir en la percepción de la calidad, modificando cómo se recibe e interpreta el contenido.

Los materiales de los papeles han evolucionado con el tiempo, ofreciendo una amplia variedad de calidades, estilos, colores, texturas y materiales en su fabricación. Desde el papiro y el pergamino hasta los papeles modernos, la historia del papel es también la historia del conocimiento. En China, en el siglo II d.C. (año 105 d.C.), se perfeccionó su fabricación a partir de materias primas como cortezas de árboles, restos de cáñamo y trapos viejos.

Otro momento clave fue su introducción a Europa, ya que redujo considerablemente los costos de producción. Este avance se fortaleció con la invención de la imprenta de tipos móviles por Gutenberg en el siglo XV, lo cual favoreció el auge de la escritura, la lectura y, por tanto, del pensamiento crítico. A medida que el papel se hacía más accesible, llegaba a más sectores sociales y geográficos.

Durante esta trayectoria del papel en la historia surgieron diferentes tipos: desde los más ásperos y fibrosos hasta los que ofrecían superficies lisas y blancas, cada uno con funciones distintas al comunicar. Por ejemplo, los papeles satinados y brillantes se

asocian a publicaciones modernas y publicitarias, mientras que los papeles reciclados o de tonos sepia llevan al compromiso ambiental o la antigüedad.

Pero no es solo su estética lo que importa: el papel también influye en la experiencia de la lectura. Algunos son delgados o translúcidos, permitiendo que el contenido del reverso interfiera visualmente. Otros factores como el gramaje, la porosidad o el acabado determinan la durabilidad de lo impreso y también su legibilidad. En resumen, el papel no solo sostiene al contenido: lo moldea y lo transforma.

2.4. Otros soportes

Aun cuando el papel ha sido el soporte tradicional por excelencia, el diseño editorial contemporáneo ha ampliado sus posibilidades para aplicarse. Actualmente, los contenidos editoriales pueden presentarse en una gran variedad de formatos como lo son los textiles, maderas, acrílicos, metales, pantallas digitales, entre otros. Cada uno de estos soportes ofrece una experiencia distinta y plantea nuevas maneras de recibir la información.

En el ámbito de la edición alternativa o artística, por ejemplo, hay publicaciones que se imprimen en bolsas de papel, cajas plegables o fanzines en tela, donde el soporte se convierte en parte del discurso. Por su parte, el entorno digital ha permitido llevar el diseño editorial hasta la pantalla: e-books, revistas interactivas o experiencias multimedia en las que la lectura se vuelve más dinámica y sensorial, permitiendo la interacción. Haciendo del soporte narrativa, contexto y territorio simbólico para la comunicación de los mensajes.

2.5. Diseño editorial desde InDesign

No podemos hablar de diseño editorial moderno sin mencionar a Adobe InDesign, una herramienta profesional que será en esta ocasión la que utilizaremos para rediseñar nuestros productos editoriales enfocados a fomentar la alfabetización audiovisual. El programa fue lanzado en 1999 como sucesor del Adobe PageMaker, que durante los años 80 y principios de los 90 fue pionero en la rama editorial. PageMaker había quedado rezagado frente a QuarkXPress, un programa que dominó la industria editorial durante buena parte de los años 90. Fue entonces cuando Adobe decidió apostar por un nuevo software más potente, más intuitivo y completamente integrado con su paquetería: Illustrator, Photoshop y Acrobat, para recuperar el terreno perdido en esta área.

Al principio, muchos diseñadores se resistían a migrar de QuarkPress a InDesign, por costumbre o por compatibilidad de archivos. Sin embargo, con el paso del tiempo, InDesign demostró su superioridad, ya que permitía trabajar con capas, aplicar transparencias, usar tipografías OpenType con más precisión, controlar objetos de manera intuitiva y, sobre todo, generar archivos PDF de alta calidad con normas internacionales para imprenta. Además, este software permitía la creación de diseños tanto para publicaciones impresas como digitales, proporcionando una interfaz profesional, acompañada de múltiples opciones de automatización como los estilos de párrafo, las páginas maestras o los scripts, que permitían al diseñador una diagramación fluida, una maquetación más limpia y una optimización de recursos de tiempo. Sin pasar por alto que su amplia gama de herramientas nos facilitaría crear la composición visual, puesto que permite manejar de manera efectiva los elementos editoriales: tipografía, paleta de color, espaciado, jerarquías visuales, retículas, elementos gráficos e imágenes. Con todo esto, InDesign se consolidó como el estándar de la industria editorial, convirtiéndose en una herramienta esencial del diseño editorial.

Hoy en día, InDesign no solo es una herramienta de maquetación, sino un espacio creativo integral que permite pensar el diseño como una narrativa visual. Para

proyectos como el nuestro, donde buscamos empatar el contenido comunitario con una estética profesional, InDesign será el medio que permita unir la versión existente con la nueva estructura, sin perder la idea esencial, pero beneficiando en el impacto final. Su uso nos permite no solo comunicar, sino comunicar con intención, con estilo y con responsabilidad cultural.

2.6. Conclusión

Llegar hasta aquí nos permite comprender que la historia del diseño editorial no es una simple cronología de inventos técnicos, sino que implica reconocer cómo a lo largo del tiempo las personas han buscado mejores formas de expresar, organizar y compartir sus ideas. Desde las primeras marcas sobre piedra o papel hasta las revistas digitales actuales, cada cambio en materiales, herramientas o estilos ha sido una respuesta a necesidades reales de comunicación y expresión.

Este apartado, por tanto, no es solo una revisión histórica, es una herramienta de análisis crítico para rediseñar nuestros productos editoriales con mayor profundidad y conciencia. Tanto la imprenta como la tipografía, los materiales y los formatos han sido elementos clave para que los mensajes viajen, se entiendan y generen impacto. No se trata simplemente de "cómo se ve" una publicación, sino de entender cómo cada decisión técnica y estética ayuda a construir el sentido de lo que se quiere decir. Conocer de dónde venimos en términos editoriales nos da herramientas para mejorar lo que hacemos hoy. Nos invita a rediseñar nuestras publicaciones con más sentido, con más conexión y con más intención. Nos ayuda a entender que cada detalle importa y que, al cuidar esos detalles, también estamos cuidando el vínculo con las personas que leen, miran, interpretan o transforman lo que compartimos. Diseñar desde y para la comunidad no es solo posible, es necesario.

Rediseñar para competir: del diseño comunitario a la competitividad

Este proyecto se centra en rediseñar tres productos editoriales comunitarios ya existentes, destinados a la difusión de la alfabetización audiovisual y la creación cinematográfica entre las infancias y adolescencias. Como se mencionó anteriormente, estos productos son una revista, un periódico semanal y un libro (manual); cada uno enfocado en diferentes públicos y objetivos, pero unidos por la misión de fomentar la creatividad y la participación de las nuevas generaciones a través del cine.

La revista conecta a los más pequeños con el séptimo arte. Está dirigida principalmente a niñas y niños de entre 6 y 9 años, brindándoles la oportunidad de conocer y aprender sobre la creación cinematográfica mediante un enfoque accesible y acorde con su edad. Aunque este es su público principal, se busca que la revista también pueda llegar a lectores de entre 4 y 12 años, favoreciendo su lectura compartida entre hermanos de distintas edades. Más que limitarse a informar, este producto busca motivar a las infancias a concebir el cine como una herramienta de expresión y aprendizaje, procurando generar una conexión genuina con sus propios entornos.

Por otro lado, un periódico semanal enfocado en el aspecto pedagógico de la alfabetización audiovisual. Se dirige a adultos que interactúan de manera cercana con adolescentes y que los acompañan en su proceso formativo, siendo el caso de padres de familia, profesores, tutores, trabajadores de instituciones en áreas educativas o de atención a jóvenes. En sus páginas se presentan temas, noticias y materiales que ayudan a comprender la relevancia de la educación audiovisual, rompiendo con ideas preconcebidas y estereotipadas. Solo así es posible promover un uso creativo y consciente de los medios digitales y el cine en contextos comunitarios y educativos. Así, los lectores adultos podrán replicar esta información, reconociendo al cine como un medio de expresión con un profundo valor formativo y social.

El tercer producto consiste en un libro que funciona como un manual, diseñado específicamente para adolescentes con interés en la producción audiovisual. A través de seis personajes que guían al lector desde distintas áreas de la realización

cinematográfica, se abordan los conocimientos necesarios para producir un cortometraje, desde la creación del guion y la construcción de la narrativa hasta aspectos técnicos como el manejo de la cámara, los planos y la iluminación. Entre estos personajes se encuentra Val, quien asume el papel de directora del cortometraje y acompaña al lector en este proceso mediante un lenguaje coloquial y cercano a los adolescentes. El manual busca que los jóvenes no solo se familiaricen con los aspectos técnicos y narrativos del cine, sino que también puedan aplicar lo aprendido en la creación de sus propias historias y en la realización de un cortometraje. Asimismo, se plantea como un recurso de apoyo para talleres de cinematografía, donde pueda acompañar los procesos de aprendizaje y creación audiovisual.

En conjunto, estos tres productos editoriales trascienden la función informativa: acompañan y amplifican las voces de las infancias, las adolescencias y sus comunidades, apostando firmemente por el cine como una herramienta pedagógica, expresiva y transformadora.

Justificación

La razón por la cual he decidido desarrollar estos tres proyectos editoriales, enfocados en la inclusión, visualización, creación y alfabetización audiovisual, nace de mi compromiso con el fortalecimiento del acceso a materiales de mayor calidad en comunidades donde lo editorial suele quedar relegado frente a los grandes medios. A pesar de su riqueza temática, muchas de estas iniciativas carecen de una estructura visual que facilite su lectura e incremente su impacto en los públicos a los que van dirigidas. En este contexto, donde lo comunitario suele quedar opacado por la fuerza de la industria editorial comercial, se hace evidente la necesidad de potenciar su alcance a través de estrategias de diseño que les permitan competir en mejores condiciones.

El diseño editorial, lejos de ser únicamente un recurso estético, se presenta como una estrategia fundamental para mejorar la accesibilidad, la comunicación y la efectividad de un producto impreso o digital. Utilizando retículas, jerarquías tipográficas, recursos de comunicación visual y una organización estructurada del contenido, es posible transformar estas propuestas en materiales atractivos, comprensibles, sostenibles y competitivos. De esta manera, se busca fomentar su consumo por parte de adolescentes, infancias y personas involucradas en su educación, para contribuir a que la educación audiovisual y el cine sean accesibles y relevantes.

Además, el diseño no solo organiza la información de manera eficiente, sino que también permite comunicar el mensaje con claridad. Elementos como la selección tipográfica adecuada, el uso intencionado del color y las imágenes, y la organización del contenido en retículas funcionales, contribuyen a fortalecer la identidad cultural y comunitaria de las publicaciones y su vínculo con los lectores. No obstante, el diseño editorial debe ir más allá de lo visual y operativo, respondiendo al contexto y a las necesidades específicas de sus destinatarios.

Desde esta perspectiva, propongo rediseñar tres productos editoriales: una revista, un periódico y un libro, cada uno con funciones específicas dentro del ecosistema de

alfabetización audiovisual. La revista tiene como objetivo visibilizar la educación audiovisual en la infancia mediante formatos interactivos y lúdicos que informen, inspiren y orienten vocacionalmente a los lectores. El periódico, a su vez, busca concientizar sobre el impacto del cine y la educación audiovisual en la comunidad, utilizando un diseño que prioriza la claridad y el dinamismo de la información. Por último, el libro se plantea como un manual para adolescentes que pretenden conocer más sobre la realización audiovisual o incluso para quienes participan en talleres de cinematografía comunitaria, ofreciendo herramientas de aprendizaje a través de ejercicios prácticos y una estructura visualmente atractiva que facilite la retención del conocimiento.

En este proceso, es fundamental reconocer que los niños y adolescentes no son solo consumidores o lectores pasivos de los productos editoriales; se busca que estos materiales los impulsen a convertirse en agentes activos de cambio en sus comunidades. Fortalecer su participación y capacidad crítica a través del mundo editorial es esencial. Aunque los adolescentes tienen el criterio necesario para elegir materiales de calidad, es vital ofrecerles productos bien diseñados que les permitan optar por contenidos comunitarios y sociales en lugar de los comerciales. De lo contrario, si en el ámbito comunitario siguen predominando propuestas poco cuidadas, los jóvenes continuarán inclinándose hacia lo comercial, que aunque mejor presentado, no siempre ofrece contenido enriquecedor.

Mis proyectos editoriales tienen como propósito reducir la brecha que enfrentan las publicaciones comunitarias frente a los materiales comerciales. Aunque eliminarla por completo puede ser un reto, aspiramos a disminuirla lo suficiente para que las propuestas locales alcancen a sus públicos y, eventualmente, sean competitivas. El proyecto es viable porque parte de experiencias y materiales ya existentes dentro del colectivo *Paso Libre*, lo cual garantiza una base para llevar a cabo su rediseño. Al trabajar con publicaciones previamente validadas en contextos comunitarios, se asegura que las propuestas respondan a necesidades reales y no a supuestos abstractos.

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, enriqueciendo los conocimientos teórico-prácticos para la planeación, estructuración y ejecución de proyectos de diseño editorial.

Objetivos particulares

1. Diseñar una revista que impulse la creatividad infantil y acerque a niñas y niños al séptimo arte de forma lúdica y accesible, despertando el interés por la narrativa audiovisual desde temprana edad.

2. Diseñar un libro que funcione como un manual integral para adolescentes, fusionando teoría y práctica, promoviendo el análisis crítico y brindando herramientas creativas para desarrollar historias propias y realizar cortometrajes de manera responsable.

3. Diseñar un periódico que proporcione a los adultos estrategias pedagógicas y prácticas para integrar el cine en contextos educativos, promoviendo la alfabetización audiovisual y fomentando el desarrollo emocional, social y cognitivo de las adolescencias mediante un aprendizaje transformador.

Cronograma

Figura 1. *Cronograma de actividades (2025).*

	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago
Investigación y Análisis												
1. Asesorías y revisión de avances												
2. Definición del tema de investigación												
3. Planteamiento del problema												
4. Revisión de literatura y marco teórico												
5. Análisis comparativo de publicaciones existentes												
6. Diseño metodológico (tipo de investigación, técnicas y herramientas)												
7. Recolección de datos en comunidades												
8. Sistematización y análisis de datos												
9. Elaboración de bibliografía y referencias												
Planeación Editorial												
10. Selección del enfoque editorial y público objetivo												
11. Definición de contenido y secciones para revista/libro												
12. Desarrollo de propuesta para revista/libro/periódico												
13. Elaboración de estructura narrativa y discursiva												
14. Selección y curaduría de imágenes, ilustraciones y fotografías												
15. Revisión y ajustes del contenido textual												
Producción Editorial												
16. Definición de retículas y maquetación inicial												
17. Selección de tipografías y estilos gráficos												
18. Diseño de logotipo y elementos visuales para la publicación												
19. Diagramación y diseño de interiores												
20. Maquetación de productos editoriales												
21. Ajustes finales y correcciones												
Presentación y Evaluación												
22. Presentación del 50% de la investigación (para revisión)												
23. Presentación del 100% de la investigación												
24. Revisión de la investigación por lectores y asesores												
25. Pruebas de lectura y retroalimentación en comunidad												
26. Revisión y validación de los productos editoriales												
27. Aprobación final de la maqueta editorial												
28. Impresión, distribución o publicación												

Nota. Elaboración propia.

Metodología

Para llevar a cabo este proyecto se ha optado por una metodología basada en el Diseño Centrado en el Usuario (DCU), ya que permite desarrollar productos editoriales pensados desde las necesidades de las personas que los van a utilizar. De acuerdo con Ripoll (2024), el DCU es una metodología que se enfoca en satisfacer las necesidades, los deseos y las limitaciones de las personas usuarias, situándolas en el centro del proceso de diseño (p. 93). La autora señala que el término comenzó a popularizarse durante la década de 1980 y que se atribuye en gran medida a Donald Norman, quien contribuyó al desarrollo de este enfoque mediante sus investigaciones sobre la interacción entre las personas y los sistemas (p. 93). Asimismo, esta metodología promueve la participación de las personas usuarias en las distintas etapas del proceso de diseño, con el propósito de desarrollar productos que respondan a sus necesidades y contextos de uso.

La decisión de utilizar esta metodología también se basa en nuestra experiencia previa, ya que nuestros productos buscan ir más allá de lo estético, ofreciendo alternativas más adecuadas a las necesidades de las personas. Esto resulta especialmente valioso en el trabajo con comunidades que no tienen un vínculo cercano con el cine ni con la educación audiovisual y que, a través de nuestras publicaciones y talleres, pueden acercarse a nuevas formas de expresión mediante productos editoriales accesibles y pensados desde la usabilidad y la experiencia de las personas usuarias. Esta metodología se alinea con los principios comunitarios, participativos y formativos que sostienen el proyecto, pues permite desarrollar productos editoriales que, desde su estructura y presentación, resulten accesibles, cercanos y útiles para quienes aún no han tenido una experiencia directa con el lenguaje audiovisual.

No se trata de imaginar lo que podría funcionar, sino de observar y analizar lo que ya hemos vivido, lo que nos han dicho y lo que hemos aprendido junto a las comunidades. En este caso, no partimos de suposiciones ni de una idea general del público, sino de

una experiencia particular y más propia que permite diseñar desde el conocimiento compartido.

Aunque esta metodología suele implicar una interacción directa con las personas usuarias a lo largo de su proceso, en este proyecto no se tiene pensado realizar nuevas actividades de campo, ya que existe información generada en talleres anteriores, observaciones participativas y retroalimentación comunitaria recolectada entre 2011 y 2022. Por lo tanto, no se requiere recurrir nuevamente a la recolección de datos en tiempo real. La información disponible brinda una base confiable para tomar decisiones en el rediseño, que será implementado en nuevos contextos. El objetivo es que, desde su estructura y presentación, estos materiales sean accesibles, cercanos y útiles para quienes aún no se han vinculado con el lenguaje audiovisual. Con esta experiencia rediseñamos tres productos editoriales: una revista, un periódico y un libro, dirigidos a personas que todavía no consideran el cine y la educación audiovisual como herramientas de expresión o aprendizaje.

En su artículo sobre el Diseño Centrado en el Usuario (DCU), Ripoll (2024) expone principios y etapas que orientan el proceso de diseño, entre ellas la comprensión de las necesidades de las personas usuarias y la evaluación de los productos. Tomando estos planteamientos como referencia, adaptamos el proceso metodológico a las características y necesidades de nuestro proyecto, dividiéndolo en cuatro fases principales que permiten organizar el trabajo y relacionar cada etapa con los objetivos y el cronograma de ejecución. Primero, se hará una revisión del material existente y de la información obtenida en experiencias anteriores. Después, se definirá el enfoque, los contenidos y las estructuras que darán forma a las nuevas versiones de cada producto. En la tercera fase se diseñarán y producirán los materiales. Finalmente, se presentarán para recibir retroalimentación que permita evaluar su pertinencia, funcionalidad y posibilidades de implementación comunitaria. A continuación, describiremos cada una de estas fases en detalle.

1. Investigación y análisis

El primer paso del proceso metodológico consistirá en una revisión minuciosa del material generado en experiencias anteriores, incluyendo talleres, asesorías, entrevistas, observaciones participativas y publicaciones realizadas desde el colectivo *Paso Libre*. Esta etapa no implica trabajo de campo nuevo, sino la sistematización de los insumos existentes ya recolectados que aportan conocimientos sobre las comunidades con las que se ha trabajado.

La intención de esta fase no es solamente recopilar datos, sino comprender con claridad los aprendizajes obtenidos en el contacto con infancias, adolescentes y personas adultas que han participado en procesos de alfabetización audiovisual en distintos momentos. A partir de los registros disponibles, se identificarán patrones, necesidades, retos y las posibilidades, así como algunos elementos que han resultado ser significativos o limitantes en el uso de los productos editoriales previos.

A partir de este análisis se establecerán los criterios que guiarán el rediseño, lo que permitirá tomar decisiones más conscientes y ajustadas a los contextos reales. También se actualizarán el marco teórico y los referentes conceptuales que darán soporte al desarrollo de los contenidos y formatos de cada publicación. En esta fase se sentarán las bases para que los tres productos respondan de manera pertinente a las necesidades de las comunidades que, hasta ahora, no han tenido un vínculo directo con el cine ni con el lenguaje audiovisual.

2. Definición del enfoque, contenido y estructura editorial

La segunda fase se centra en definir con claridad el enfoque, los contenidos y las estructuras de cada una de las tres publicaciones. A partir del análisis realizado en la etapa anterior, se tomarán decisiones que permitan dar sentido al rediseño de la

revista, el periódico y el libro, con base en los aprendizajes acumulados y en la revisión de lo que ha funcionado y de aquello que necesita transformarse.

Durante esta fase se trabaja en construir una propuesta editorial que logre equilibrar lo pedagógico con lo lúdico y lo comunitario, procurando que los contenidos sean comprensibles, cercanos y relevantes para nuestro público, especialmente para quienes se enfrentan por primera vez al lenguaje audiovisual. También se establecerán el tono, la narrativa visual, la organización de las secciones y el tratamiento de las imágenes y los textos, considerando las características de las personas a quienes van dirigidas cada una de nuestras publicaciones.

El objetivo de esta etapa no es solo dar estructura a los contenidos, sino también anticipar cómo funcionarán al ser leídos y cómo pueden facilitar el acercamiento de las personas lectoras al lenguaje audiovisual.

3. Diseño y producción de materiales editoriales

En esta fase se implementará la propuesta editorial desarrollada en la etapa anterior. Con los lineamientos ya definidos, se trabajará en el diseño gráfico y la estructura visual de cada producto, procurando que nuestras decisiones respondan a los criterios previamente establecidos y a las necesidades identificadas en la etapa del análisis.

Para ello, se elegirán las retículas, tipografías, paletas de color y estilos de ilustración o imagen que acompañarán a cada publicación. Estas decisiones se describirán en los capítulos 1, 2 y 3. De esta manera, se organizarán los contenidos en función del tipo de lector al que se dirige cada producto, cuidando la jerarquía visual, la claridad en la navegación y la estética general. También se trabajará en la diagramación, buscando un equilibrio entre los elementos textuales, visuales y pedagógicos.

4. Presentación y evaluación, desde lo comunitario

Esta última fase del proceso metodológico consiste en presentar los materiales editoriales, antes de su impresión, ya diseñados para someterlos a una revisión cuidadosa. Aun cuando no se realizarán pruebas masivas ni intervenciones de campo amplias, si se va a recurrir a la retroalimentación de personas específicas que ya han acompañado el proceso o que formen parte del público al que se dirige cada una de las publicaciones. Este ejercicio de evaluación nos permite analizar si las decisiones editoriales que hemos tomado realmente logran conectar con las comunidades para las que fueron pensadas.

No se trata únicamente de buscar la aprobación formal del diseño, sino de revisar si los productos resultan funcionales, comprensibles y atractivos para quienes no tienen una relación previa con este tipo de materiales comunitarios. A partir de esta revisión se realizarán los últimos ajustes, tanto en los aspectos técnicos como en los detalles de contenido y presentación que puedan mejorar la experiencia lectora, sin olvidar que esta fase también contempla la preparación final de los productos para su impresión y difusión, con el propósito de que puedan llegar a los contextos comunitarios propuestos.

Público objetivo

El trabajo del colectivo *Paso Libre* ha estado orientado principalmente hacia el beneficio de los adolescentes, con acciones educativas en torno al cine y la alfabetización audiovisual. Sin embargo, a partir de este proyecto de diseño editorial, hemos decidido ampliar nuestro alcance para fortalecer las redes de educación audiovisual que influyen directamente en su relación con los medios.

Esta decisión surge después de observar diversos vacíos detectados en nuestras experiencias pasadas: los adolescentes llegan a nuestras propuestas sin una preparación previa en cuanto al lenguaje audiovisual, y los adultos que los rodean, ya sean los padres, profesores, talleristas, etc., quienes no siempre están suficientemente involucrados o sensibilizados respecto a la importancia de esta alfabetización. Esto limita el impacto de los procesos y dificulta que trasciendan como quisiéramos. Por ello, reconocemos la necesidad de generar materiales que no solo estén dirigidos a los adolescentes, sino que también incluyan activamente a los adultos como aliados.

El objetivo no es convertir a los adultos en público final, sino brindarles herramientas que les permitan acompañar, potenciar y dar continuidad al desarrollo de los jóvenes desde sus propios ámbitos. Desde el enfoque del Diseño Centrado en el Usuario (DCU), es importante considerar las necesidades y los contextos de las personas a quienes se dirigen los materiales. Como señala Ripoll (2024), “debemos comprender los problemas que los usuarios necesitan resolver en sus contextos” (p. 93). En este sentido, el rediseño de las publicaciones de *Paso Libre* busca incorporar esta perspectiva y transmitirla a las personas adultas que acompañan los procesos de aprendizaje de los adolescentes, ofreciéndoles herramientas para comprender mejor sus necesidades y favorecer su desarrollo.

De manera paralela, también identificamos la importancia de trabajar con las infancias desde edades tempranas. Aunque los niños no participan directamente en el trabajo con adolescentes, constituyen un antecedente esencial. La inclusión de una revista dirigida a la niñez responde a la idea de que es posible sembrar desde ahora una base

crítica y creativa que les permita llegar a la adolescencia con mayor nivel de conciencia, preparación y sensibilidad frente al lenguaje audiovisual.

Este enfoque intergeneracional articula el sentido de nuestras publicaciones y permite responder de forma más completa a las realidades comunitarias. Aunque el impacto final se centra en los adolescentes como beneficiarios principales, buscamos que su entorno también forme parte del proceso, potenciando así los resultados.

En los capítulos siguientes se describirá con mayor detalle el público objetivo específico de cada publicación: la revista, el periódico y el libro. Allí se profundizará en las características, los intereses y las necesidades particulares de cada grupo, lo que permitirá afinar las decisiones editoriales y los enfoques pedagógicos de manera precisa.

Figura 2. *Esquema público objetivo* (2025).



Nota. Elaboración propia.

Concepto creativo

El concepto creativo que va a guiar el desarrollo de nuestras tres publicaciones está basado en la necesidad de encontrar un equilibrio entre la unidad del proyecto general y la individualidad de cada uno de nuestros productos. Aunque cada publicación está dirigida a públicos diferentes, todas comparten un eje central: la educación audiovisual y el cine comunitario como herramientas de aprendizaje, identidad y transformación social. Esta base en común nos permite crear un proyecto unificado, pero a la vez respetuoso de las características y las necesidades de cada uno de los públicos a los que se dirigen nuestras publicaciones.

Al pensar en nuestro concepto creativo, buscamos una línea clara que conecte el diseño con el contenido, de modo que se logre una complicidad real con los lectores, independientemente de la edad o el rol que tengan dentro de su comunidad. Estamos pensando en una integración que articule los tres productos a través de elementos compartidos. Por un lado, se trabaja el tema central del cine como medio de expresión y desarrollo comunitario, que constituye la base narrativa común. Por otro lado, vamos a establecer un lenguaje visual coherente mediante una paleta de colores vibrante, tipografías consistentes y elementos gráficos que nos ayuden a reflejar la identidad del colectivo y fortalecer el reconocimiento del proyecto. Este lenguaje visual no solo va a transmitir dinamismo, también deberá crear una atmósfera empática, accesible y cercana. Queremos que quienes lean nuestras publicaciones sientan que este proyecto los escucha, los acompaña y, sobre todo, que les pertenece.

Este enfoque busca romper con los modelos rígidos que muchas veces distancian a las personas del conocimiento, ya que, en lugar de solo informar o imponer, queremos dialogar. Por eso, nuestras tipografías fueron elegidas por su capacidad de generar cercanía sin perder claridad ni profesionalismo, sin restarle seriedad al proyecto. Lo mismo ocurre con el color: su uso busca atraer, generar atención y crear una identidad propia, siempre desde una perspectiva comunitaria y no únicamente como una cuestión estética.

Así no solo responde a las necesidades específicas de cada medio, sino que actúa como un elemento unificador. Las retículas, los formatos y las decisiones gráficas serán elegidos para que sean funcionales, pero también pertinentes desde el punto de vista cultural y emocional. Al final, el concepto creativo que estamos desarrollando busca inspirar, educar y fortalecer la identidad comunitaria utilizando el cine y la educación audiovisual como lenguajes compartidos.

Para ejemplificar esta visión y orientar visualmente el desarrollo de cada publicación, elaboramos tres *moodboards* que recogen referencias clave en cuanto a estética, tono y estilo. Estos materiales funcionan como guía conceptual para asegurar la coherencia entre la idea central y su traducción visual en cada uno de los productos. En los siguientes capítulos desarrollaremos cada uno de estos elementos con mayor profundidad.

Lo que hay y nuevos horizontes en cuanto a publicaciones (productos editoriales similares)

A partir de lo ya planteado, podemos observar que en el panorama editorial actual existen muy pocas publicaciones que aborden de forma directa la educación audiovisual, y aún menos si hablamos de aquellas que lo hacen desde una mirada comunitaria. Esta escasez no solo evidencia un vacío en el mercado editorial, sino también una falta de reconocimiento hacia un campo profundamente relevante en términos sociales. Vivimos en una época dominada por las pantallas, sin embargo, la educación audiovisual aún no ocupa el lugar que merece en los medios impresos o digitales que circulan entre niñas, niños y adolescentes. Esta ausencia limita las posibilidades de acceso, apropiación y creación de contenidos que dialoguen con sus realidades y contextos locales.

No obstante, para esta investigación, se tomaron como referencia algunos productos editoriales existentes que, aunque no tratan el tema de forma explícita ni abordan necesariamente temáticas cercanas, sí presentan formatos afines desde lo gráfico, lo narrativo o lo pedagógico. Estos materiales sirvieron como punto de partida para establecer un comparativo que ayude a reconocer tendencias, analizar los formatos, identificar sus enfoques y conocer los lenguajes visuales presentes o ausentes en este tipo de publicaciones. No se trata de replicar lo que ya existe, sino de comprender con claridad cuáles son las oportunidades que aún no se han explorado y los retos a los que nuestros productos editoriales deberán enfrentarse, especialmente en su intención de llegar a públicos jóvenes desde una propuesta cercana, participativa y crítica. Todo esto con el objetivo de que nuestras publicaciones puedan posicionarse de manera significativa dentro de este panorama frente a ellos y así fortalecer su diseño, contenido y distribución, pero sin sacrificar que nuestras publicaciones hablen desde el territorio, desde la experiencia y desde una pedagogía lúdica que escuche a los públicos a quienes nos dirigimos.

Este apartado propone una mirada general al contexto editorial en el que se insertan nuestras publicaciones, pero será en los siguientes capítulos donde se abordará de forma más específica cada uno de los productos similares de seleccionados como referencia para la revista, el periódico y el libro, con el fin de profundizar en las decisiones editoriales tomadas durante el rediseño y mostrar cómo cada producto responde a las necesidades de su público en forma particular.

CAPÍTULO 1: Revista

¿Qué es una revista?

Empezaremos definiendo qué es una revista, la cual entendemos como una publicación que se edita de manera periódica. Puede ser mensual, quincenal o semanal y permite mantener un vínculo con el lector mediante una variedad de contenidos apoyados en recursos gráficos que enriquecen la experiencia de lectura. Estos contenidos se organizan por temas específicos, lo que permite estructurarlos de manera atractiva para el público al que se dirige la publicación. Su contenido está pensado para responder a intereses concretos en un momento determinado, por lo que permite renovar los temas, las secciones y los enfoques en cada número.

Las revistas pueden clasificarse de distintas formas. Una de ellas es según su contenido: existen revistas informativas, especializadas, de entretenimiento o de divulgación. Otra clasificación es según el público al que se dirigen, que puede ser infantil, juvenil, adulto o profesional. También pueden organizarse según su uso, ya sea como material de apoyo educativo, de entretenimiento, de consulta o como objeto de colección.

La función principal de una revista es informar, entretener o educar, según el propósito editorial con el que fue concebida. En este proyecto, la revista se concibe como una herramienta pedagógica y lúdica, capaz de fomentar habilidades, vocaciones y aprendizajes en el lector infantil mediante un diseño dinámico, accesible y visualmente competitivo.

Historia

La revista como formato editorial tiene sus orígenes en el siglo XVII, con publicaciones como *Le Mercure Galant*, en Francia, y *The Ladies' Mercury*, en Inglaterra, que contribuyeron al desarrollo de las publicaciones periódicas dirigidas a públicos específicos. Durante el siglo XVIII, la Ilustración consolidó su función como herramienta

de difusión cultural y, en el siglo XIX, gracias a los avances técnicos y al abaratamiento del papel, las revistas se popularizaron entre nuevos sectores de lectores. Ya en el siglo XX, la incorporación de la fotografía transformó su lenguaje visual, mientras que el diseño gráfico y la especialización temática contribuyeron a consolidar su identidad editorial. A pesar de la digitalización del siglo XXI, la revista impresa continúa vigente como objeto educativo, coleccionable y comunicativo. Su evolución histórica permite pensarla como un medio lúdico, flexible y cercano a las infancias, capaz de integrar el juego, la expresión y el aprendizaje en un solo formato.

Descripción

La revista *Diverti-2* que se presenta en este proyecto es una publicación mensual dirigida a niñas y niños de entre seis y nueve años, una etapa vital en la que la curiosidad, la imaginación y la necesidad de expresión encuentran un espacio propicio para desarrollarse a través de contenidos visualmente estimulantes. Su nombre surge de un juego de palabras cargado de intención y significado que combina la idea de "diversión" con la noción de colectividad.

Figura 3. *Logotipo revista Diverti-2* (2025)



Nota. Elaboración propia.

La primera sílaba, "Di", hace referencia al acto de decir, de expresarse, de poner en palabras lo que se siente, se piensa o se imagina. La segunda sílaba, "ver", alude a la

capacidad de observar el mundo con atención para comprenderlo y transformarlo mediante el aprendizaje. Juntas, estas dos sílabas proponen una experiencia activa de comunicación: decir lo que se ve, ver lo que se dice. A esto se suma la palabra “ti”, que hace la propuesta más cercana y personalizada, como si la revista hablara directamente a cada lector, mientras que el número “2” representa lo colectivo y compartido, la idea de que la diversión, el aprendizaje y la creación se viven mejor en compañía. En conjunto, *Diverti-2* encierra una propuesta lúdica que promueve la expresión comunitaria.

Figura 4. *Portada Diverti-2 (2025)*



Nota. Elaboración propia.

La revista busca cubrir una necesidad concreta: la falta de publicaciones impresas que aborden el cine y la creación audiovisual desde una perspectiva lúdica, pedagógica y adaptada a las infancias. Su propósito es ser un espacio innovador que inspire a los lectores a desarrollar su imaginación a través del lenguaje audiovisual. En un formato lúdico y participativo, con un diseño visualmente atractivo, ofrece tanto contenidos informativos como actividades prácticas que acompañan a las niñas y los niños en la exploración de posibles intereses. El enfoque editorial se fundamenta en el juego, entendido como narrativa visual y como experiencia de participación activa, que acerca

a los lectores al mundo del cine no solo como espectadores, sino también como creadores logrando despertar en ellos el interés por las historias, los personajes y los oficios del set, así como ayudarles a reconocer el valor expresivo del lenguaje audiovisual.

Nuestra propuesta parte de un trabajo previo que se elaboraba de manera artesanal en Word y se reproducía mediante fotocopias. Consistía en hojas sueltas con contenidos audiovisuales básicos que, a pesar de su sencillez, ya tuvo resultados positivos en los talleres comunitarios del colectivo *Paso Libre*, lograron funcionar como un recurso cercano y accesible para los niños. Ese antecedente demuestra que la propuesta tiene pertinencia y valor, pues incluso en un formato limitado fue capaz de cumplir con su propósito. Ahora, con este rediseño editorial, buscamos transformar aquel recurso disperso en una publicación consolidada y coherente, que mantenga su esencia comunitaria y accesible, pero que al mismo tiempo se presente como un producto editorial completo, con mejor presentación, mayor impacto visual y un diseño que potencie su función pedagógica y cultural, que le permita competir y ampliar su alcance.

Objetivos específicos

- Fomentar la creatividad, la expresión y la educación audiovisual en las infancias mediante una revista interactiva y lúdica.
- Crear un formato visualmente atractivo que combine el juego y la información.
- Acercar a las infancias al conocimiento del séptimo arte desde una edad temprana.
- Contribuir al reconocimiento de posibles vocaciones vinculadas al cine y la creación audiovisual.

Productos similares

Como se comentó anteriormente, en la actualidad existe una escasa oferta de revistas impresas que aborden temas relacionados con el cine, la creación audiovisual o la educación en medios desde una perspectiva comunitaria o dirigida a las infancias. La mayoría de las publicaciones especializadas en el ámbito audiovisual están orientadas a un público adulto o profesional, con un enfoque técnico o académico. Las pocas propuestas existentes para el público infantil suelen priorizar el entretenimiento general, sin una línea pedagógica clara ni continuidad formativa.

Figuras 5,6 7. *Revistas similares* (2025).



*Nota.*https://in.pinterest.com/pin/579768152069662001/ ;https://www.discountmags.com/magazine/big-bang-ponte-en-accion-digital-m ; https://www.sanborns.com.mx/producto/521474/revista-big-bang-tematico

Aunque algunas de estas publicaciones están dirigidas al mismo rango de edad que *Diverti-2*, como es el caso de la revista *Big Bang*, su enfoque está centrado principalmente en el entretenimiento, dejando de lado procesos de aprendizaje más profundos o vinculados a la expresión personal. Las actividades que propone no presentan una progresión en su complejidad ni un acompañamiento narrativo que permita al lector desarrollar habilidades específicas. Funcionan como piezas aisladas

dentro de un universo temático, sin conexión entre sí. Su fortaleza radica en lo visual, lo dinámico y lo inmediato, características que sin duda pueden resultar atractivas, pero no garantizan una experiencia sostenida de exploración ni un vínculo significativo con la expresión personal o la exploración vocacional.

Para este análisis, se han identificado tres revistas impresas de referencia: *Disney Junior*, *Big Bang* (edición general) y *Big Bang: Mundo Acuático*. De estas, se ha elegido esta última para realizar el comparativo particular con el proyecto editorial *Diverti-2*, debido a su semejanza en el formato, la edad del público destinatario y el tipo de actividades que propone.

La revista *Big Bang: Mundo Acuático* es una publicación infantil impresa pensada para el entretenimiento activo de las infancias. Con un diseño colorido, saturado y de gran dinamismo visual, esta edición está enfocada en temas marinos y combina actividades como colorear, recortar, armar figuras y resolver tests. El enfoque temático de cada número permite desarrollar un universo específico que guía toda la narrativa visual y las actividades de la revista.

Entre sus elementos destacables se encuentran las ilustraciones digitales de gran tamaño, los personajes animados originales y una distribución de contenidos pensada para que el lector intervenga físicamente en la publicación. Incluye stickers, recortables y juguetes de papel como complemento, lo que aumenta su atractivo como objeto lúdico. El lenguaje es directo, motivacional y cercano, con frases como “¡Ponte en acción!” o “¡Arma tus aqua toys!”, que buscan generar entusiasmo inmediato.

Especificaciones de la revista

- **Descripción:** Revista infantil de entretenimiento que ofrece actividades temáticas como juegos, recortables, tests, experimentos, cómics y dinámicas visuales. Cada número aborda un universo específico.
- **Formato:** Revista grapada, tipo cuadernillo.
- **Dimensiones:** 21.59 × 27.94 cm.
- **Material de soporte:** Papel couché brillante de 135 g/m² en portada y 125 g/m² en interiores.
- **Costo:** $79.00 por ejemplar impreso.
- **ISSN:** *Pendiente*.
- **Canales de distribución:** Supermercados, tiendas escolares y puestos de revistas.

1. **Perfil del usuario**
    - **Sexo:** Indistinto.
    - **Edad:** Niñas y niños de entre 7 y 12 años.
    - **Nivel socioeconómico:** Medio.
    - **Profesión:** Estudiantes de nivel primaria.
    - **Estilo de vida:** Curiosos, visuales, con gusto por el juego, la ilustración y las actividades creativas.
    - **Gustos y preferencias:** Interés por temas como animales, ciencia divertida, juegos, personajes animados, manualidades y dinámicas interactivas.

2. **Diseño y estructura editorial**
    - **Estilos de párrafo:** Textos breves, organizados en recuadros y globos de diálogo, con subtítulos destacados y elementos de instrucción o motivación. El lenguaje es emocional, directo y llamativo.
    - **Modulación y retícula:** Retícula modular flexible, con una organización de tres a cuatro columnas por pliego.

Ventaja competitiva

A diferencia de otras publicaciones dirigidas a las infancias, *Diverti-2* presenta una ventaja competitiva clara al combinar un diseño editorial innovador con un enfoque lúdico que no sacrifica la profundidad. Su propuesta no solo busca entretener, sino también acompañar procesos formativos a través de contenidos visuales y narrativos cuidadosamente estructurados. Mientras revistas como *Big Bang: Mundo Acuático* ofrecen actividades visuales y temáticas atractivas, *Diverti-2* se distingue por conectar con las infancias desde una perspectiva comunitaria y con un lenguaje propio, que nace de la experiencia directa en talleres y espacios culturales.

Además, atiende a un público que suele ser ignorado por los medios impresos: niñas y niños en una etapa de transición, que ya no se sienten identificados con materiales dirigidos a los más pequeños, pero que aún no acceden a contenidos pensados para adolescentes. Frente a otras opciones comerciales, *Diverti-2* también propone una distribución gratuita, lo que facilita el acceso a materiales de calidad sin que el costo sea una barrera para su lectura y apropiación.

Concepto creativo

El concepto creativo de *Diverti-2* parte de la intención de crear una revista diseñada para las infancias que, a partir del juego, los invite a imaginar y crear, propiciando un primer acercamiento al lenguaje audiovisual y fomentando la expresión y el aprendizaje desde su propia mirada. Inspirada en el lenguaje del cine y en actividades participativas, la propuesta editorial retoma elementos visuales propios del entorno escolar, los materiales didácticos y las revistas infantiles clásicas, e incorpora colores vivos y elementos gráficos relacionados con nuestro público en un formato lúdico que invita a descubrir y crear en cada página.

La construcción visual se apoya en tipografías de carácter manual o de cartel, colores brillantes y materiales que evocan crayones, plastilinas o recortes de papel. Estos recursos, junto con ilustraciones y consignas prácticas, transmiten la idea de una

infancia activa, creadora y curiosa, capaz de reconocerse como protagonista en sus historias. El diseño se organiza mediante una retícula modular que permite cambios de ritmo y estructuras flexibles, favoreciendo la diversidad de secciones sin perder coherencia editorial.

Figura 8. *Moodboard revista* (2025).



Nota. Elaboración propia.

La revista está pensada como un espacio donde la estética comunica tanto como el contenido: cada color, trazo y recuadro busca motivar la participación, generar cercanía y abrir un canal de expresión. En este sentido, el lector no solo consume lo que se presenta, sino que interviene, completa y transforma la revista con su propia experiencia. Así, *Diverti-2* se distancia de los productos editoriales comerciales para posicionarse como una herramienta de exploración personal y colectiva, que respeta la inteligencia, el deseo de juego y la capacidad de imaginar de cada niña y cada niño.

Estructura

La revista *Diverti-2* está compuesta por 16 páginas distribuidas en 8 secciones diferentes que combinan información, juego y exploración creativa. Cada sección aborda un aspecto distinto del cine o de la creación audiovisual, permitiendo al lector aproximarse al tema desde múltiples ángulos. Las actividades propuestas en cada una están diseñadas para que el lector no solamente reciba información, sino que la ponga en práctica, intervenga gráficamente la revista y desarrolle habilidades vinculadas al lenguaje audiovisual, como la observación, la planificación narrativa, la composición visual y el trabajo en equipo.

Contenidos

Las secciones de la revista se diseñaron con un enfoque lúdico y participativo que incluye fichas informativas, tests, retos creativos, entrevistas y espacios para dibujar o escribir ideas propias. Esta diversidad permite mantener activo el interés del lector y favorece una lectura dinámica que no se agota en una sola sesión.

Figura 9. *Contenido de lla revista* (2025).



Nota. Elaboración propia.

Los contenidos se organizan en apartados como *Historias del barrio, Cine mochila, Encuadra-t, ¿Y si pasara…?, Anima-2, Oídos en acción* y *App-lícate*, entre otros, que integran actividades prácticas para estimular la creatividad y la alfabetización audiovisual desde diferentes ángulos. También se incluyen infografías para ampliar el aprendizaje y códigos QR que extienden la experiencia hacia el entorno digital, generando un puente entre el papel y los medios interactivos.

Formato

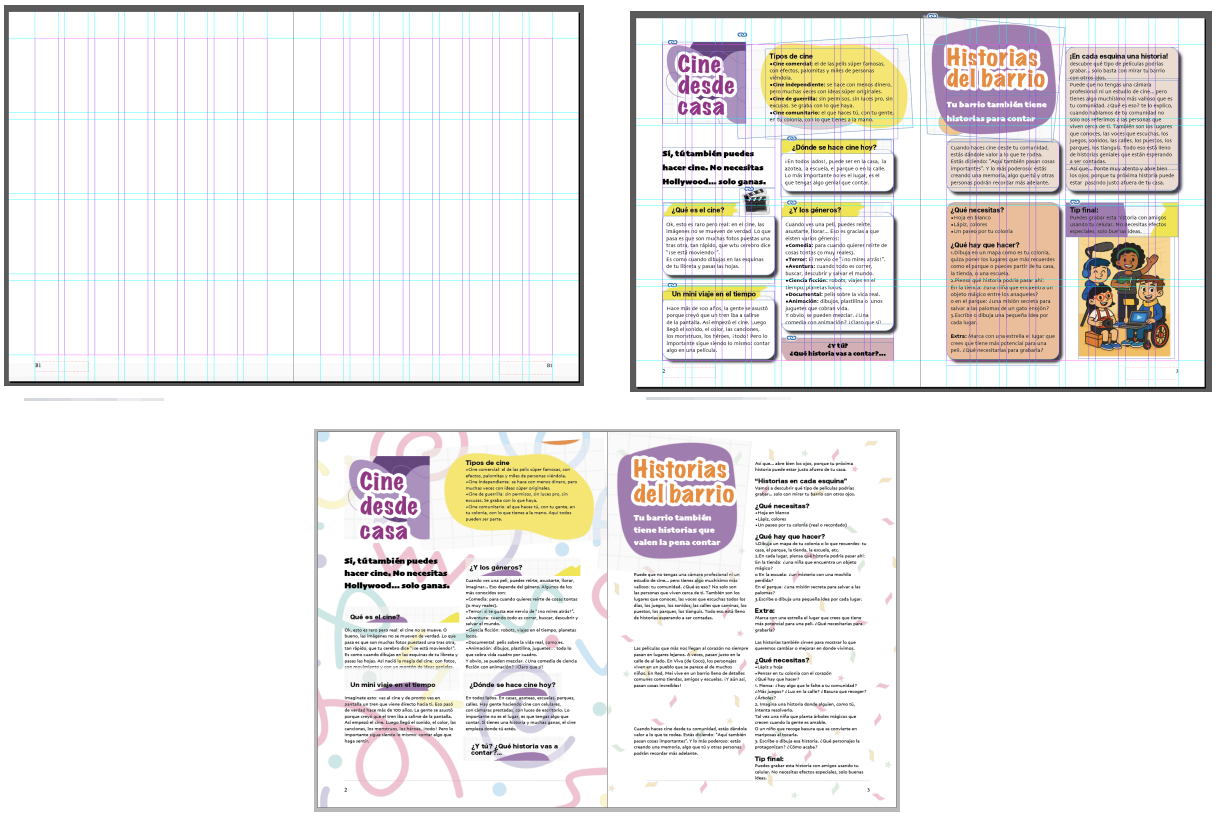
En cuanto a su formato, *Diverti-2* adopta el tamaño carta (21.59 cm × 27.94 cm), una medida práctica tanto para la impresión como para la distribución y el almacenamiento en espacios escolares o comunitarios. Este tamaño también permite una maquetación accesible para el público infantil, con espacios generosos para ilustraciones y textos cortos. La encuadernación es engrapada, lo cual facilita la manipulación del ejemplar por parte dei público, sin generar complicaciones al momento de abrirlo, hojearlo o recortar páginas específicas si alguna actividad lo requiere.

Para su impresión se utilizará papel couché de 250 g/m² para la portada, lo que favorece la resistencia al uso frecuente y una buena reproducción del color. En el interior se utilizará papel bond de 150 g/m², por su textura agradable al tacto, su capacidad de absorción para actividades con lápiz o color y su bajo costo, lo que permite mantener el equilibrio entre calidad, funcionalidad y accesibilidad económica. Esta elección responde a la intención de ofrecer un objeto editorial duradero, que pueda conservarse, intervenirse y compartirse sin perder su calidad visual ni su intención pedagógica.

Retícula

Para el diseño editorial de *Diverti-2* se optó por una retícula modular, ya que este sistema de organización visual ofrece la flexibilidad necesaria para distribuir de manera equilibrada los elementos gráficos y textuales. Esta elección responde a la naturaleza de la revista, dirigida a un público infantil, que requiere variedad en la disposición de los elementos, ritmo en la lectura y espacios abiertos que faciliten tanto la exploración como la intervención directa en las páginas.

Figura 10. *Disposición de los elementos sobre la retícula* (2025).



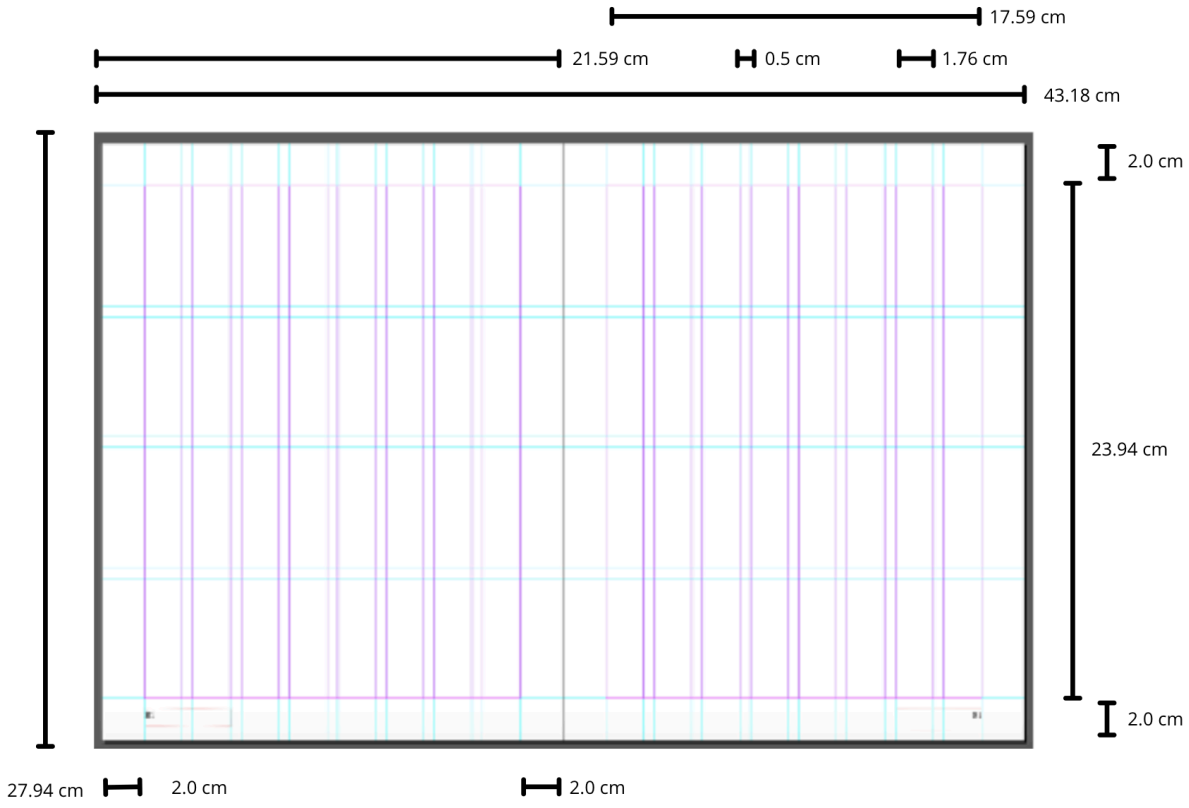
Nota. Elaboración propia.

La retícula está compuesta por ocho columnas y cuatro filas que forman módulos rectangulares en cada página. A diferencia de una retícula de columna única, esta estructura permite que cada página se organice de manera distinta según el contenido:

en algunas predominan los juegos o las ilustraciones, mientras que en otras se jerarquizan viñetas, los textos breves o las frases destacadas. Asimismo, nos permite jugar con los espacios en blanco, integrar ilustraciones de gran tamaño y dar protagonismo a los elementos interactivos.

Esta capacidad de adaptación contribuye a mantener la coherencia visual de la revista sin caer en la monotonía, ya que si todas las páginas tuvieran exactamente la misma distribución, el diseño perdería atractivo y limitaría la experiencia lúdica que se busca transmitir para mantener la atención de niñas y niños de entre seis y nueve años, quienes pueden conectar con mayor facilidad con estructuras visuales cambiantes, dinámicas y estimulantes.

Figura 11. *Medidas de la retícula* (2025).



Nota. Elaboración propia.

La modulación de márgenes también fue cuidadosamente elegida con la intención de favorecer la legibilidad y evitar la saturación visual: márgenes exteriores e interiores de 2 cm, superiores e inferiores de 2 cm y un medianil de 0.5 cm entre sus columnas. Estas proporciones ofrecen un equilibrio entre orden y dinamismo, permitiendo integrar ilustraciones de gran tamaño, dar aire a los textos y destacar elementos interactivos.

En conjunto, este sistema modular no solo organiza la información, sino que acompaña la narrativa visual de la revista y se convierte en un recurso clave para que cada número mantenga su identidad propia, al tiempo que sus páginas se adaptan con naturalidad a las características específicas de cada edición.

Tipografía

La selección tipográfica para la revista *Diverti-2* se realizó con base en criterios de legibilidad, carácter visual y adecuación al público infantil. Se eligieron tres familias principales, cada una con funciones específicas dentro de la maquetación: títulos, subtítulos, cuerpos de texto y detalles decorativos. Esta combinación permite jerarquizar de forma clara y dinámica, manteniendo una unidad visual en toda la publicación sin perder frescura ni expresividad.

Para los títulos se utilizó *Marker Felt (Wide)*, en 47 pt, una tipografía manuscrita que imita el trazo de un plumón grueso. Su carácter es amigable, cálido y expresivo, lo que le otorga a la revista un tono cercano y lúdico, siendo especialmente útil en encabezados. También se adapta a un tamaño más pequeño, de 12 pt, para utilizarla en detalles, frases destacadas, globos de diálogo e invitaciones a la acción, donde se requiere captar de inmediato la atención del lector.

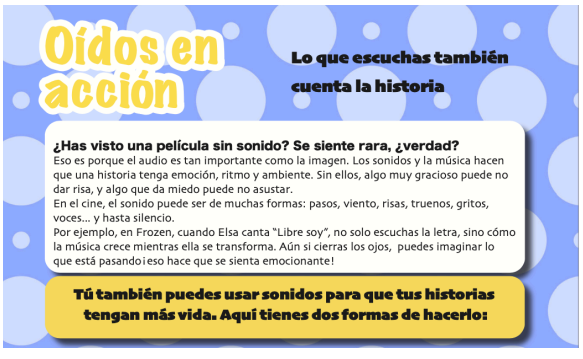
En los subtítulos se eligió *Skia (Black)*, en 18 pt, diseñada por Matthew Carter y distribuida por Apple desde 1994. Se trata de una tipografía sin serifas, con formas limpias y con una ligera inclinación que evoca movimiento y modernidad. En su versión *Black*, resulta bastante funcional para los subtítulos, mientras que la versión *Regular*, en 10 pt, se emplea en los cuerpos de texto, dando un aspecto más neutro que ofrece

equilibrio entre lo formal y lo dinámico, características que buscan favorecer la lectura de las infancias, gracias a su legibilidad en tamaños pequeños y su apariencia moderna y sencilla. Esta elección asegura que los párrafos extensos puedan leerse sin dificultad, favoreciendo a un público infantil que se encuentra en pleno desarrollo de sus habilidades lectoras.

Finalmente, como subtítulos secundarios se incorporó la tipografía *Hiragino Kaku Gothic (W8)*, en 12 pt, una sans serif de origen japonés desarrollada por JiyuKobo y distribuida por SCREEN Graphics Solutions, reconocida por su alta legibilidad, limpieza visual y estructura uniforme. De diseño robusto, con trazos redondeados y claros la convierten en un apoyo ideal para secciones intermedias, aportando orden y creando el contraste necesario frente a las tipografías más expresivas.

En conjunto, la combinación de estas familias tipográficas ayuda a sustentar una narrativa visual coherente y estimulante, adaptada a los intereses y capacidades del público infantil. La jerarquización tipográfica no solo organiza el contenido, sino que guía al lector a través de cada página, favoreciendo la exploración intuitiva, la lectura activa y la apropiación de la revista como un espacio de juego y aprendizaje. cabe mencionar que en algunos casos las tipografías pueden variar en su tamaño para jugar con los espacios, los que aquí presentamos son una base de manera general.

Figura 12. *Ejemplo de la tipografía* (2025).



Uso	Familia tipográfica	Variante	Tamaño
Títulos	Marker Felt	Wide	47 pt
Subtítulos	Skia	Black	18 pt
Subtítulos secundarios	Hiragino Kaku Gothic	W8	12 pt
Detalles	Marker Felt	Wide	12 pt
Textos	Skia	Regular	10 pt

Nota. Elaboración propia.

Paleta de colores

La paleta cromática de *Diverti-2* está inspirada en elementos visuales cercanos a las infancias, como son los dulces, la plastilina, los juguetes y los materiales de arte, con colores vibrantes y saturados que son asociados a la creatividad. Fue seleccionada considerando criterios de contraste, legibilidad y atracción visual, con el fin de generar una identidad coherente y estimulante para los lectores infantiles. Estos colores no solo cumplen una función estética, sino que organizan la información, guían la lectura y refuerzan el carácter participativo de la revista.

Figura 13. *Ejemplo del uso de la paleta de colores* (2025).



Nota. Elaboración propia.

Los tonos principales se basan en una gama viva y luminosa: el rojo, útil para destacar secciones de acción o llamadas a participar; el naranja, asociado al entusiasmo y la

cercanía; y el amarillo, que evoca luz y claridad, funciona como acento en subtítulos y frases motivadoras. El verde y el cian aparecen en ilustraciones y fondos parciales que transmiten frescura y conexión con el mundo natural. Así, estos colores mantienen una relación complementaria que permite captar la atención sin saturar visualmente la página.

A estos se suman el azul oscuro, que aporta contraste con los tonos más vivos. El morado se emplea en títulos y recuadros destacados, añade un tono expresivo, artístico y emocional, mientras que el rosa contribuye con la calidez, afectividad y cercanía.

Como apoyo, se incorporan colores neutros, como blanco y negro, utilizados en cuerpos de texto y elementos de contraste. De esta forma, se asegura una buena lectura de los contenidos extensos y se crea un balance entre lo expresivo y lo que es funcional. En su aplicación editorial, cada tono funciona como señalizador: los recuadros temáticos y las cápsulas de actividad adoptan un color dominante para facilitar la navegación; los fondos parciales y figuras de apoyo utilizan combinaciones complementarias para mantener el ritmo visual; y las llamadas «tips» o mensajes clave se resaltan con amarillos y naranjas de alta visibilidad.

Cabe destacar que nuestra paleta de colores es bastante amplia para mantener el dinamismo que proponemos y ofrecer versatilidad para atraer a los más pequeños. La combinación de estos colores no solo da vida a la revista, sino que también cumple una función estructural: permite dividir visualmente las secciones y facilitar la navegación entre contenidos. Así, el color no solo anima la página, sino que organiza, orienta y refuerza la identidad de *Diverti-2*, manteniendo continuidad entre números, a la vez que permite variaciones según el contenido de cada edición.

Conclusiones

La revista *Diverti-2* representa mucho más que una publicación infantil: es una propuesta editorial que nace desde la comunidad y se construye con la mirada puesta en las infancias como protagonistas activas del aprendizaje, la creación y la expresión. Al ofrecer un espacio para jugar, descubrir y contar, esta revista se convierte en una herramienta accesible, cercana y visualmente atractiva que conecta con los intereses reales del público y que, además, les abre un camino hacia el lenguaje audiovisual como medio para imaginar y transformar su entorno.

Frente a una oferta editorial limitada, dominada por contenidos comerciales o enfocados únicamente en el entretenimiento, *Diverti-2* se posiciona como una alternativa lúdica, pedagógica y cultural. Su diseño modular, su paleta cromática vibrante, sus actividades creativas y su enfoque participativo hacen de esta revista una publicación viva, construida desde el diálogo con las infancias y pensada para fortalecer el vínculo entre expresión y comunidad. En este sentido, *Diverti-2* no sólo ofrece contenidos, sino que abre posibilidades para que cada lector experimente, intervenga, se reconozca y se imagine como creador de sus propias historias.

CAPÍTULO 2: Periódico

¿Qué es un periódico?

De acuerdo con la Real Academia Española (RAE, s.f.), un periódico es una publicación que aparece en intervalos de tiempo determinados, en la que se reúne información, normalmente dividida en secciones, dentro de las cuales se pueden identificar diferentes géneros periodísticos. Estos escritos pueden leerse tanto en soporte impreso como en formato electrónico. Esta definición permite comprender al periódico como un producto editorial caracterizado por su regularidad y por la organización de sus contenidos en secciones que facilitan la consulta de información diversa.

Entre sus características principales se encuentra la periodicidad, que puede ser diaria, semanal, quincenal o mensual, lo que explica que en muchos contextos se utilice el término *diario* como sinónimo de periódico. Su estructura se organiza en secciones que agrupan noticias generales, información especializada, artículos de opinión, crónicas o notas culturales, entre otras. Para lograrlo, emplea retículas rígidas que permiten ordenar grandes volúmenes de texto e imágenes, garantizando claridad en la disposición. Asimismo, el periódico posee un carácter efímero, ya que su contenido responde a la actualidad inmediata y rara vez se conserva para lecturas repetidas, a diferencia de los libros o revistas de consulta prolongada.

En cuanto a su función social y cultural, el periódico se erige como un medio de comunicación esencial que informa a la ciudadanía sobre los acontecimientos de interés público, contribuye a la formación de opinión y actúa como registro de la vida social y cultural de una comunidad. Además, constituye un espacio de educación cívica y de construcción de ciudadanía, pues al difundir hechos y opiniones, fomenta el pensamiento crítico y la participación en la esfera pública.

No obstante, su rol tradicional ha comenzado a transformarse con la irrupción de los medios digitales. Como afirma Mazzone (2016): “El diario ha sido desplazado por el continuo informativo de los medios gráficos online, y deja atrás la segmentación

periódica con que se designó tradicionalmente a los productos impresos"(p. 211). Esta reflexión muestra que, aunque el periódico sigue cumpliendo su función social, el modo en que lo hace se encuentra en un proceso de reconfiguración frente a la inmediatez digital.

Historia

La idea del periódico no apareció de la nada: desde los tiempos antiguos ya se registraban los intentos por compartir noticias para mantener informada a la gente. En Roma, por ejemplo, circulaban las *Acta Diurna*, y en la China imperial existían gacetas manuscritas que adelantaban lo que después conoceríamos como prensa. El verdadero cambio llegó con la imprenta de Gutenberg en el siglo XV, porque a partir de ahí la información pudo reproducirse y circular mucho más rápido y en masa. En el siglo XVII aparecieron los primeros periódicos impresos, como *Relation aller Fürnemmen und gedenckwürdigen Historien*, en Alemania (1605), y *La Gazette*, en Francia (1631), que dieron forma al concepto moderno de prensa. Durante los siglos XVIII y XIX, el periódico se volvió una herramienta clave en revoluciones e independencias y, con la industrialización del papel, se volvió más barato y accesible, llegando a un público cada vez más amplio. En el siglo XX, la prensa se diversificó: surgieron géneros periodísticos, periódicos especializados y formatos como el tabloide, que consolidaron la imagen del periódico que conocemos ahora.

Hoy, en pleno siglo XXI, el gran reto está en el paso de lo impreso a lo digital. Como señala Mazzone (2016), "nada de lo dicho autoriza a especular con una presunta desaparición del periódico impreso, aunque sí a constatar el desplazamiento del papel como soporte hegemónico" (p. 213). Esta reflexión permite reconocer que ambos formatos pueden coexistir y responder a distintas necesidades de comunicación. Desde esta perspectiva, *Paso Libre Periódico* apuesta por el formato impreso como una vía para acercar la información de manera directa a docentes en escuelas, centros culturales y espacios comunitarios. No obstante, esta decisión no excluye la posibilidad de incorporar una versión digital en el futuro, sino que contempla la convivencia de

ambos formatos como una estrategia para ampliar el alcance de sus contenidos y fortalecer su función educativa y comunitaria.

Descripción

Paso Libre Periódico es una propuesta editorial comunitaria que surge como rediseño y evolución de un proyecto digital previo. Originalmente concebido como una página web que reunía información sobre festivales, experiencias educativas, participación y creación audiovisual juvenil, este medio funcionaba como archivo y plataforma de difusión para iniciativas relacionadas con adolescentes y cine comunitario. Sin embargo, al tratarse de un sitio web, su acceso dependía del conocimiento previo del proyecto, lo que limitaba su alcance entre quienes no formaban parte de esas redes o espacios digitales.

En la actualidad, los grandes periódicos han dado el salto a las plataformas digitales para ampliar su llegada al público; no obstante, en los proyectos locales sucede lo contrario. La saturación de contenidos masivos, globalizados y comerciales hace que las páginas de internet de iniciativas comunitarias pasen inadvertidas, mientras que el formato impreso se vuelve más cercano, directo y eficaz. En este contexto, entregar el periódico en mano representa una forma mucho más efectiva de cautivar al público y asegurar que la información llegue a quienes realmente la necesitan.

Con el objetivo de hacer esa información más accesible, tangible y distribuirla de forma directa en escuelas, centros culturales, talleres y espacios comunitarios, nace la versión impresa de este periódico. El nuevo formato permite llevar los contenidos a quienes más los necesitan: docentes, talleristas, madres, padres y adolescentes interesados en incorporar el lenguaje audiovisual como herramienta de reflexión, aprendizaje y transformación social. El periódico se plantea como una publicación mensual, de distribución gratuita y gestionada por medio de patrocinios, alianzas institucionales y redes comunitarias.

El nombre *Paso Libre* retoma el del colectivo impulsor del proyecto y hace referencia a un espacio abierto en el que todas las personas tienen cabida y pueden participar, sin exclusiones. Esta idea refleja los valores y la visión del colectivo, y ahora de *Paso Libre Periódico*, que recupera esta identidad para representar el sentido que busca transmitir la publicación: ser un medio accesible, abierto a la participación y capaz de reunir y difundir información sobre las actividades relacionadas con la educación y la creación audiovisual que surgen desde distintas iniciativas. De esta manera, el periódico busca funcionar como un punto de encuentro entre docentes, talleristas, adolescentes y personas interesadas en el cine comunitario y la alfabetización audiovisual.

En cuanto a la parte gráfica, se conservaron los elementos principales del logotipo original, adaptándose a las características de la publicación. La tipografía está inspirada en los letreros viales, que orientan y señalan distintos caminos. En este caso, la referencia refuerza la idea de abrir rutas para la participación e invita a transitar libremente y formar parte de un espacio común.

Figura 14. *Logotipo periodico* (2025).



Nota. Elaboración propia.

Asimismo, se incorporó un juego gráfico con las últimas letras de la palabra libre, *REC*, que remiten al símbolo de grabación de las cámaras de video, haciendo referencia al lenguaje audiovisual como eje de las propuestas del colectivo. Este recurso se complementa con la representación gráfica de un lente de cámara y con énfasis en la forma abierta de la letra «C», que alude a la colectividad y a la posibilidad de integrar distintas voces y experiencias.

En cuanto al color, se respetó la combinación original de negro y rojo, ya que permite mantener un equilibrio entre la seriedad asociada al periódico y una identidad visual dinámica. El negro aporta sobriedad, mientras que el acento rojo no sustituye ni compite con el resto del logotipo, sino que introduce un contraste que le da movimiento. De esta manera, se conserva la identidad del colectivo y, al mismo tiempo, se refuerza el sentido que se busca transmitir a través de la publicación.

Así, *Paso Libre Periódico* no es solo un medio informativo vinculado al colectivo, sino también una herramienta pedagógica, una guía práctica y un puente entre la educación y el cine comunitario. Desde esta perspectiva, el rediseño no busca solo mejorar la estética del material anterior, sino también fortalecer su alcance y su función educativa y comunitaria respaldados en la trayectoria del colectivo.

Objetivos específicos

- Visibilizar el valor del cine como herramienta pedagógica en la formación de adolescentes.
- Acompañar a docentes, talleristas y actores comunitarios en la integración del lenguaje audiovisual en sus prácticas educativas.
- Brindar contenidos prácticos, claros y contextualizados que puedan aplicarse en espacios escolares y comunitarios.
- Fortalecer la alfabetización audiovisual desde una perspectiva crítica, accesible y situada.

Productos similares

En el caso específico del periódico, la elección del material comparativo responde más a criterios formales y editoriales que a aspectos temáticos o del público, debido a que no existe, hasta el momento, un periódico impreso ni digital que aborde la alfabetización audiovisual desde una perspectiva introductoria o que esté dirigido a personas involucradas en la formación de adolescentes. Esta ausencia en el mercado

editorial responde a la poca importancia que se le otorga a la educación audiovisual. Las publicaciones disponibles suelen estar dirigidas a profesionales del cine o a un público adulto especializado y, aunque su contenido puede resultar valioso, no responde a las necesidades concretas de quienes buscan incorporar el cine como herramienta pedagógica en contextos escolares o comunitarios. Este vacío en la producción editorial es justamente el que intentamos atender.

Ante esta falta de similares directos, se decidió tomar como punto de comparación el periódico *La Jornada Morelos*, un medio local de información general que, aun cuando no constituye un referente temático ni de objetivos, resulta útil para analizar aspectos como el formato, la retícula, el uso de tipografías, la periodicidad, los costos de producción y la organización del contenido, los cuales pueden adaptarse a nuestro propio diseño editorial. Su análisis permite identificar qué elementos pueden mantenerse, modificarse o transformarse para responder de manera más efectiva a las necesidades de nuestro público.

Figura 15. *Producto similar* (2025).



Nota. Elaboración propia; https://www.jornada.com.mx/2024/11/25/

1. Especificaciones del periódico

- **Descripción:**Periódico regional que ofrece información crítica y plural sobre política, economía, cultura y sociedad en el estado de Morelos.
- **Formato:** Tabloide.
- **Dimensiones:** 29 × 38 cm.
- **Material de soporte:**Papel prensa.
- **Costo:** $10.00 por ejemplar impreso.
- **ISSN:** 0187-5509.
- **Canal de distribución:** Puestos de periódicos, suscripciones directas y en línea.

2. Perfil del usuario

- **Sexo:** Indistinto, sin distinción de género.
- **Edad:** Adultos jóvenes y adultos mayores (25–65 años).
- **Nivel socioeconómico:** Medio a medio-alto; lectores con educación superior y acceso a información crítica.
- **Profesión:** Universitarios, académicos, profesionistas, activistas, trabajadores del sector público y políticos.
- **Estilo de vida:** Interesados en la justicia social, la política local y nacional, y la cultura.
- **Gustos y preferencias:** Interés en noticias políticas, análisis económico, cultura, derechos humanos y temas comunitarios.

3. Diseño y estructura editorial

- **Estilos de párrafo:**Textos organizados en párrafos distribuidos en cuatro columnas, que se ajustan a la retícula modular del periódico.
- **Modulación y retícula:** Retícula modular organizada en cuatro columnas y 23 filas. Esto permite flexibilidad en la organización de los elementos visuales y textuales, sin perder la formalidad del formato periodístico.

Ventaja competitiva

Paso Libre Periódico se posiciona en un terreno prácticamente vacío dentro del campo editorial: el de las publicaciones impresas orientadas a acompañar procesos de alfabetización audiovisual desde una mirada pedagógica, comunitaria y no especializada. Su principal ventaja frente a otros periódicos o publicaciones de corte informativo radica en su propósito específico: no busca informar sobre la actualidad noticiosa, sino generar reflexión y acción educativa en torno al cine como herramienta de transformación social.

A diferencia de otras publicaciones existentes, dirigidas a públicos profesionales o cinéfilos especializados, *Paso Libre* utiliza un lenguaje cercano, directo y horizontal, pensado para acompañar el trabajo cotidiano de quienes educan y crean desde lo local.

El diseño editorial también constituye una fortaleza: se trata de un periódico claro y visualmente accesible, con una estructura flexible que permite organizar contenidos diversos sin perder unidad. A ello se suma su distribución gratuita, que elimina barreras económicas para su circulación y permite que llegue a quienes más lo necesitan. Finalmente, el hecho de que surja desde un colectivo con trayectoria en educación audiovisual, y no desde una empresa editorial o un medio de comunicación comercial, le aporta autenticidad, coherencia y una conexión real con su comunidad de lectores.

Esta ventaja se refuerza porque responde a las necesidades específicas de su público. Desde nuestra experiencia en el trabajo de campo, cada vez que nos acercamos a centros educativos o comunitarios constatamos que docentes y talleristas manifiestan su interés por integrar el cine en sus programas, no como mero entretenimiento, sino como una herramienta de reflexión, diálogo y desarrollo para los adolescentes. Sin embargo, se enfrentan a la falta de recursos adecuados: no saben dónde encontrar películas pertinentes, cómo abordarlas pedagógicamente, qué materiales existen para acompañar estos procesos ni qué estrategias aplicar para vincular el cine con la formación integral de sus estudiantes. Por ello, las propuestas que se ofrecen en este

periódico nacen de experiencias reales y de contextos comunitarios, y están diseñadas para adaptarse a distintas realidades educativas y servir como apoyo en estos procesos.

Concepto creativo

Nuestro concepto creativo se apoya en la idea de diseñar de manera sencilla sin perder funcionalidad, basándonos en un estilo de diseño simple, claro y directo. La propuesta visual se inspira en suplementos informativos contemporáneos, buscando un equilibrio entre organización y cercanía. El diseño apuesta por tipografías claras, jerarquías definidas y apoyos gráficos como fotografías, recuadros e infografías que orientan la lectura de manera accesible. La retícula modular permite combinar distintos géneros periodísticos con flexibilidad, evitando la rigidez habitual y manteniendo la coherencia en cada edición. La intención es que las personas adultas se acerquen sin sentir que se trata de un material exclusivo para expertos, sino que lo perciban como un recurso útil, comprensible y valioso para su trabajo con las adolescencias.

Figura 16. *Moodboard periodico* (2025).



Nota. Elaboración propia.

A diferencia de los medios comerciales, *Paso Libre Periódico*, más que informar sobre la actualidad, busca sensibilizar y ofrecer recursos prácticos que puedan aplicarse en talleres, aulas y entornos familiares. En este sentido, cada edición comunica tanto por su contenido como por su estética, consolidándose como un acompañante en la tarea de fortalecer la alfabetización audiovisual y la identidad comunitaria.

Estructura

Planteada como una publicación mensual, de entre 8 y 12 páginas, organizada en bloques. Cada edición conserva un orden fijo que facilita la lectura: portada, sección editorial, notas principales, colaboraciones comunitarias y apartados de recursos pedagógicos. Esta organización permite que el lector ubique con rapidez los contenidos y los use como apoyo en su trabajo cotidiano. La estructura también favorece la inclusión de cápsulas breves y guías rápidas, pensadas para que docentes y talleristas puedan aplicarlas de manera inmediata en aulas y talleres.

Contenidos

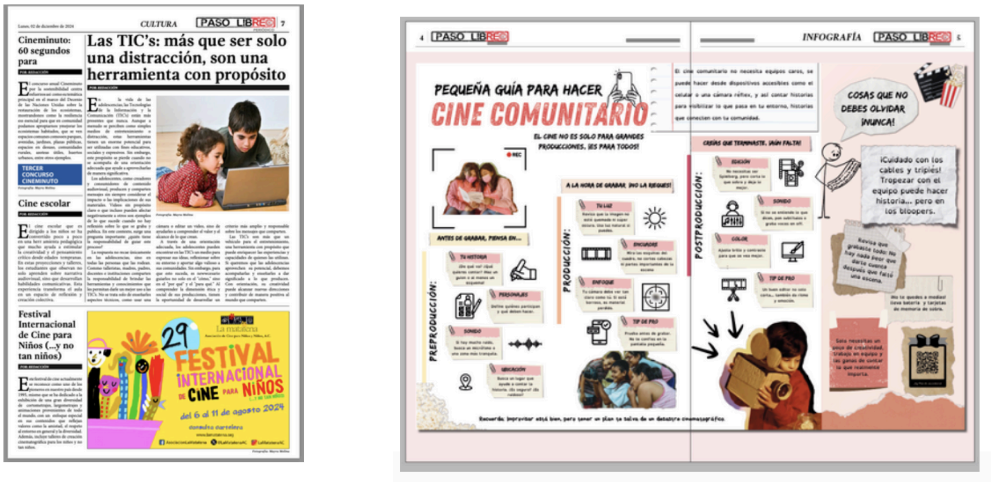
Todos los textos de *Paso Libre Periódico* están pensados para apoyar la práctica docente y comunitaria desde un enfoque audiovisual, aportando ideas, recursos y reflexiones que puedan aplicarse en el aula, en talleres o en proyectos culturales. La publicación combina géneros periodísticos tradicionales con materiales pedagógicos, de manera que la lectura resulte útil, clara y dinámica para su público.

Entre sus secciones destacan las infografías, que resumen conceptos clave de forma visual y accesible; las columnas de opinión, donde especialistas y docentes comparten experiencias y propuestas; y los reportajes, que documentan iniciativas sociales y comunitarias vinculadas con el cine, tanto desde su consumo como desde su creación, así como con la educación audiovisual. También se incluyen entrevistas a actores locales de la educación y la cultura, así como apartados dedicados a la difusión

cultural, en los que se promueven actividades, cineclubes, festivales y espacios de formación audiovisual.

De esta manera, el periódico articula información y práctica pedagógica, ofreciendo a su público un recurso de consulta constante que combina actualidad comunitaria, reflexión crítica y herramientas aplicables en la formación de adolescentes.

Figura 17. *Ejemplo del contenido de la revista* (2025).



Nota. Elaboración propia.

Formato

La publicación de este periódico será en formato tabloide (27.94 × 43.18 cm), para facilitar la lectura y permitir distribuir amplios volúmenes de texto acompañados de imágenes. Cada edición impresa se realizará en papel prensa, un material accesible que permite mantener una buena legibilidad sin encarecer los costos de producción.

La periodicidad será mensual, lo que permitirá actualizar los contenidos sin perder la posibilidad de una planificación editorial cuidadosa. La impresión será a color, aprovechando una paleta cromática amplia que refuerza la claridad visual y diferencia

las secciones. El periódico conservará el sistema de unión tradicional de la prensa, sin recurrir a grapas ni encuadernaciones adicionales, mediante el plegado de las hojas. Este sistema facilita su manejo y distribución gratuita en escuelas, centros culturales y espacios comunitarios.

Retícula

La retícula utilizada es modular y está compuesta por 12 columnas, lo que permite organizar la información de manera flexible sin perder coherencia visual. Esta estructura posibilita trabajar con disposiciones de tres o cuatro columnas, adaptándose al tipo de contenido en cada página: desde textos largos hasta recuadros breves, entrevistas, infografías o imágenes de apoyo.

Figura 18. *Medidas de retícula en el periodico* (2025).



Nota. Elaboración propia.

El uso de esta retícula responde a la necesidad de mantener un orden claro en la publicación sin caer en la rigidez de los periódicos tradicionales. Al contrario, su flexibilidad favorece la inclusión de materiales pedagógicos, secciones comunitarias y recursos gráficos que requieren distintas jerarquías visuales. De esta forma, cada edición puede presentar diversidad de géneros y formatos, manteniendo siempre una unidad editorial.

Figura 19. *Disposición de los elementos sobre la retícula* (2025).



Nota. Elaboración propia.

Tipografía

La selección tipográfica se realizó con el objetivo de transmitir seriedad al producto sin perder cercanía con su público. Para ello, se eligieron dos familias tipográficas que se complementan en diseño, creando equilibrio: Gandhi Serif, con serifas marcadas que aportan peso y formalidad en los títulos, y Minion Pro, con serifas más sutiles y estilizadas, que favorece la legibilidad en los cuerpos de texto.

Gandhi Serif fue diseñada por Cristóbal Henestrosa, Raúl Plancarte, David Kimura y Gabriela Varela, por encargo de Librerías Gandhi, y lanzada en 2012. Su diseño buscó combinar legibilidad y personalidad visual, mediante formas distintivas y una altura de x generosa que permite que los caracteres se perciban más grandes en un mismo puntaje. La familia Gandhi se compone de dos subfamilias: Gandhi Serif, con remates, y Gandhi Sans, sin remates. Además, cuenta con cuatro variantes: Regular, Italic, Bold y Bold Italic, y se desarrolló para funcionar tanto en aplicaciones publicitarias como en distintos entornos de uso editorial (Henestrosa, 2024, p. 22).

Por su parte, Minion fue diseñada por Robert Slimbach y lanzada en 1990. Su diseño se inspira en las tipografías de los libros del Renacimiento y en la tradición caligráfica, retomando las formas de las letras manuscritas y de los primeros tipos de metal. A diferencia de una adaptación de tipos históricos, fue creada desde cero para la composición tipográfica digital, combinando una apariencia clásica con características que favorecen su reproducción en los medios impresos y digitales. En 2000, Adobe publicó Minion Pro, una evolución que incorporó las posibilidades del formato OpenType y amplió las opciones tipográficas de la familia (Adobe, s. f.).

En los títulos principales se utiliza Gandhi Serif (Bold) a 44 pt, mientras que en los títulos secundarios se emplea la misma familia en 25 pt. Para identificar las secciones, se recurre a Gandhi Serif (Bold Italic) a 26 pt, lo que genera variedad y dinamismo dentro de la jerarquía editorial. Los detalles también utilizan Gandhi Serif (Bold Italic) a 9 pt, aportando continuidad en elementos de menor tamaño. En los cuerpos de texto se

emplea Minion Pro Regular a 12 pt, cuya composición permite una lectura fluida en artículos, entrevistas y reportajes.

El contraste entre Gandhi Serif y Minion Pro no solo ordena la jerarquía tipográfica, sino que cumple una función simbólica: enfatizar que se trata de un periódico. Aunque la temática está centrada en educación audiovisual y puede percibirse como menos formal, la tipografía aporta el grado de seriedad necesario para que el formato sea reconocido como prensa escrita. De esta forma, se equilibra el carácter visual más dinámico de las imágenes e infografías con la formalidad tipográfica, logrando que la publicación sea tomada en serio sin dejar de ser accesible y cercana a su comunidad.

Figura 20. *Ejemplo de la tipografía* (2025).



Lunes, 02 de diciembre de 2024 CULTURA PASO LIBRE PERIÓDICO 7

Cineminuto: 60 segundos para expresar

POR: REDACCIÓN

El concurso anual Cineminuto por la sostenibilidad centra esfuerzos así como su temática principal en el marco del Decenio de las Naciones Unidas sobre la restauración de los ecosistemas, mostrandonos como la resiliencia esi esencial para que en comunidad podamos apropiarnos ymejorar los ecosistemas habitados, que se ven espacios comunes comooen parques, avenidas, jardines, plazas públicas, espacios en desuso, comunidades rurales, azoteas útiles, huertos urbanos, entre otros ejemplos.

TERCER CONCURSO CINEMINUTO

Cine escolar

POR: REDACCIÓN

Las TIC's: más que ser solo una distracción, son una herramienta con propósito

POR: REDACCIÓN

En la vida de las adolescencias, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) están más presentes que nunca. Aunque a menudo se perciben como simples medios de entretenimiento o distracción, estas herramientas tienen un enorme potencial para ser utilizadas con fines educativos, sociales y expresivos. Sin embargo, este propósito se pierde cuando no se acompaña de una orientación adecuada que ayude a aprovecharlas de manera significativa.

Los adolescentes, como creadores y consumidores de contenido audiovisual, producen y comparten mensajes sin siempre considerar el impacto o las implicaciones de sus materiales. Videos sin propósito claro o que incluso pueden afectar negativamente a otros son ejemplos

Uso	Familia tipográfica	Variante	Tamaño
Títulos principales	Gandhi Serif	Bold	44 pt
Títulos secundarios	Gandhi Serif	Bold	25 pt
Secciones	Gandhi Serif	Bold Italic	26 pt
Detalles	Gandhi Serif	Bold Italic	9 pt
Textos	Minion Pro	Regular	12 pt

Nota. Elaboración propia.

Paleta de colores

La selección cromática de nuestro producto *Paso Libre Periódico* responde tanto a las características de su público objetivo como a la necesidad de mantener una identidad visual coherente con el resto de las publicaciones que conforman este proyecto. Recordemos que nuestro periódico está dirigido a docentes, talleristas, promotores culturales y otros adultos interesados en incorporar nuevas herramientas para la

alfabetización audiovisual en sus espacios educativos y sociales. Por ello, era necesario encontrar un equilibrio entre la seriedad propia de un medio informativo y el perfil creativo y participativo de los lectores a quienes se dirige.

Figura 21. *Ejemplo del uso de la paleta de colores* (2025).



Nota. Elaboración propia.

Por esta razón, dividimos la paleta cromática en dos grupos. Por un lado, están los colores identitarios de *Paso Libre*, presentes en su logotipo: rojo, negro, gris y blanco como fondo, que constituyen la base visual de la publicación. Estos colores aportan formalidad y permiten que el periódico mantenga una apariencia sólida y profesional, sin alejarse de la personalidad cercana y comunitaria que caracteriza al colectivo. Por otro lado, tenemos los colores utilizados en el contenido visual del proyecto general, basados en una gama viva y luminosa compuesta por rojo, naranja, amarillo, verde y cian. Así logramos construir una propuesta visual equilibrada que dialogue con un público adulto creativo, interesado en la educación, la cultura y la participación comunitaria.

A diferencia de la revista, donde estos colores aparecen principalmente en ilustraciones, fondos y actividades, en el periódico se integran a través de recursos gráficos, infografías y fotografías que reciben un tratamiento cromático común. Esto permite reforzar los tonos presentes en la identidad visual del proyecto y generar una mayor cohesión entre las imágenes y el resto de los elementos editoriales. De esta manera, las fotografías contribuyen activamente a la construcción de la identidad gráfica de la publicación, sin comprometer la claridad informativa propia del formato periodístico.

Conclusiones

Paso Libre Periódico surge como respuesta a una necesidad concreta: contar con un material editorial que acompañe a las personas involucradas con los procesos formativos de las adolescencias en la tarea de integrar el cine y la alfabetización audiovisual en sus contextos. Su mayor fortaleza radica en diferenciarse de los periódicos comerciales al plantearse como un recurso accesible, pensado para generar reflexión, participación y acción.

El diseño editorial se convierte en la herramienta que garantiza esta competitividad, ya que aporta claridad, flexibilidad y coherencia gráfica, integrando elementos del diseño: tipográficos, cromáticos y de retícula que equilibran formalidad y cercanía. Cada detalle visual se complementa con los contenidos para asegurar que la publicación sea comprendida, valorada y utilizada por su público meta.

De esta manera, el periódico no solo responde a las expectativas iniciales, sino que se posiciona como un producto comunitario con identidad propia, capaz de mejorar la competitividad de las publicaciones locales y consolidarse como un recurso clave para la alfabetización audiovisual y la transformación social en contextos comunitarios.

CAPÍTULO 3: Libro

¿Qué es el libro?

El libro puede definirse como una obra científica, literaria o de cualquier tipo, presentada en un volumen que puede estar impreso o manuscrito y que se distingue por su permanencia en el tiempo (Real Academia Española [RAE], s.f.). En esta misma línea, Guerrero Reyes (2016) señala que el libro es una publicación impresa que reúne contenidos de carácter informativo y no publicitario, y que funciona como material de apoyo por la variedad de información y temas que puede abordar, incluidos distintos géneros literarios (p. 40)

Desde la perspectiva del diseño editorial, el libro es considerado uno de los productos más complejos, ya que en él confluyen elementos de diseño, tipografía, estructura y soporte material, cuya elaboración exige un equilibrio entre funcionalidad y estética. Como explica De Buen (2003) “La mayoría de los libros se compaginan según una serie de reglas, costumbres y convenciones que se observan internacionalmente. A veces se pueden ver algunas ligeras variantes que, por lo general, están destinadas a reducir los costos de producción” (p. 351).

El libro puede presentarse en formato físico, encuadernado y con forros, o en formato digital, como ocurre con los *ebooks*. Existen múltiples géneros y cada uno se compone de elementos particulares que, desde el diseño editorial, deben trabajarse para lograr tanto la estética como la funcionalidad. Según Piccolini (2019), la UNESCO definió en 1964 al libro como “una publicación impresa no periódica que debe tener al menos 49 páginas, sin contar las cubiertas” (p. 8). Sin embargo, este criterio puede resultar limitado, ya que en la práctica existen libros infantiles o de artista que, a pesar de tener menos páginas, cumplen con las funciones culturales y comunicativas propias de un libro.

Finalmente, Chartier (2017) plantea que el libro no es solo un contenedor de textos, sino también un objeto cultural que organiza la lectura y condiciona la manera en que circula el conocimiento. De esta manera, puede entenderse que un libro reúne

dimensiones materiales, comunicativas, culturales y de diseño, lo que lo convierte en uno de los productos editoriales más representativos de la historia de la publicación escrita.

Historia

La historia del libro está marcada por transformaciones técnicas y culturales que reflejan los cambios en las formas de registrar y transmitir el conocimiento. Sus primeros antecedentes se encuentran en soportes como las tablillas de arcilla, los papiros egipcios y los pergaminos, hasta llegar al códice, surgido hacia el siglo IV, que sustituyó al rollo y sentó las bases del libro moderno. Un hito fundamental fue la invención del papel en China, hacia el año 105 d. C., atribuida a Cai Lun, que facilitó la circulación de textos al ofrecer un material más económico y manejable para la escritura.

Más tarde, en el siglo XV, Johannes Gutenberg revolucionó la producción de libros con la imprenta de tipos móviles, que permitió la reproducción de textos a mayor escala, redujo los costos y los tiempos de elaboración y amplió el acceso al conocimiento. Durante los siglos XVIII y XIX, la Revolución Industrial impulsó la mecanización de la imprenta, el uso masivo del papel y la expansión de las colecciones populares, consolidando al libro como un producto cultural accesible para sectores cada vez más amplios de la sociedad.

En la actualidad, con la digitalización y la aparición de los libros electrónicos, el libro se ha transformado en un objeto que convive en formatos impresos y digitales, reafirmando su carácter cultural y su constante evolución.

Descripción

REC: El manual de los directores es un libro educativo e interactivo diseñado para adolescentes que desean acercarse al mundo del cine desde una perspectiva práctica, expresiva y comunitaria. Como explica Guerrero Reyes (2016), “el libro es considerado un material de apoyo por su variedad de información y sus diferentes temas a tratar” (p. 40). En ese sentido, este proyecto se plantea como una herramienta para acompañar procesos de formación audiovisual en talleres, escuelas y espacios colectivos, donde los jóvenes puedan reconocerse como creadores de historias y agentes de transformación en sus entornos más cercanos.

Figura 22. *Elaboración e implementación del manual* (2025).



Nota. Elaboración propia.

Este manual no parte de cero, sino que surge a partir de un cuadernillo elaborado de manera artesanal y distribuido gratuitamente, que ya ha sido trabajado y validado en experiencias reales dentro de los talleres de creación audiovisual del colectivo *Paso Libre*. Durante esos procesos, el material fue bien recibido por los adolescentes,

quienes lo adoptaron como propio, lo llevaban consigo, lo intervenían y lo convertían en una extensión de su proceso creativo. Sin embargo, el diseño original carecía de una estructura editorial sólida, de recursos gráficos integradores y de un enfoque narrativo que sostuviera toda la experiencia de lectura.

Por eso, este proyecto busca rediseñar ese material manteniendo su esencia, pero dándole una forma editorial más cuidada, atractiva y competitiva. La propuesta incluye la reorganización de contenidos, el fortalecimiento de su narrativa visual y el desarrollo de secciones dinámicas que permitan al lector aprender explorando y reflexionando sobre sus propios relatos. El enfoque se centrará especialmente en la creación de documentales experimentales autobiográficos, como una forma accesible y poderosa de contar lo que se vive, se piensa y se sueña desde lo cotidiano.

El nombre del libro, *REC*, hace referencia al símbolo universal de grabación que aparece en la pantalla de las cámaras. Su elección no es casual: señala el momento en que se decide capturar algo importante, cuando se activa la mirada y se transforma en historia. Además, se vincula gráficamente con la identidad visual del colectivo *Paso Libre*, ya que parte de una adaptación de su logotipo, en la que se destaca la palabra REC en color rojo. Este vínculo no solo es estético, sino también simbólico: grabar es dejar huella, participar y narrar desde lo propio.

Figura 23. *Logotipo libro* (2025).



Nota. Elaboración propia.

Objetivos específicos

- Facilitar la educación audiovisual y el acercamiento al cine entre adolescentes mediante un libro interactivo con una perspectiva expresiva y comunitaria.
- Brindar herramientas prácticas para que los jóvenes puedan planear, grabar y compartir sus propias historias a través del cine.
- Fomentar la exploración personal y social.
- Promover el pensamiento crítico de los adolescentes al crear y consumir contenidos audiovisuales mediante ejercicios lúdicos vinculados al cine.
- Crear una herramienta de apoyo para los talleristas de cine comunitario.

Productos similares

Para establecer un punto de comparación y evaluar la capacidad competitiva de nuestra propuesta, se revisaron distintos materiales editoriales relacionados con el cine. Los libros existentes se sitúan en dos extremos: por un lado, textos demasiado técnicos, dirigidos a profesionales del cine o estudiantes universitarios, que resultan poco prácticos para un primer acercamiento; y, por otro, publicaciones excesivamente infantiles, centradas en el juego, pero sin ofrecer una verdadera profundidad formativa.

Figura 24. *Productos similares* (2025).

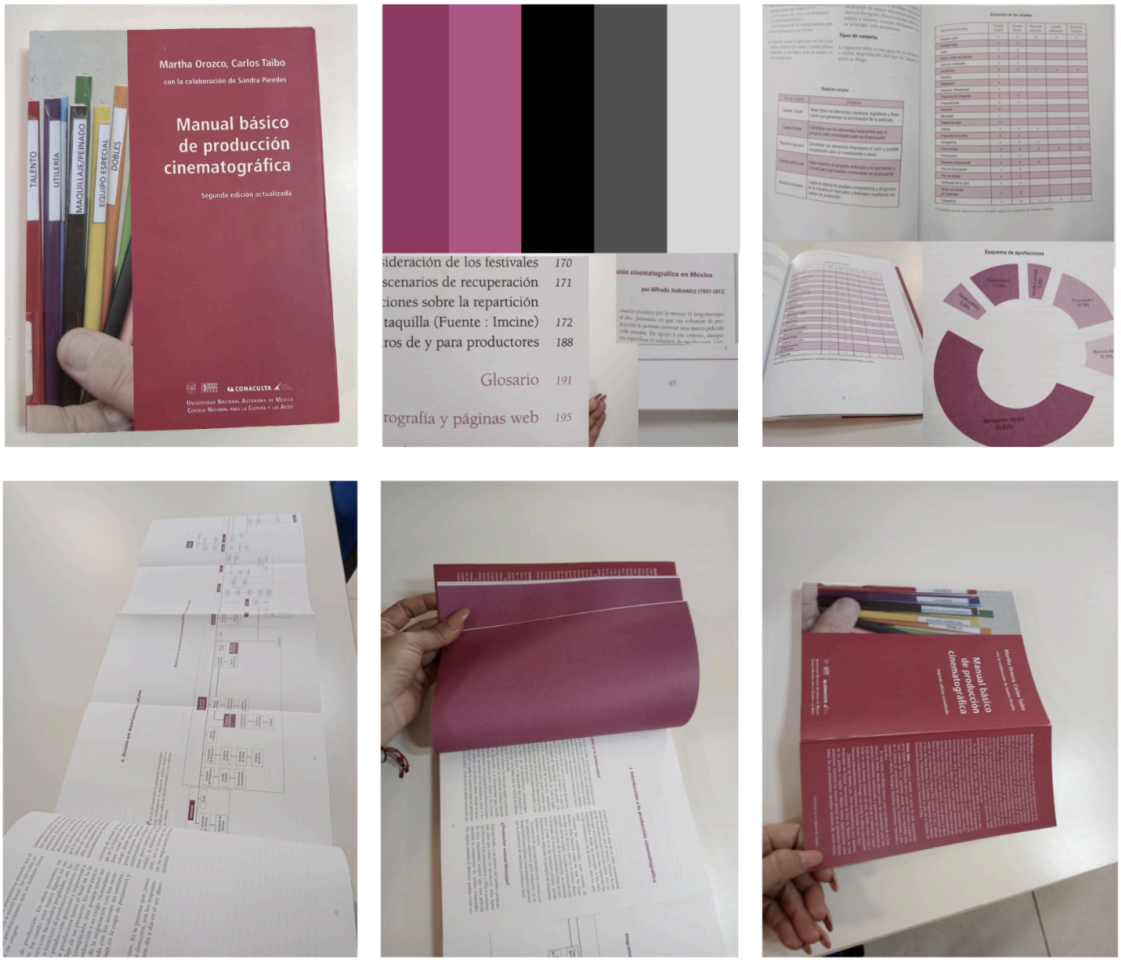


Nota. Elaboración propia.

También se identificaron enciclopedias de cine con información valiosa, aunque poco funcionales para talleres o espacios de grabación debido a su tamaño, formato y nivel

de complejidad. Entre los materiales revisados, el *Manual básico de producción cinematográfica* resultó ser el más cercano a nuestros objetivos. Aunque no está orientado específicamente a adolescentes, se distingue por su diseño limpio, su lenguaje relativamente accesible y su estructura clara. Además, cuenta con un formato físico resistente, con pastas duras plastificadas, que lo convierte en un material adecuado para acompañar procesos activos en campo, característica que consideramos relevante para nuestro propio manual.

Figura 25. *Análisis del producto de referencia* (2025).



Nota. Elaboración propia.

1. **Especificaciones del libro**

Descripción: Manual técnico que establece procesos y metodologías para la organización y desarrollo de la producción cinematográfica.

- **Formato:** Impreso.
- **Dimensiones:** 23 cm x 17 cm.
- **Material de Soporte:** Papel bond grueso de alta durabilidad, resistencia al uso.
- **Encuadernación:** Pegada.
- **Acabado de Cubierta:** Mate, con plastificado.
- **Costo:** $300
- **ISBN:** 9786070258251
- **Canal de Distribución:** Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC).

2. **Perfil del usuario**

- **Sexo:** Indistinto, no marcado hacia un género en específico.
- **Edad:** 18-25 años (etapa formativa).
- **Nivel Socioeconómico:** Medio-bajo; el manual es de costo accesible para estudiantes.
- **Profesión:** cineastas
- **Estilo de Vida:** Estudiantes de cine.
- **Gustos y Preferencias:** Educación y cine.

3. **Diseño y estructura editorial**

- **Estilos de Párrafo:** Texto en párrafos breves, dispuesto en dos columnas
- **Modulación y Retícula:** Disposición en dos columnas con seis módulos, distribuidos en 42 líneas por página. La retícula tiene una ligervariabilidad, pues las líneas de texto en la columna izquierda no siempre se alinean

perfectamente con las de la columna derecha (pág. 131), aunque mantiene una estructura general legible.

- **Margen y Medianil:**

  -Exterior: 2.0 cm

  -Interior (lomo): 2.5 cm (puede percibirse como menor debido al pliegue central)

  -**Superior:** 3 cm, donde se ubica el encabezado.

  -**Inferior:** 2.0 cm.

  -**Medianil:** Generoso, de 0.5 cm.

- **Elementos de Marca Gráfica:** Faja superior en rosa con tipografía serif delgada, numeración en la parte inferior centrada, con la misma tipografía de la faja superior.
- **Paleta Cromática:** Rosa, gris y negro.
- **Forros:** Elaborados en papel grueso con acabado mate y solapas.
- **Tipografías Utilizadas:**

  - **Títulos:** Estilo tipográfico sin patines.
  - **Texto corrido:** con patines; detalles en cursiva, con color en títulos y subtítulos negritas.

Ventaja competitiva

La principal ventaja de nuestro libro es que existen muy pocas publicaciones que aborden el tema de la educación audiovisual, y aún menos desde una perspectiva comunitaria. Esta escasez evidencia un vacío en el mercado editorial que nuestro proyecto busca atender. A diferencia de los productos mencionados, el manual se posiciona en un espacio aún desatendido: el de los adolescentes que ya graban con

sus celulares y consumen y producen contenido audiovisual de manera constante, pero que carecen de herramientas para hacerlo de forma crítica y reflexiva. Esta carencia no solo representa una oportunidad editorial, sino también un problema en términos formativos, ya que, sin educación audiovisual, difícilmente podrán analizar lo que ven, lo que hacen y lo que comparten.

Además, es importante reconocer que en esta etapa los adolescentes suelen rechazar lo que perciben como una imposición escolar. Por ello, el manual se concibe como una herramienta extracurricular, cercana, divertida y no intimidante, que dialogue en su propio lenguaje sin subestimar su capacidad creativa. Esa es una de sus principales ventajas: crear un libro que quieran usar, no que se vean obligados a usar.

El proyecto se diferencia también por su enfoque comunitario y participativo, ya que no solo transmite conocimientos, sino que invita a crear desde la colectividad, reconociendo el valor de la colaboración en los procesos de aprendizaje. Asimismo, atiende a un público frecuentemente olvidado: los adolescentes, hablándoles en su propio lenguaje y respetando su capacidad crítica y creativa.

En términos visuales, propone un diseño dinámico y atractivo que, lejos de intimidar, motiva a la lectura y a la práctica, acompañado de recursos gráficos que facilitan la comprensión. A esto se suma su acceso gratuito, posible gracias al apoyo de instituciones y patrocinios, lo que elimina barreras económicas y facilita que el material llegue a quienes más lo necesitan. Finalmente, fomenta la creatividad y la reflexión, sin limitarse a informar, pues propone espacios de intervención directa en sus páginas que fortalecen el sentido de pertenencia y permiten que cada lector lo haga suyo.

En conjunto, estas características convierten al manual en una propuesta editorial con potencial competitivo, pertinente para el contexto comunitario al que está dirigido.

Concepto creativo

El concepto creativo de *REC: El manual de los directores* parte de la necesidad de ofrecer a los adolescentes una herramienta editorial flexible, participativa y cercana, que los invite a crear cine desde sus propios recursos y contextos comunitarios. A diferencia de un libro de texto rígido, esta propuesta busca que el diseño y los recursos gráficos transmitan dinamismo y permitan al lector intervenir el material, apropiarse de él y transformarlo en parte de su experiencia de aprendizaje.

El diseño se inspira en el lenguaje del cine comunitario y en la estética experimental de los talleres juveniles, donde conviven diagramas, esquemas narrativos, fotografías y ejemplos prácticos. Se plantea un estilo visual híbrido que combina la claridad de un manual con el atractivo gráfico propio de un cuaderno de trabajo. Por ello, las páginas alternan entre información teórica, ejercicios prácticos y espacios para la reflexión, buscando que cada lector sea también protagonista de la construcción del conocimiento.

Figura 26. *Moodboard periodico* (2025).



Nota. Elaboración propia.

Estructura

Un buen diseño estructural no solo organiza el producto editorial, sino que también define la manera en que el público se relaciona con el material. En este caso, la propuesta busca ofrecer una ruta clara, progresiva y, al mismo tiempo, flexible, que acompañe a los adolescentes en el proceso de creación cinematográfica, desde la primera idea hasta la reflexión final.

El libro está conformado por 126 páginas distribuidas en 10 capítulos, organizados en cinco secciones que reflejan las etapas esenciales de una producción audiovisual: introducción, preproducción, producción, postproducción y una bitácora de cierre. Esta división permite que el lector siga un recorrido lógico y completo, desde la conceptualización inicial hasta la evaluación de la experiencia, logrando que el manual funcione como una guía práctica y accesible.

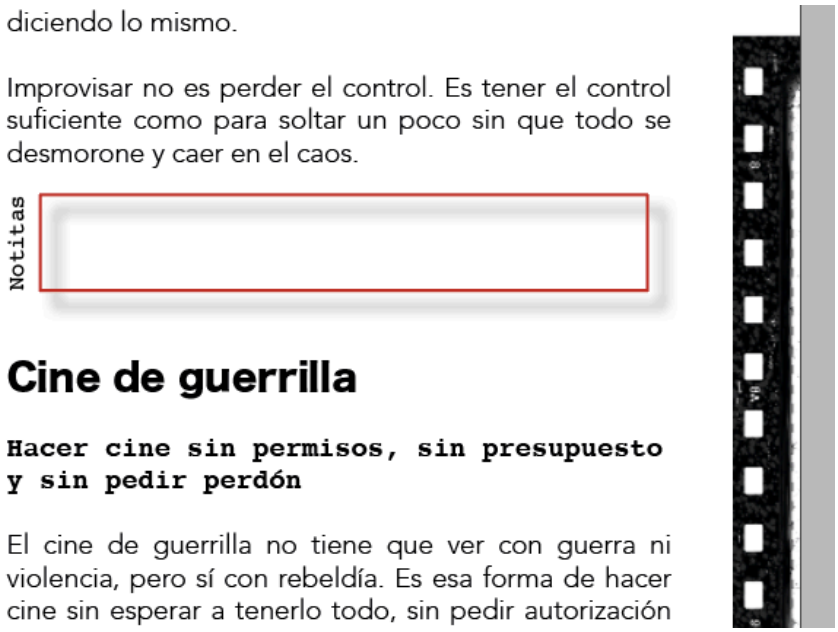
Figura 27. *Personajes del libro* (2025).



Nota. Elaboración propia.

Cada capítulo combina explicaciones teóricas con ejemplos concretos, ilustraciones y consignas de trabajo. El texto no se limita a presentar contenidos de manera académica, sino que introduce un grupo de personajes narradores que acompañan la lectura y refuerzan la cercanía con el público adolescente. De esta manera, se construye un tono conversacional y dinámico que evita que el manual se perciba rígido o intimidante.

Figura 28. *Áreas para notas* (2025).



Nota. Elaboración propia.

Además, el libro incorpora áreas para notas distribuidas a lo largo de todo el material, con tres o cuatro recuadros por capítulo. Estos espacios, identificados con la palabra *notitas*, ofrecen aproximadamente tres renglones donde el lector puede realizar anotaciones rápidas. Su función es invitar a escribir ideas emergentes, reflexiones o

activaciones creativas que surgen en el momento de la lectura, reforzando así la interacción con el manual y el carácter participativo de la propuesta.

La estructura también integra actividades prácticas diseñadas para realizarse tanto de manera individual como colectiva. Estas propuestas estimulan habilidades vinculadas al quehacer audiovisual, como la observación, el análisis, la planificación narrativa, la composición visual, el trabajo en equipo y la reflexión crítica sobre el consumo y la producción de imágenes. Así, cada capítulo no solo transmite información, sino que abre espacios para experimentar, reflexionar y poner en práctica lo aprendido.

En conjunto, esta organización permite equilibrar información, narración y práctica, ofreciendo continuidad en el aprendizaje sin perder la flexibilidad necesaria para que los adolescentes adapten el contenido a sus propios intereses y contextos. El libro se convierte, de este modo, en una herramienta editorial que guía, inspira y, al mismo tiempo, se deja intervenir por quienes lo usan.

Contenidos

El libro se organiza en capítulos que funcionan como una ruta narrativa y formativa, en la que los personajes acompañan al lector en un proceso que va de la idea inicial a la difusión de un cortometraje terminado. Cada apartado equilibra un tono accesible y juvenil con información útil para adolescentes interesados en iniciarse en la creación audiovisual. El carácter de los contenidos es variado: informativo, cuando se explican los conceptos básicos del cine; lúdico, al incorporar ejemplos, dinámicas y actividades; reflexivo, al invitar a pensar en la comunidad y en las experiencias personales; y práctico, al proponer ejercicios que pueden aplicarse de manera inmediata en proyectos sencillos.

Los capítulos de esta propuesta son:

1. **El cine, mucho más que ver pelis:** Introducción a lo que significa hacer cine, sus formas y orígenes.
2. **De la idea al guion: contando lo que importa:** Cómo transformar una idea en una historia escrita.
3. **Lenguaje cinematográfico y herramientas técnicas:** Encuadres, planos, luz y sonido como formas de narrar.
4. **Cine con lo que hay:** Equipos y trucos sin presupuesto; cómo aprovechar los recursos disponibles, desde celulares hasta focos caseros.
5. **Antes de gritar ¡acción! (Preproducción):** Storyboard, plan de rodaje, casting y organización.
6. **Rodando: grabar sin perder la cabeza (Producción):** Consejos para grabar de manera organizada y segura.
7. **Edición y post (Postproducción):** Cortar, montar, añadir música y trabajar el ritmo narrativo.
8. **Que todos lo vean: la difusión:** Cómo proyectar, compartir en redes o realizar funciones comunitarias.
9. **Última toma:** Reflexión motivacional sobre el cine como proceso y herramienta de transformación, así como una invitación a desarrollar futuros proyectos.
10. **Bitácora creativa:** Espacio libre para notas, dibujos, ideas y registro personal del lector.

Estos contenidos se complementan con recursos que enriquecen la experiencia de aprendizaje y facilitan la comprensión. Entre ellos se incluyen una infografía anexa, códigos QR que conducen a videos, ejercicios y ejemplos de cortometrajes, así como imágenes e ilustraciones de los personajes que acompañan la lectura.

El estilo textual se caracteriza por utilizar un lenguaje conversacional, cercano y motivador. Los diálogos y las explicaciones están diseñados como si los personajes hablaran directamente con el lector, evitando tecnicismos innecesarios y proponiendo

un tono ágil que se asemeja a una conversación entre pares. Esto contribuye a que los conceptos se comprendan con mayor facilidad y a que el lector se sienta acompañado durante el proceso.

La conexión con el público meta se da en varios niveles. En primer lugar, se parte de las herramientas que los adolescentes ya conocen y utilizan, como los teléfonos celulares, las aplicaciones de edición y las redes sociales. A partir de ahí, se construyen nuevas formas de explorar el cine, invitándolos a verlo no solo como entretenimiento, sino también como una herramienta de expresión y transformación personal y comunitaria. Además, cada capítulo incluye actividades que evitan la rigidez académica y buscan convertirse en espacios de juego y exploración. De esta forma, los contenidos del libro buscan acercarse al público adolescente.

Formato

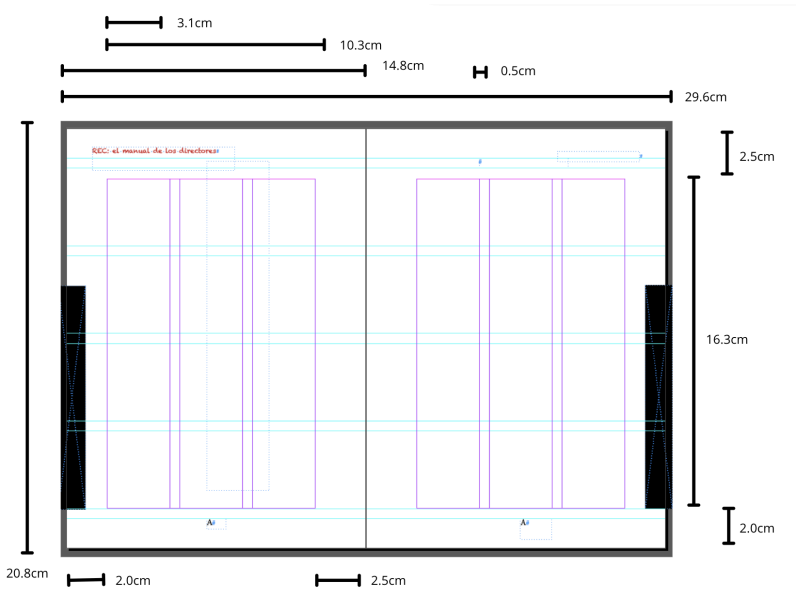
El libro *REC: El manual de los directores* tiene un formato de 14.8 × 20.8 cm por página, que al abrirse alcanza unas dimensiones de 29.6 × 20.8 cm. Está conformado por 126 páginas distribuidas en 10 capítulos. Para las páginas interiores se propone utilizar papel bond blanco de 90 g/m², una opción económica que ofrece una superficie clara para reproducir imágenes a color y permite realizar anotaciones durante las actividades.

Para la cubierta se propone utilizar cartulina sulfatada de 12 puntos, impresa a color con fondo negro y laminado mate. Esta elección busca ofrecer una presentación cuidada y resistente al uso frecuente, considerando que el manual está pensado para acompañar a los adolescentes durante talleres y actividades prácticas, por lo que deberá ser fácil de transportar y manipular. La cubierta se diseñará en una sola pieza, con solapas integradas y dobladas hacia el interior, de modo que estas formen parte del mismo material. De esta manera, se busca que el formato responda tanto a las necesidades prácticas del manual como a las condiciones económicas del proyecto.

Retícula

Para la organización visual del libro se eligió una retícula de tipo modular, ya que este sistema permite mayor flexibilidad al momento de integrar distintos tipos de contenidos: textos, imágenes, recuadros y otros elementos gráficos. La retícula está compuesta por tres columnas por página, de 3.1 cm cada una, separadas por medianiles de 0.5 cm, dentro de un área útil de 10.3 × 16.3 cm. Esta configuración asegura que cada página pueda ajustarse a las necesidades narrativas y visuales.

Figura 29. *Medidas de retícula en el libro* (2025).

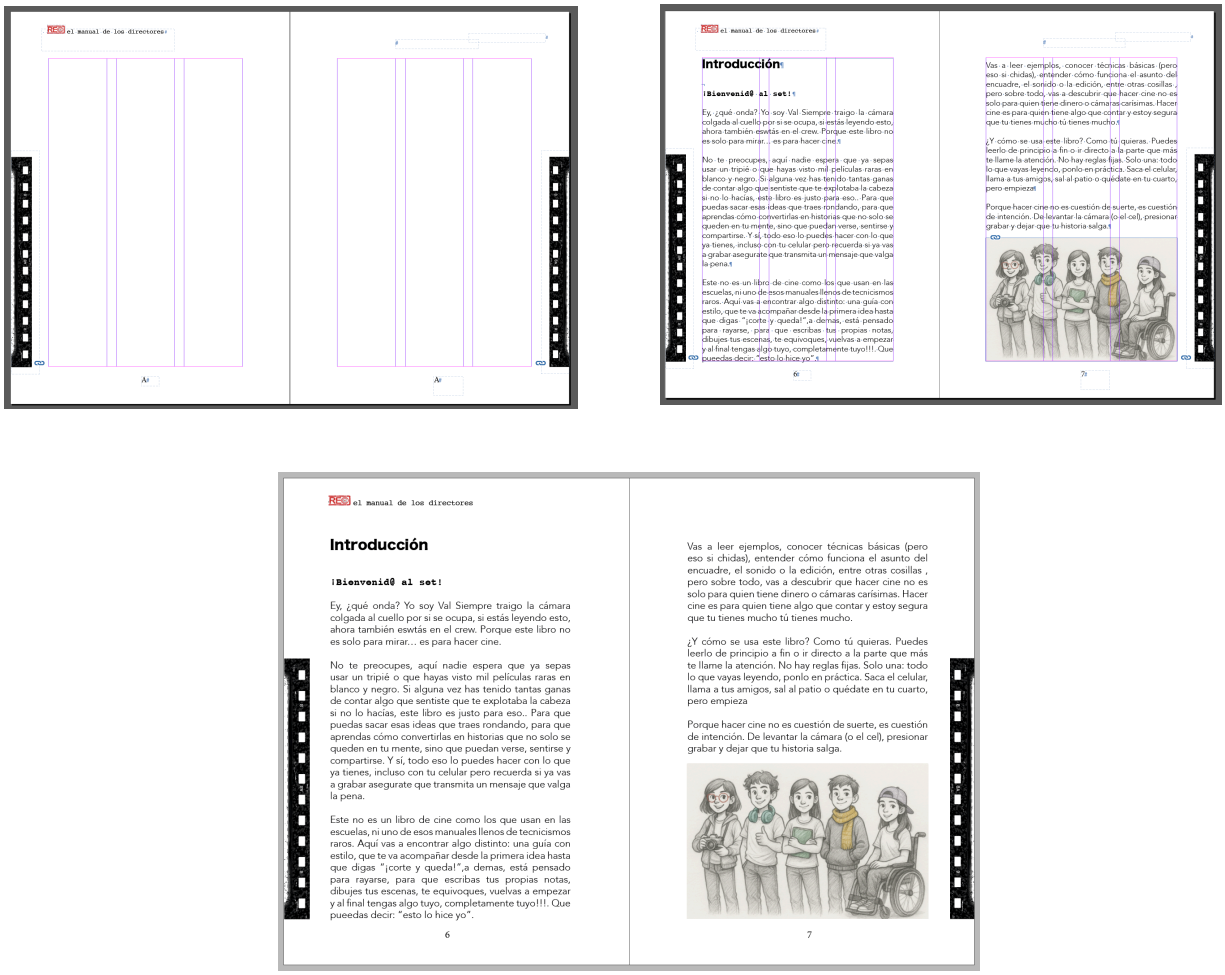


Nota. Elaboración propia.

En cuanto a las medidas, los márgenes se definieron de la siguiente manera: 2.5 cm en el margen superior, 2 cm en el margen inferior, 2.5 cm en el margen interior y 2 cm en el margen exterior, fijando el medianil en 0.5 cm. Estas proporciones fueron seleccionadas para otorgar suficiente aire visual alrededor del contenido, evitando la

saturación y favoreciendo una lectura cómoda. Además, la definición de los márgenes permite reservar espacios para numeración, títulos, encabezados o elementos gráficos secundarios sin interferir en el cuerpo principal del texto.

Figura 30. *Disposición de los elementos sobre la retícula* (2025).



Nota. Elaboración propia.

El uso de esta retícula modular permite mantener la coherencia visual a lo largo de toda la publicación. Al mismo tiempo, no se trata de un esquema rígido, ya que ofrece la posibilidad de variar el acomodo de textos e imágenes sin perder la unidad del diseño. De esta manera, el libro logra un balance entre atractivo gráfico y claridad

comunicativa, lo que refuerza tanto la identidad editorial como la experiencia de lectura del público meta.

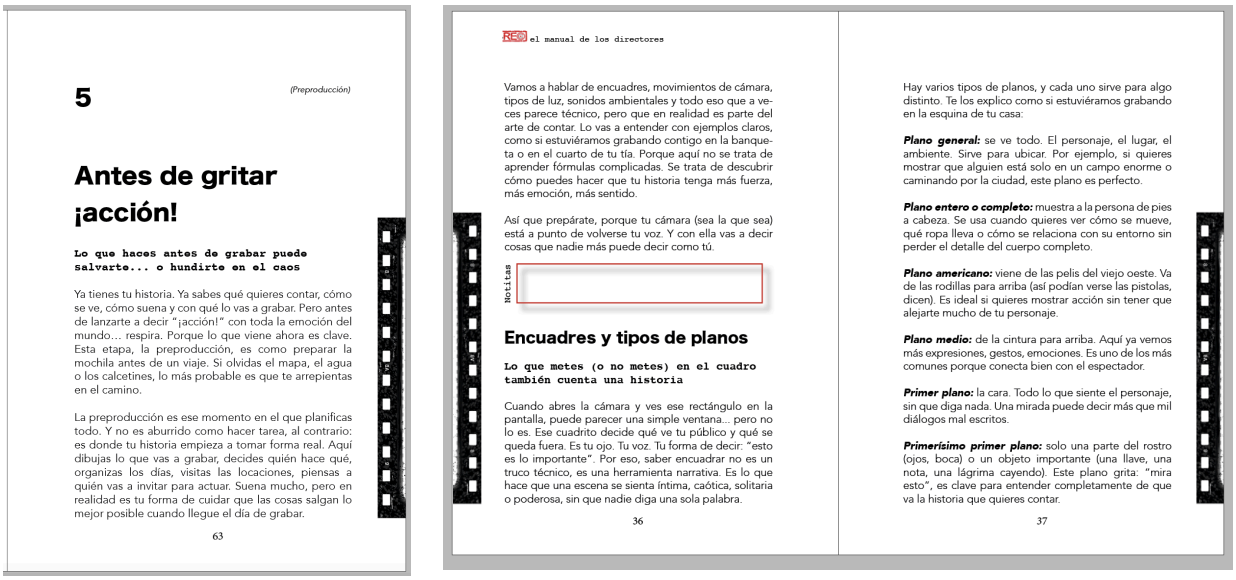
Tipografía

En el diseño de *REC: El manual de los directores* se utilizaron tres familias tipográficas principales: Hiragino Kaku Gothic, Avenir y Courier. Su elección responde a la necesidad de jerarquizar los distintos niveles de texto y equilibrar formalidad, claridad y un carácter visual que invite a intervenir el material. Cada familia cumple una función específica dentro de la composición, contribuyendo a organizar los contenidos.

Hiragino Kaku Gothic (W8) es una familia tipográfica sans serif desarrollada por la empresa japonesa SCREEN, que comenzó a trabajar en sus propias tipografías en 1990. Esta familia se diseñó para combinar formas contemporáneas con una estructura tradicional y una buena legibilidad en medios impresos y digitales. Una de sus características es la apertura de sus formas, resultado de la eliminación de las serifas en el lado derecho de los trazos, lo que genera una apariencia despejada y favorece la lectura (SCREEN GA, s. f.). Esta familia se utiliza en los títulos de los capítulos, en 24 pt, y en los subtítulos, en 16 pt. Su fuerza visual permite destacar los encabezados y establecer una jerarquía clara, lo que facilita la identificación de los temas y la navegación por el contenido.

En el caso de Avenir, una familia sans serif diseñada por Adrian Frutiger, este buscó reinterpretar las tipografías geométricas de principios del siglo XX. Para ello, incorporó rasgos humanistas que suavizan la geometría estricta y aportan naturalidad a sus formas. La familia cuenta con distintos grosores y variantes para responder a diversas necesidades de lectura y composición (Adobe, s. f.). En este caso, se emplea en los textos que requieren una lectura continua y fluida, con su variante Light, en 12 pt. En las secciones se utiliza Book Oblique, en 9 pt. Por último, en las palabras clave se emplea esta misma variante, en 12 pt. La combinación permite diferenciar los niveles de información, destacar conceptos relevantes y mantener una lectura clara y uniforme, adecuada para el público adolescente.

Figura 31. *Ejemplo de la tipografía* (2025).



5

(Preproducción)

Antes de gritar ¡acción!

Lo que haces antes de grabar puede salvarte... o hundirte en el caos

Ya tienes tu historia. Ya sabes qué quieres contar, cómo se ve, cómo suena y con qué lo vas a grabar. Pero antes de lanzarte a decir "¡acción!" con toda la emoción del mundo… respira. Porque lo que viene ahora es clave. Esta etapa, la preproducción, es como preparar la mochila antes de un viaje. Si olvidas el mapa, el agua o los calcetines, lo más probable es que te arrepientas en el camino.

La preproducción es ese momento en el que planificas todo. Y no es aburrido como hacer tarea, al contrario: es donde tu historia empieza a tomar forma real. Aquí dibujas lo que vas a grabar, decides quién hace qué, organizas los días, visitas las locaciones, piensas a quién vas a invitar para actuar. Suena mucho, pero en realidad es tu forma de cuidar que las cosas salgan lo mejor posible cuando llegue el día de grabar.

63

REC el manual de los directores

Vamos a hablar de encuadres, movimientos de cámara, tipos de luz, sonidos ambientales y todo eso que a veces parece técnico, pero que en realidad es parte del arte de contar. Lo vas a entender con ejemplos claros, como si estuviéramos grabando contigo en la banqueta o en el cuarto de tu tía. Porque aquí no se trata de aprender fórmulas complicadas. Se trata de descubrir cómo puedes hacer que tu historia tenga más fuerza, más emoción, más sentido.

Así que prepárate, porque tu cámara (sea la que sea) está a punto de volverse tu voz. Y con ella vas a decir cosas que nadie más puede decir como tú.

Notitas

Encuadres y tipos de planos

Lo que metes (o no metes) en el cuadro también cuenta una historia

Cuando abres la cámara y ves ese rectángulo en la pantalla, puede parecer una simple ventana... pero no lo es. Ese cuadrito decide qué ve tu público y qué se queda fuera. Es tu ojo. Tu voz. Tu forma de decir: "esto es lo importante". Por eso, saber encuadrar no es un truco técnico, es una herramienta narrativa. Es lo que hace que una escena se sienta íntima, caótica, solitaria o poderosa, sin que nadie diga una sola palabra.

36

Hay varios tipos de planos, y cada uno sirve para algo distinto. Te los explico como si estuviéramos grabando en la esquina de tu casa:

Plano general: se ve todo. El personaje, el lugar, el ambiente. Sirve para ubicar. Por ejemplo, si quieres mostrar que alguien está solo en un campo enorme o caminando por la ciudad, este plano es perfecto.

Plano entero o completo: muestra a la persona de pies a cabeza. Se usa cuando quieres ver cómo se mueve, qué ropa lleva o cómo se relaciona con su entorno sin perder el detalle del cuerpo completo.

Plano americano: viene de las pelis del viejo oeste. Va de las rodillas para arriba (así podían verse las pistolas, dicen). Es ideal si quieres mostrar acción sin tener que alejarte mucho de tu personaje.

Plano medio: de la cintura para arriba. Aquí ya vemos más expresiones, gestos, emociones. Es uno de los más comunes porque conecta bien con el espectador.

Primer plano: la cara. Todo lo que siente el personaje, sin que diga nada. Una mirada puede decir más que mil diálogos mal escritos.

Primerísimo primer plano: solo una parte del rostro (ojos, boca) o un objeto importante (una llave, una nota, una lágrima cayendo). Este plano grita: "mira esto", es clave para entender completamente de que va la historia que quieres contar.

37

Uso	Familia tipográfica	Variante	Tamaño
Títulos de capítulos	Hiragino Kaku Gothic	W8	24 pt
Subtítulos	Hiragino Kaku Gothic	W8	16 pt
Texto base	Avenir	Light	12 pt
Secciones	Avenir	Book Oblique	9 pt
Palabras clave	Avenir	Book Oblique	12 pt
Encabezados	Courier	Regular	9 pt
Epígrafes	Courier	Bold	12 pt
Detalles gráficos	Courier	Regular	10 pt

Nota. Elaboración propia.

Courier complementa la tipografía. Es una familia monoespaciada diseñada originalmente a mediados del siglo XX por Howard Kettler, de IBM, para su uso en máquinas de escribir. Posteriormente, Adrian Frutiger realizó un rediseño para la serie Selectric de IBM. Su apariencia mecanográfica se asocia con documentos técnicos y guiones (Adobe, s. f.). Se utiliza en los encabezados, con la variante Regular, en 9 pt;

en los epígrafes, con la variante Bold, en 12 pt; y en los detalles gráficos, con Regular, en 10 pt. Su apariencia introduce un contraste respecto a las otras dos familias y refuerza la relación del manual con el ámbito cinematográfico, aportando un carácter técnico y distintivo a la composición.

En conjunto, estas tres familias tipográficas establecen una jerarquía clara y mantienen un equilibrio entre legibilidad, coherencia visual y personalidad gráfica. Hiragino Kaku Gothic aporta fuerza a los encabezados, Avenir favorece la lectura continua y Courier refuerza la identidad cinematográfica del manual. Su combinación contribuye a construir un diseño limpio y contemporáneo, acorde con el carácter educativo y participativo de la publicación.

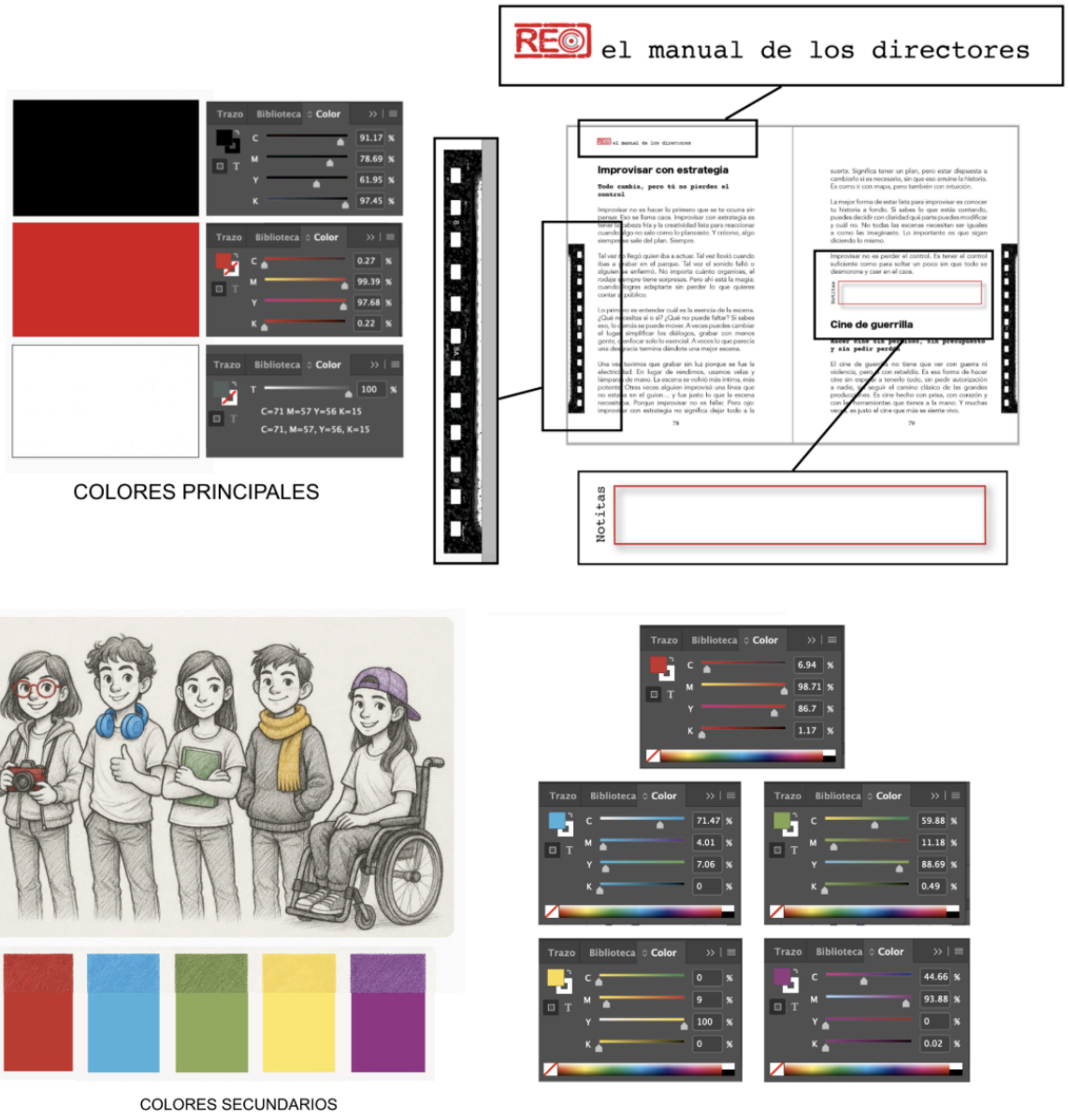
Paleta de colores

La selección cromática de *REC: El manual de los directores* responde a la necesidad de mantener una identidad visual coherente del proyecto, con el que comparte su combinación de colores institucionales: rojo, negro y blanco.

El rojo funciona como color de identidad y da acento visual, su presencia se concentra principalmente en el logotipo del libro, ubicado en la cornisa superior izquierda de las páginas, y en el contorno de algunas áreas asignadas para notas. Este uso permite destacar elementos específicos, orientar la mirada del lector y generar contraste sin saturar la composición. Además, el rojo conserva el vínculo con la identidad del colectivo *Paso Libre*.

Por su parte, el negro se utiliza en los textos, las ilustraciones y distintos elementos gráficos. La mayoría de las ilustraciones interiores se presentan en blanco y negro, lo que mantiene una apariencia visual uniforme y favorece la lectura de los contenidos. El blanco funciona principalmente como fondo, aporta claridad y permite generar espacios de descanso visual, además de facilitar la legibilidad de la información.

Figura 32. *Ejemplo del uso de la paleta de colores* (2025).



Nota. Elaboración propia.

Se incorpora una selección de colores adicionales en una página específica, donde aparecen los personajes que acompañan la narración del manual. Sus objetoos distintivos de cada personaje utilizan rojo, verde, amarillo, azul y violeta, con el propósito de diferenciarlos visualmente e identificar sus características o roles dentro del grupo. Estos tonos no forman parte de la paleta cromática principal del libro, sino que cumplen una función particular de identificación dentro de esa composición.

En conjunto, la combinación de rojo, negro y blanco permite conservar la identidad gráfica de *Paso Libre* y mantener una presentación clara y ordenada. Al mismo tiempo, el uso limitado de otros colores introduce un recurso visual que aporta variedad y facilita el reconocimiento de los personajes, sin alterar la unidad cromática de la publicación. Esta propuesta responde al carácter educativo, práctico y participativo del manual, dirigido a adolescentes interesados en explorar el cine como una herramienta de expresión y creación comunitaria.

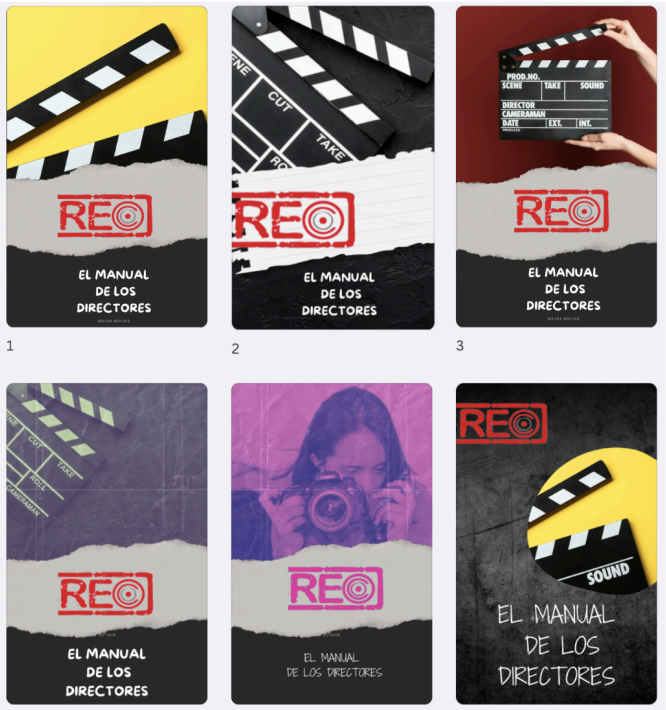
Forros

En el diseño de los forros reconocemos, como parte del trabajo editorial, que la portada es el elemento decisivo que puede determinar la compra del libro, pues constituye la primera impresión y un recurso estratégico para que el material sea competitivo en el mercado. Este punto resulta especialmente relevante porque uno de los objetivos del proyecto es rediseñar el libro para hacerlo más atractivo y funcional en un contexto editorial real. Por ello, comenzamos el proceso enfocándonos en la portada, conscientes de que de su construcción dependía gran parte del éxito del proyecto.

La portada se diseñó en tres etapas. En la primera se seleccionaron los elementos visuales relacionados con los ejes centrales del proyecto: adolescencia, comunidad y cine. A partir de ellos se conformó un banco de posibilidades que incluía símbolos reconocibles como el carrete de película, la claqueta y el logotipo del colectivo *Paso Libre*. Estos elementos se probaron en distintas posiciones, escalas y combinaciones

cromáticas para identificar cuáles resultaban más adecuados en términos de comunicación visual.

Figura 33. *Etapa 1 de la selección de portada* (2025).



Nota. Elaboración propia.

En la segunda etapa se recurrió a los principios de la composición visual para generar distintas propuestas y explorar el efecto de cada una en el lector. Se trabajó con la reticencia, entendida como la reducción de elementos para sugerir más de lo que se muestra; con la exageración, que consiste en aumentar la escala de un recurso para convertirlo en el foco de atención; con la unidad y simplicidad, que concentran la atención en un solo elemento para transmitir el mensaje de manera clara; y con la fragmentación y complejidad, que implican dividir o superponer varios recursos para

generar dinamismo visual. Estas alternativas se contrastaron entre sí, lo que permitió valorar sus ventajas y desventajas en relación con los objetivos del libro.

Figura 34. *Etapa 2 de la selección de portada* (2025).



Nota. Elaboración propia.

En la tercera etapa se tomaron las decisiones definitivas. Tras analizar las distintas opciones, se optó por la propuesta basada en la exageración, ya que transmitía con mayor fuerza la intención de generar inquietud y curiosidad en el lector desde la primera mirada. El logotipo se convirtió en el eje central, colocado en un tamaño mayor y aprovechando su color rojo intenso, lo que lo hace destacar sobre el fondo negro. La portada, de esta manera, quedó reducida a un solo elemento protagónico acompañado

apenas por una pequeña fracción de la claqueta, suficiente para aludir al mundo cinematográfico sin restarle protagonismo al título.

Figura 35. *Etapa final selección de portada* (2025).



Nota. Elaboración propia.

Posteriormente, las decisiones tomadas en esta etapa inicial se trasladaron al diseño del forro completo. Este proceso incluyó la integración coherente de portada, lomo, contraportada y solapas, de modo que el conjunto mantuviera unidad estética y comunicara con claridad la identidad del libro. En esta fase no se dejó de lado el dinamismo ni la búsqueda de interactividad: el logotipo del colectivo *Paso Libre* se extendió en todo el forro y solo se revela completo al expandir el libro, incentivando la curiosidad del lector. Del mismo modo, la claqueta se percibe en su totalidad únicamente al desdoblar la solapa, recurso que cumple una doble función: proteger físicamente el producto y prolongar la propuesta visual de manera fluida.

Figura 36. *Portada, lomo y contraportada* (2025).



Nota. Elaboración propia.

Portada. La portada utiliza un fondo oscuro que aporta densidad visual y refuerza la idea de misterio y descubrimiento, con la textura de una calle evocando al cine comunitario Sobre este fondo, la claqueta cinematográfica funciona como signo inmediato del mundo del cine, generando reconocimiento directo con el lector. El título *El manual de los directores* aparece en una tipografía relajada que contrasta con la rigidez geométrica de los elementos cinematográficos, transmitiendo frescura y un tono juvenil. Este contraste evita que el libro se perciba como técnico o rígido y lo acerca a un público adolescente.

Lomo. El lomo se resuelve de manera sobria, con el título y el nombre de la autora dispuestos en sentido vertical. Se privilegia la legibilidad y la identificación en anaqueles, manteniendo coherencia con el resto del diseño al conservar el mismo fondo oscuro. El logotipo del colectivo *Paso Libre* atraviesa parcialmente el lomo, lo que

refuerza la interacción: solo al desplegar el libro se aprecia en su totalidad, subrayando el carácter participativo de la propuesta.

Contraportada. La contraportada incluye un texto descriptivo que funciona como sinopsis editorial. El bloque de texto ofrece un resumen claro de los objetivos del libro, destacando la educación audiovisual, la creación comunitaria y la creatividad juvenil. En términos editoriales, cumple la función de contextualizar el contenido y reforzar la dimensión competitiva del material. La inclusión de un carrete cinematográfico complementa visualmente la claqueta de la portada, equilibrando ambos extremos del forro con referencias directas al universo fílmico.

En conjunto, el forro combina con acierto lo simbólico y lo funcional. La textura oscura y los elementos visuales propios del cine transmiten seriedad y profesionalismo, mientras que la tipografía manuscrita y la disposición interactiva del logotipo generan cercanía y dinamismo. Desde la perspectiva del diseño editorial, se cumple el objetivo de crear un material atractivo y competitivo: la portada capta la atención, el lomo facilita la identificación y la contraportada explica y respalda la propuesta. Además, se logra coherencia visual en todo el conjunto, evitando rigidez y manteniendo claridad comunicativa.

Conclusiones generales

Para desarrollar esta tesina se realizaron diversas investigaciones en torno al diseño editorial, con el propósito de emplearlo como una herramienta que favorece la difusión de la educación audiovisual a través de publicaciones. Este trabajo se abordó desde una perspectiva comunitaria, entendiendo que los productos planteados buscan responder a necesidades específicas de contextos locales.

El proceso permitió identificar las características que inicialmente limitaban el alcance de nuestras publicaciones y, a partir de ello, señalar los aspectos que debían mejorarse en cada caso. De esta manera fue posible replantear las propuestas editoriales con mayor claridad y pertinencia.

A lo largo del proyecto se comprobó que la aplicación de criterios editoriales: tipografía, color, formato y composición que transformó no sólo la forma en que se presentan los contenidos, sino también la manera en que se comunican y se perciben. Aunque los materiales ya contaban con contenido valioso, la renovación estética y estructural les otorgó una fuerza visual y narrativa capaz de ampliar su alcance y conectar mejor con los lectores.

De esta forma, las publicaciones adquieren un carácter más atractivo, funcional y cercano a las audiencias a las que se dirigen, particularmente adolescentes y comunidades vinculadas con la educación audiovisual. El resultado final demuestra que el diseño editorial puede ser un recurso estratégico para fortalecer proyectos comunitarios y situarlos en mejores condiciones de competitividad dentro del campo editorial.

BIBLIOGRAFÍA

Adobe. (s. f.). *Avenir*. Adobe Fonts. https://fonts.adobe.com/fonts/avenir

Adobe. (s. f.). *Courier*. Adobe Fonts. https://fonts.adobe.com/fonts/courier

Adobe. (s. f.). *Minion 3: History*. https://minion.typekit.com/history/

Acaso, M. (2013). *rEDUvolution: Hacer la revolución en la educación*. Paidós.

Chartier, R. (2005). *El orden de los libros: Lectores, autores, bibliotecas en Europa entre los siglos XIV y XVIII* (3.ª ed.; V. Ackerman, trad.). Gedisa. https://es.scribd.com/document/546790458/Chartier-Roger-El-Orden-De-Los-Libros

De Buen Unna, J. (2003). *Manual de diseño editorial* (2.ª ed.). Editorial Santillana.

Guerrero Reyes, L. (2016). *El diseño editorial: Guía para la realización de libros y revistas* [Trabajo de fin de máster, Universidad Complutense de Madrid]. Internet Archive. https://archive.org/details/2016ElDisenoEditorial

Henestrosa, C. (2024). Así diseñamos Gandhi. *Espacio Diseño*, (6), 21–24.

Mazzone, D. (2016). El diario entre dos temporalidades: De la periodicidad a la simultaneidad. *InMediaciones de la Comunicación, 11*, 211–228.

Piccolini, P. (2019). *De la idea al libro: Un manual para la gestión de proyectos editoriales*. Fondo de Cultura Económica. https://es.scribd.com/document/686536791/De-La-Idea-Al-Libro-Patricia-Piccolini

Real Academia Española. (s. f.). Periódico. En *Diccionario de la lengua española*. https://dle.rae.es/periódico

Real Academia Española. (s. f.). Libro. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el [fecha en que consultaste la entrada], de https://dle.rae.es/libro

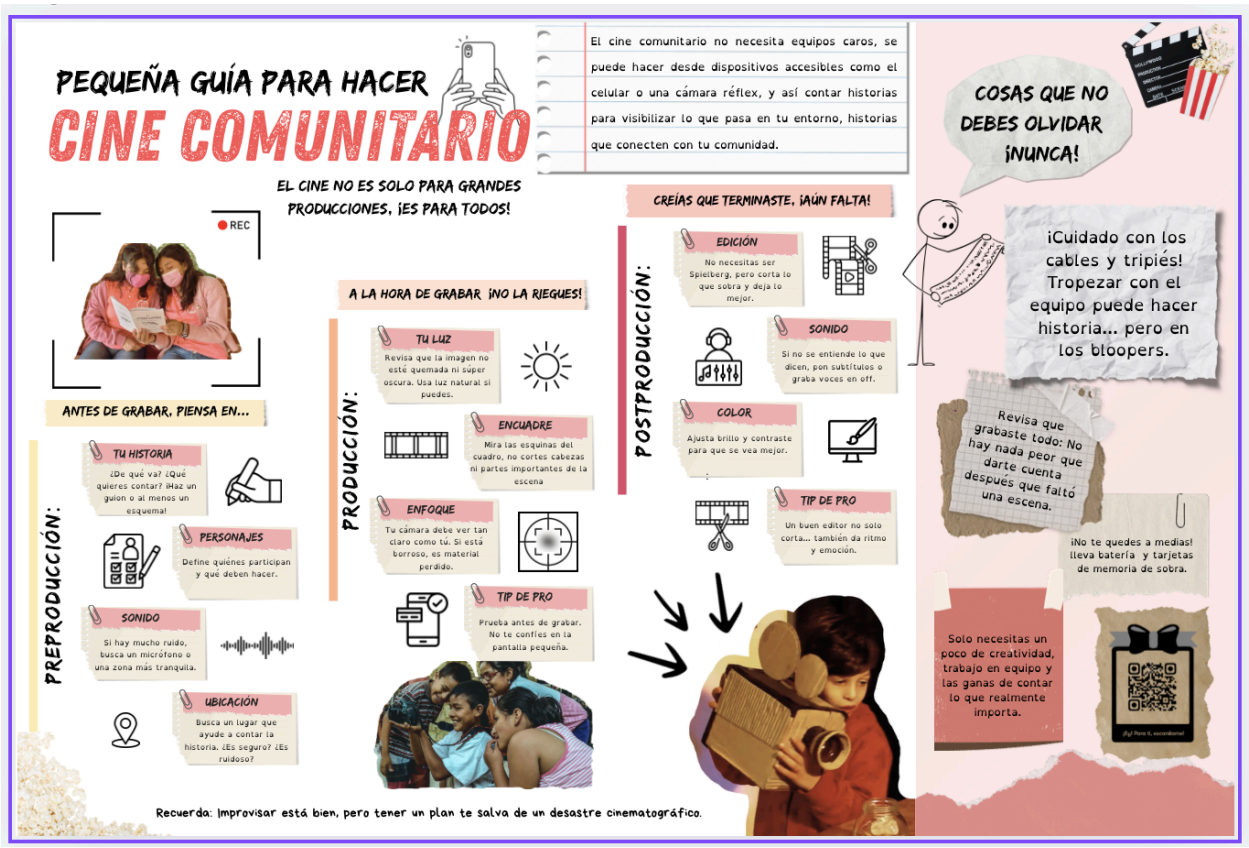
Ripoll, P. (2024). Diseño centrado en el usuario (DCU). Reflexión Académica en Diseño y Comunicación, 25(58), 93–95.

Sartori, G. (1998). *Homo videns: La sociedad teledirigida* (A. Díaz Soler, Trad.). Taurus.

SCREEN GA. (s. f.). *Hiragino Kaku Gothic ProN*. Adobe Fonts. https://fonts.adobe.com/fonts/hiragino-kaku-gothic-pron

ANEXOS


1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15 - final


PEQUEÑA GUÍA PARA HACER
CINE COMUNITARIO
EL CINE NO ES SOLO PARA GRANDES PRODUCCIONES, ¡ES PARA TODOS!
El cine comunitario no necesita equipos caros, se puede hacer desde dispositivos accesibles como el celular o una cámara réflex, y así contar historias para visibilizar lo que pasa en tu entorno, historias que conecten con tu comunidad.
REC
ANTES DE GRABAR, PIENSA EN...
PREPRODUCCIÓN:
TU HISTORIA
¿De qué va? ¿Qué quieres contar? ¡Haz un guion o al menos un esquema!
PERSONAJES
Define quiénes participan y qué deben hacer.
SONIDO
Si hay mucho ruido, busca un micrófono o una zona más tranquila.
UBICACIÓN
Busca un lugar que ayude a contar la historia. ¿Es seguro? ¿Es ruidoso?
A LA HORA DE GRABAR ¡NO LA RIEGUES!
PRODUCCIÓN:
TU LUZ
Revisa que la imagen no esté quemada ni súper oscura. Usa luz natural si puedes.
ENCUADRE
Mira las esquinas del cuadro, no cortes cabezas ni partes importantes de la escena
ENFOQUE
Tu cámara debe ver tan claro como tú. Si está borroso, es material perdido.
TIP DE PRO
Prueba antes de grabar. No te confíes en la pantalla pequeña.
CREÍAS QUE TERMINASTE, ¡AÚN FALTA!
POSTPRODUCCIÓN:
EDICIÓN
No necesitas ser Spielberg, pero corta lo que sobra y deja lo mejor.
SONIDO
Si no se entiende lo que dicen, pon subtítulos o graba voces en off.
COLOR
Ajusta brillo y contraste para que se vea mejor.
TIP DE PRO
Un buen editor no solo corta... también da ritmo y emoción.
Recuerda: Improvisar está bien, pero tener un plan te salva de un desastre cinematográfico.
COSAS QUE NO DEBES OLVIDAR ¡NUNCA!
¡Cuidado con los cables y tripiés! Tropezar con el equipo puede hacer historia... pero en los bloopers.
Revisa que grabaste todo: No hay nada peor que darte cuenta después que faltó una escena.
¡No te quedes a medias! Lleva batería y tarjetas de memoria de sobra.
Solo necesitas un poco de creatividad, trabajo en equipo y las ganas de contar lo que realmente importa.

Personajes del libro

1. Val

- **Accesorio / color:** Gafas y cámara **rojo intenso**
- **Apariencia:** Cabello lacio corto
- **Personalidad:** Curiosa y alegre
- **Rol:** Narradora principal y guía del lector
- **Función en el contenido:** Presenta cada capítulo, motiva, explica de forma accesible.

2. Rulo

- **Accesorio / color:** Audífonos **azul rey intenso**
- **Apariencia:** Cabello corto despeinado
- **Personalidad:** Relajado, amistoso, siempre con un gesto positivo (pulgar arriba)
- **Rol:** Técnico del grupo
- **Función en el contenido:** Explica cámara, ISO, apps y aspectos tecnológicos.

3. Lía

- **Accesorio / color:** Cuaderno y diadema **verde intenso**
- **Apariencia:** Cabello afro
- **Personalidad:** Segura, firme, con estilo propio
- **Rol:** Visual y creativa
- **Función en el contenido:** Habla sobre storyboard, composición y estética visual.

4. Tadeo

- **Accesorio / color:** Bufanda **mostaza intensa**
- **Apariencia:** Cabello ondulado, suele tener las manos en los bolsillos
- **Personalidad:** Tímido, sensible, con mejillas ruborizadas
- **Rol:** Sonoro
- **Función en el contenido:** Explica sonido, ambiente, ritmo y sensaciones auditivas.

5. Kenia

- **Accesorio / color:** Gorra y aro **lavanda intenso**
- **Apariencia:** Cabello largo lacio, está en silla de ruedas
- **Personalidad:** Sociable, organizada, con liderazgo natural
- **Rol:** Producción y organización
- **Función en el contenido:** Habla sobre identidad comunitaria, organización del set y trabajo en equipo.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

FACULTAD DE DISEÑO

FACULTAD DE DISEÑO

SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN

Cuernavaca, Morelos a 12 de noviembre de 2026.

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:

Rediseñar para impactar: la relevancia del diseño editorial en los proyectos comunitarios que favorecen la alfabetización audiovisual a través de la difusión del cine hecho por y para jóvenes en contextos vulnerables.

que presenta la alumna:

MAYRA ITZEL MOLINA GUTIÉRREZ

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 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 CUAUHTÉMOC PONCE DE LEÓN MÉNDEZ

Incluir e-firma UAEM

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:2026-11-12 12:48:59 | FIRMANTE

jfV3PfcF1llpk/oGhZOMdXoEYaWA3OuxHgrp/LW7qVtEtOQFCnXYNxHUK7640YkbUCaYlylNhM3J+b5jqAeyHrp0oD2GvYqUtnlfU30TOI5+fPBm4P7EPF0k3vPPwLXCjTELp3srR
Z9sxgc1/PydXwmi5wlMcIcznRmFkROQ58agZtmYqoZGpVpltHF/3B6Z1y2pX/9AnOQ89wUF9j8g7uSl8T7vHppMYDvVqWxISXihZjXg2k2AAWCXP2o4Dekrdcvl1O1MEnHH6wzK
FIRR3g4Z2tXGf+H7NBL4e7dijr4pltXFk3o7mr+9QYAcIKHPNSaG6vUVr9B5vQF3QP++A==

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

sdbmNWa5u

https://efirma.uaem.mx/noRepudio/7Zy8Y2me5InXANihweEJ2P7cB9BCJN8R

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

FACULTAD DE DISEÑO

FACULTAD DE DISEÑO

SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN

Cuernavaca, Morelos, a 12 de noviembre de 2026

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:

Rediseñar para impactar: la relevancia del diseño editorial en los proyectos comunitarios que favorecen la alfabetización audiovisual a través de la difusión del cine hecho por y para jóvenes en contextos vulnerables.

que presenta la alumna:

MAYRA ITZEL MOLINA GUTIÉRREZ

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

Lo anterior con base en: la estudiante cumple con todos los requisitos solicitados por el programa académico. Su propuesta de diseño editorial, enfocada en proyectos comunitarios, resulta pertinente y alcanza el objetivo de favorecer la alfabetización audiovisual. Asimismo, los elementos gráficos incorporados en los tres productos editoriales mantienen unidad de sentido y se adecúan al público lector al que están dirigidos.

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

Atentamente
Por una humanidad culta

DRA. LORENA SÁNCHEZ ADAYA

Incluir e-firma UAEM

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 ÓRGANÓ INFORMATIVO UNIVERSITARIO "ADOLFO MENÉNDEZ SAMARÁ" número 117 de fecha 20 de abril de 2021.

Sello electrónico

LORENA SANCHEZ ADAYA | Fecha:2026-11-12 10:53:26 | FIRMANTE

ZnhfBYiqspMmWbNnWLf+rKJZczopz80dJzZV6aM8vbEEm6SgayUYt0Nvg2GC+PNkUCayM1E6Oy13lu70aJVPl9oV29BGozrupf0/viX1MsmkJ5C+E/6w+qIr4pHcZlwj3jBrdRzktN
CiuhtzDXntrmORQ3VWyPU5kgDagOvlyhC8TPo6ky/mnIUgAd4Kpv9sMdpuWmDX6Q63OZXpEVBum9nObsKl5b7Z6Gmy1fbEmG4a9kiM+nmNMuQAgBajFh7/JvGSwuVOh+Mh
ChgsLwH9Znks/Fgbh3N70x0ULgeim1lyPUMkcDk4w+tK4s9Kb/idM8ciU87y2uyFq6ytkaq9wg==

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

K6qVjO5eL

https://efirma.uaem.mx/noRepudio/oGkcOkK829CG6np4InqDnH7Ek4gLCzuz

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

FACULTAD DE DISEÑO

FACULTAD DE DISEÑO

SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN

Cuernavaca, Morelos a 16 de noviembre de 2026.

DR. HÉCTOR CUAUHTÉMOC PÓNCE 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:

Rediseñar para impactar: la relevancia del diseño editorial en los proyectos comunitarios que favorecen la alfabetización audiovisual a través de la difusión del cine hecho por y para jóvenes en contextos vulnerables.

que presenta la alumna:

MAYRA ITZEL MOLINA GUTIÉRREZ

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 lo siguiente:

La tesina desarrolla un proyecto pertinente dentro del campo del diseño editorial, centrado en el rediseño de tres publicaciones vinculadas con el trabajo del colectivo *Paso Libre*, que desde Morelos promueve la educación audiovisual entre infancias y adolescencias. Una de sus aportaciones principales es mostrar cómo el diseño editorial puede trascender los aspectos formales para convertirse en una herramienta de comunicación y mediación cultural al servicio de proyectos comunitarios.

El trabajo vincula la reflexión sobre el diseño editorial con la experiencia y las necesidades concretas del colectivo, articulando una investigación aplicada con una propuesta de intervención que pone en práctica los conocimientos adquiridos durante su formación profesional.

El proyecto muestra cómo las decisiones de diseño pueden contribuir a fortalecer la comunicación de una iniciativa comunitaria y dar mayor alcance a sus materiales educativos, por lo quer considero que el trabajo cumple con los propósitos planteados y reúne los méritos académicos y profesionales necesarios para ser presentado y discutido en el examen de grado.

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

Atentamente
Por una humanidad culta

DRA. MARÍA EUGENIA NÚÑEZ DELGADO

Se anexa firma electrónica

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 ÓRGANÓ INFORMATIVO UNIVERSITARIO "ADOLFO MENÉNDEZ SAMARÁ" número 117 de fecha 20 de abril de 2021.

Sello electrónico

MARIA EUGENIA NUÑEZ DELGADO | Fecha:2026-11-16 18:11:28 | FIRMANTE

RyLX75C+QUm0QfVPtwNEifYKpNEyPafTG7XR3aevxoD0dOBGB/XdtmFvcy9QxM28e9dS7H3OwB+ga1+gHw45iNN8xFkhMTjYtDYf2iGjpUEQC3cxmNE2bPpKFgZ++jU3fTHbo
h8wON79k4r+HjSZ/Q8bNgCZpjFw1BQYP1s4T96GjPtOkYeZRqlnVNX3RxCr280Zl8VjfdVdP6CC2HCDmpjeldFuzv/vgYXFVCAnLNjzQmc7xAEbuizQpvaDkS68g8c16H5gAN9E1
Rbzm/Gl5e5xR1Gz9uX24ni+i4Qe9LjS0F/GTsmVqpf013PXRifvOyFlOrc1NWLtKPxLZBNb5Q==

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

Q9MKwT3Us

https://efirma.uaem.mx/noRepudio/ntCcyo46mQ9DR1aCKYxDk7L4sfXijv5A

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

FACULTAD DE DISEÑO

FACULTAD DE DISEÑO

SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN

Cuernavaca, Morelos a 12 de noviembre de 2026

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:

Rediseñar para impactar: la relevancia del diseño editorial en los proyectos comunitarios que favorecen la alfabetización audiovisual a través de la difusión del cine hecho por y para jóvenes en contextos vulnerables.

que presenta la alumna:

MAYRA ITZEL MOLINA GUTIÉRREZ

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. Pertinencia temática: el trabajo aborda la relación entre diseño editorial y producción audiovisual dentro de una determinada comunidad.
2. Aporte a la disciplina: demuestra cómo el diseño editorial puede ser una herramienta didáctica para difundir y divulgar conocimientos especializados.
3. Rigor académico: cumple con los lineamientos de investigación, estructura y fundamentación exigidos en la especialidad.

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

Atentamente
Por una humanidad culta

MTRA. LIZBETH ZENTENO ESPINOZA

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 ÓRGANÓ INFORMATIVO UNIVERSITARIO "ADOLFO MENÉNDEZ SAMARÁ" número 117 de fecha 20 de abril de 2021.

Sello electrónico

LIZBETH ZENTENO ESPINOZA | Fecha:2026-11-12 12:25:04 | FIRMANTE

J7uOC27jOakTs9jjtW46neXW/emGg9KjT7nMlTlbMNWoD3BdZZIVKQnu5vCjz9iF0Or8w3SzjxliEBWf02FV0lhwRHx19eDtMgA9G1WPsTebyO/8dbtuvq4a8WdQzTdjVhlZiSzPkM
RUEMloUZHdDvyRMOphSdIVdbDqrmlPuuZstV+d32f78rznXnFiLTS37lOWWiWXKL7ldB7RRQqf7Rek4CBXCSA/3bmxlhMJxr3SYlsH+X1EsbP2LB2aclB5lh0lb9UxdHAaYDTypk
zRjpQnGwsXZsx5RtLeeoYCA679Q5DEkg+u1lnlyLIXnVn7OSr45mKAYNUlxaRzFxdpVw==

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

B1JvT3UbX

https://efirma.uaem.mx/noRepudio/yBSt3YOZY70y2QAHvXzKUzIOKuEKC5Mr

Cuernavaca, Morelos a 11 de noviembre de 2026.

DR. HÉCTOR C. PONCE DE LEÓN MÉNDEZ

COORDINADOR DE LA ESPECIALIDAD EN DISEÑO EDITORIAL

FACULTAD DE DISEÑO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

P R E S E N T E

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

Rediseñar para impactar: la relevancia del diseño editorial en los proyectos comunitarios que favorecen la alfabetización audiovisual a través de la difusión del cine hecho por y para jóvenes en contextos vulnerables.

que presenta el (la) alumno (a):

Mayra Itzel Molina Gutiérrez

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.

A T E N T A M E N T E

Por una humanidad culta

(Firma electrónica)

DRA. LAURA SILVIA IÑIGO DEHUD

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 ÓRGANÓ INFORMATIVO UNIVERSITARIO "ADOLFO MENÉNDEZ SAMARÁ" número 117 de fecha 20 de abril de 2021.

Sello electrónico

LAURA SILVIA IÑIGO DEHUD | Fecha:2026-11-11 14:22:19 | FIRMANTE

jE4ReksY/JXEHsEArpdq/K0/sOfjNr7G/CiVK+sDOG1Pl6EktnIe2mwj6jgDU7vCZ9i53wxhQDU0otLn155u0NOpDfMN69ZVrRjsd3lN3Tv61V4VIIPCmbMxPPKzzcg5HPn7R+QqlMWT/Fo6oiQjQ0XbBNnabzlvb89+lk8LQd/CmYuj2YNj2/CrU6u93oSmRBnMyQ3Mb+OFDc4/Wdyt3wVH3O0jBAo/4aPPV5HgQWbphxoEN4g3eedPrTxb323ESLqrvpMifgDXtUA9V63wTSZFldfRKOSPiI14w69wjlVbeGs9lW2teknx5dcl6ljXpaMe57YgsmyiQW+jgv3laQ==

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

KvsE7c6pz

https://efirma.uaem.mx/noRepudio/iVM1woNFCT3E3Ymozx0ZRRAIxVXl46Gc