



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN**

Rediseño editorial de los interiores del Catálogo General de Bachillerato 2002, de la editorial Pearson Educación; y diseño del libro Relaciones Públicas, de Carlos Bonilla Gutiérrez, para la Compañía Editorial Continental (CECSA).

MEMORIA DE DESEMPEÑO PROFESIONAL

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO**

**PRESENTA
RICARDO ANGELES RIVERA**

**ASESOR DE MEMORIA:
GERARDO ESTEBAN CERVANTES GARCÍA**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

dedicatoria

Esta Memoria de Desempeño Profesional está dedicada a las personas que gracias a su influencia, consejos e impulso, logré terminarla. A todos ellos muchas gracias.

A mi familia:

A mi padre, que en paz descanse, pues sin su apoyo estas líneas no hubieran sido escritas.

A mi madre, por haberme dado la vida y ahora su inmenso amor, comprensión y cariño. Ella, el más grande ejemplo en mi vida.

A mis hermanas, Alicia, Yolanda y Patricia por la alegría que representa el convivir día a día con cada una de ellas.

A mis tías, Francisca, Rosario y Rosa por enseñarme en fragmentos lo que es la vida tan dura y amable a la vez.

A mis tíos: Juan (que en paz descanse) y Margarito por mostrarme através de su vida, lo que es ser hombre.

A mis primos: Guadalupe, Maria Juana, Javier, Margarita y Julisa, por los momentos gratos de alegría que hemos pasado, desde la infancia.

A EG Corporación:

Al Lic. Gabriel Barreto y muy en especial a la sra. Martha Ramírez, por haberme dado la primera oportunidad de trabajar profesionalmente, cuando en otros lados me habían cerrado la puerta. Sin ustedes, esta memoria no se hubiera realizado.

A Octavio y Gabriela Barreto, por enseñarme con su ejemplo la diferencia entre ser un líder o un simple jefe.

A mis amigos:

Edgar, Chucho, Marcos, Juan Luis: amistad que tiene años y seguirá teniendo, a pesar de distancias, compromisos y matrimonios, jejejejejejejeje.

Gerardo, Emilio, Daniel, Miguel Angel, el Galo (quien sabe donde ande), por haberla pasado a toda madre con ustedes en esos años universitarios.

Oscar, Israel (el melqui), Carlos, Heriberto, Rosario, Daniel (la diva) y Mauro, por que cada uno de ellos me enseñó a veces con aciertos y otras con desaciertos lo que es el buen trabajo de un diseñador.

Yumi, Erandi, Maricela, Erika (comadre) Valeria, Susana, Abigail, Cynthia y Nayelli, por que me enseñaron que conocer una persona se lleva un instante pero una amistad se cuece a fuego lento y aun estamos en pleno hervor.

A Vertebrae:

A las tres conchitas: Diana, Gina y Andrea, por haberme dado la segunda experiencia profesional de mi vida en la cual me siento muy a gusto, y por la paciencia que me han tenido por los constantes permisos que he solicitado para esta titulación. Muchas gracias.

A Alejandra Villagra, Mario Góngora, Regina Meza, Verónica Rosas, Verónica García, Alejandra Puga, a mi estimada vecina Gabriela Polanco, Angélica, don Beno, Leticia y la sra. Isabel, por hacerme sentir cada día que convivo con ustedes la importancia de estar en un lugar donde trabajo, amistad y diversión son aspectos que hacen sentir mas humano un trabajo.

A Yezmin Flores

Por encontrar en tu persona la síntesis del universo,
expresada en las palabras amor, comprensión
y perseverancia. Por ser mi compañera de vida
y la madre de nuestro hijo:

Fausto Daniel

quien de ahora en adelante
será el principal impulso
y razón de mi existencia.

Contenido

Introducción I

- I. Antecedentes de EG Corporación de Servicios Editoriales y Gráficos S.A. de C.V., y las labores que se desempeñan II
- II. Antecedentes de Pearson Educación III
- III. Antecedentes de la Compañía Editorial Continental S.A. VII

Capítulo 1

Análisis de las necesidades proveídas 1 por los clientes editorial Pearson Educación y CECSA

- 1.1. Catálogo General de bachillerato 2002 1
 - 1.1.1. Necesidades Estéticas 1
 - 1.1.2. Necesidades Económicas 1
 - 1.1.3. Necesidades de Tiempo 2
 - 1.1.4. Necesidades Formales 2
 - 1.1.5. Objetivo general de la editorial Pearson Educación 2
 - 1.1.6. Objetivo general de la compañía EG Corporación 3
- 1.2. Relaciones Públicas 3
 - 1.2.1. Necesidades Estéticas 3
 - 1.2.2. Necesidades Económicas 3
 - 1.2.3. Necesidades de Tiempo 4
 - 1.2.4. Necesidades Formales 4
 - 1.2.5. Objetivo general de la Compañía Editorial Continental (CECSA) 4
 - 1.2.6. Objetivo general de la compañía EG Corporación 4

Capítulo 2

Análisis Formal de los requerimientos 5 solicitados por los clientes (Pearson y CECSA).

- 2.1 Análisis formal de la edición 2001 del Catálogo general de Bachillerato 5
 - 2.1.1. Formato 5
 - 2.1.2. Distribución estructural 5
 - 2.1.3. Diagramación 14
 - 2.1.4. Fuentes 16
 - 2.1.5. Jerarquización de los elementos gráficos y tipográficos 17
 - 2.1.6. Distribución de imágenes 20
 - 2.1.7. Economía de papel 21
- 2.2. Análisis formal de Relaciones Públicas 21

Capítulo 3

Propuestas de Rediseño 23 para el Catálogo General de Bachillerato 2002

- 3.1. Consideraciones relevantes del análisis formal 23
- 3.2. Consideraciones relevantes en el Diseño Editorial 24
 - 3.2.1. Partes o secciones de un libro 24
 - 3.2.2. Márgenes 26
 - 3.2.3. Mancha o Mancheta 27
 - 3.2.4. Columnas 28
 - 3.2.5. Retícula 29
 - 3.2.6. Tipografía 29
 - 3.2.7. Utilización de otros elementos de diseño 33
- 3.3. Método de diseño aplicado a la generación de las propuestas 35

- 3.3.1. Aplicación de la metodología al desarrollo del rediseño del Catálogo General de Bachillerato 2002 36
 - 3.3.1.1. Estructuración del problema 36
 - 3.3.1.1.1. Localización de las necesidades y la declaración de objetivos a lograr ... 36
 - 3.3.1.1.2. Subdivisión de problemas en subproblemas 36
 - 3.3.1.1.3. Jerarquización de los problemas 37
 - 3.3.1.1.4. Análisis de soluciones existentes 37
 - 3.3.1.2. Diseño 37
 - 3.3.1.2.1. Desarrollo de alternativas o ideas básicas 37
 - Propuesta 1: Diagramación, Formato y retícula, Selección de fuentes y Tratamiento de las imágenes 37
 - Propuesta 2: Diagramación, Formato y retícula, Fuentes, Tratamiento de las imágenes 48
 - Propuesta 3: Diagramación, Formato y retícula y Tratamiento de las imágenes 55
 - 3.3.1.2.2. Selección de mejores alternativas 61
 - Propuesta 1 61
 - Propuesta 2 62
 - Propuesta 3 62
 - 3.3.1.2.3. Desarrollar alternativa seleccionada: Diagramación, Fuentes y Manejo de imágenes 63
 - 3.3.1.2.4. Evaluación del diseño 66
 - 3.3.1.2.5. Construcción del prototipo modificado (formación editorial) 69
 - 3.3.1.2.6. Etapa de corrección hecha principalmente por la editorial 70
 - 3.3.1.2.7. Preparación de archivos para mandar a pre-prensa 70

Capítulo 4

Diseño de propuestas 71 para Relaciones Públicas

- 4.1. Consideraciones relevantes del análisis formal 71
- 4.2. Método de diseño aplicado a la generación de las propuestas 72
 - 4.2.1. Aplicación de la metodología al desarrollo del diseño del libro Relaciones Públicas 73
 - 4.2.1.1. Estructuración del problema 73
 - 4.2.1.1.1. Localización de las necesidades y la declaración de objetivos a lograr 73
 - 4.2.1.1.2. Subdivisión de problemas en subproblemas 73
 - 4.2.1.1.3. Jerarquización de los problemas 74
 - 4.2.1.1.4. Análisis de soluciones existentes 74
 - 4.2.1.2. Diseño 74
 - 4.2.1.2.1. Desarrollo de alternativas o ideas básicas 74
 - Propuesta 1: Diagramación, Formato y retícula, Selección de fuentes y Tratamiento de las imágenes 74



	Propuesta 2: Diagramación, Formato y retícula, Fuentes, Tratamiento de las imágenes	83
4.2.1.2.2.	Selección de mejores alternativas	93
	Propuesta 1	93
	Propuesta 2	94
4.2.1.2.3.	Desarrollar alternativa seleccionada	95
4.2.1.2.4.	Evaluación del diseño	96
4.2.1.2.5.	Construcción del prototipo modificado (formación editorial)	98
4.2.1.2.6.	Etapas de corrección hecha principalmente por la editorial	98

4.2.1.2.7.	Preparación de archivos para mandar a pre-prensa	99
------------	--	----

Capítulo 5

Conclusiones 101

5.1.	Alcance y proyección del "Catálogo general de bachillerato 2002"	101
5.2.	Alcance y proyección del libro Relaciones Públicas	104

Bibliografía 105

INTRODUCCIÓN

La presente memoria de desempeño profesional, tiene como objetivo mostrar dos de los trabajos más representativos realizados a partir del egreso de la licenciatura de Diseño Gráfico en el año 2000 y, mediante su presentación, obtener el título de Licenciado en Diseño Gráfico.

La decisión de tomar esta vía de titulación, tiene como base los siguientes argumentos:

- El tiempo mínimo que debe tener el interesado, para optar por esta vía, desde su egreso, es de dos años. La experiencia de quien presenta esta memoria comprende tres años con cuatro meses, a la fecha de realización de esta memoria y de 6 años con 5 meses hasta ahora.
- En el tiempo arriba señalado, se laboró en la empresa EG Corporación de Servicios Editoriales y Gráficos S.A. de C.V., lugar de trabajo el cual se dejó el 14 de agosto de 2004. Y actualmente se labora en la empresa vertebraestudio, una agencia de publicidad y diseño dedicada a la producción de materiales de exhibición y promoción de películas en DVD.

Dicha empresa presta servicios editoriales y de diseño gráfico a varias casas de edición como son: Trillas, Pearson Educación, Esfinge, Thomson Learning, Grupo Patria Cultural, la Secretaría de Educación Pública, Limusa y Panorama, entre otras. Y donde se aplicaron los conocimientos adquiridos durante la licenciatura de Diseño Gráfico, realizando las siguientes actividades:

- Diagramación y diseño de interiores de libros, catálogos, anuarios y folletos.
 - Igualación tipográfica, a partir de un libro ya impreso, para su reedición.
 - Diseño de portadas.
 - Diseño y elaboración de ilustraciones en distintas técnicas.
 - Manipulación digital de imágenes.
 - Interacción con el cliente, con el fin de conocer sus necesidades y proponer soluciones.
- De la producción gráfica realizada en el tiempo y la empresa mencionados, se extraen el "Catálogo general de Bachillerato", de la editorial Pearson Educación y el libro "Relaciones Públicas", de Carlos Bonilla Gutierrez para CECSA. Dichas obras fueron seleccionadas por el Comité de Revisión para el desarrollo de esta memoria. Ambas obras son ejemplo representativo de la labor del diseñador gráfico, pues desde su planeación, creación y aplicación, fueron llevadas a cabo por quien presenta esta memoria.

En cada una de estas publicaciones se verá el proceso por el cual los objetivos del cliente y los de la empresa en la que se laboró, llegaron a complementarse para obtener como producto final los dos trabajos aquí presentados.

OBJETIVO:

Informar sobre los antecedentes que poseen, la compañía para la que trabajé y las editoriales que solicitaron el servicio, con el fin de mostrar sus intereses, metas y aspiraciones que hicieron compatibles ambas partes en lo que se consiguió.



FIGURA I.1 LOGOTIPO DE EG CORPORACIÓN

De esta manera y para obtener una mejor comprensión de lo que se desea exponer, es conveniente revisar los antecedentes de estas tres empresas para ubicarlas dentro del contexto.

I. ANTECEDENTES DE EG CORPORACIÓN DE SERVICIOS EDITORIALES Y GRÁFICOS S.A. DE C.V. Y LAS LABORES QUE DESEMPEÑA

La compañía para la cual se laboró de septiembre de 2000 a agosto de 2004, se llama EG Corporación de Servicios Editoriales y Gráficos S.A. de C.V. Esta empresa se fundó en el año de 1991 por el Lic. Gabriel Barreto Manóatl. Con la finalidad de ofrecer servicios profesionales y de calidad a las diferentes editoriales que existen en México, pues en ese entonces había pocas empresas que daban este tipo de servicios y por tanto, se presentó como un negocio viable.

En el año de 1991 y hasta el 2000, esta empresa se ubicó en la calle de Tonalá, 121 primer piso, despacho 106 en la colonia Roma, y posteriormente se ubicó en la calle de Tetrázzini 23 en la colonia Exhipódromo de Peralvillo.

Durante su estancia en la calle de Tonalá, se enfocó únicamente a realizar trabajos de igualación tipográfica, formación editorial y diagramación. Posteriormente, con la captación de más clientes, sus demandas y el progreso de esta empresa, fue posible ampliar la gama de servicios con la finalidad de complementar el rubro editorial con otras áreas relacionadas con las artes gráficas. Abarcando de manera paulatina las etapas de planeación, producción, pre-prensa, impresión y encuadernado del proceso editorial.

Es así como en el año 2004, esta empresa ofrece, además de los servicios referidos, diseño editorial y gráfico, digitalización y retoque de imágenes, elaboración de interactivos multimedia y diseño de páginas web. Así como la salida digital de negativos, impresión y encuadernado.

El organigrama de dicha empresa es el siguiente: Lic. Gabriel Barreto Manóatl, presidente ejecutivo, Sra. Martha Ramírez: directora general, Sr. Octavio Barreto, jefe supervisor del departamento de producción, Lic. Gabriela Barreto, jefa del departamento de recursos humanos y la Lic. Oralia Martínez, jefa del departamento del área administrativa.

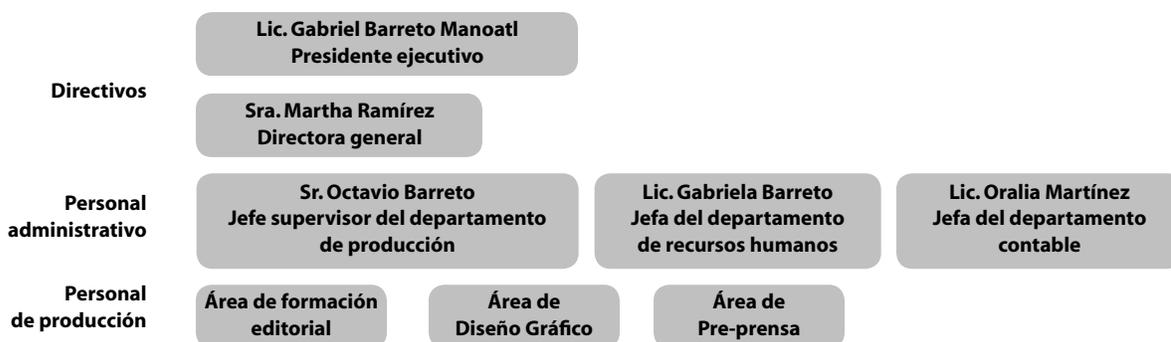


FIGURA I.2 ORGANIGRAMA DE EG CORPORACIÓN

Hasta la fecha, cuenta entre su cartera de clientes a: Panorama Editorial, Limusa Editores, McGraw-Hill, Thomson Internacional, la UNAM, la SEP, Editorial Trillas, Grupo Patria Cultural, Esfinge, Pearson Educación y el Gobierno de Aguascalientes, entre los más destacados.

Mi labor desempeñada en esta empresa, fue principalmente la de diseñar los interiores de las publicaciones que las editoriales tenían contempladas en sus programas así como sus portadas. Además, se apoyó en las labores de igualación tipográfica, diagramación, formación editorial, digitalización y retoque de imágenes e ilustraciones. Lo anterior, se trabajó sobre la plataforma Machintosh y con los softwares especiales para diseño y formación: *Illustrator, Photoshop, Free Hand, Quark- Xpress, Page Maker, Indesing*, entre los más usados.



FIGURA I.3 ALGUNOS DE LOS PRINCIPALES CLIENTES DE EG CORPORACIÓN

En el año en que se ingresó a esta organización (18 de septiembre de 2000), la empresa únicamente se enfocaba a maquilar trabajos ya establecidos (reediciones) a partir de modelos predefinidos de libros. Con la incorporación del diseño gráfico entre los servicios, se consiguió entrar a otras editoriales que antes no se tenían como clientes. Tal es el caso de la UNAM, la SEP, Pearson Educación, Grupo Patria Cultural, Esfinge y el Gobierno de Aguascalientes.

En estas editoriales, se han logrado colocar la mayoría de los diseños de interiores que se elaboraron. Además de algunas portadas. Sobre todo, el *Catálogo General de Bachillerato 2002* y el libro de *Relaciones Públicas*, en los cuales se enfocará esta memoria.

La filosofía de esta empresa se basa en su lema: *Nuestro propósito, la calidad. Nuestro beneficio, su preferencia*, y de acuerdo con este concepto, se busca la forma de obtener y retener a los clientes. Además de ofrecer competencia a otras empresas a través de la calidad en los servicios, desde el trato directo con el cliente, el desarrollo de propuestas creativas dirigidas a solucionar sus necesidades y la programación, producción y entrega de los trabajos.

II. ANTECEDENTES DE PEARSON EDUCACIÓN

La editorial Pearson Educación Latinoamérica Norte es parte de uno de los grupos editoriales más grandes del mundo que atiende la promoción y distribución directa a los mercados de Latinoamérica y España. Además, proporciona servicios a las compañías del Caribe y de la Región Andina.

Es parte de Pearson PLC, una compañía internacional de medios que liderea negocios en la educación, la información estratégica de negocios, produce programas para la televisión internacional y publicaciones para diversos lectores. Provee en varias regiones del mundo a estudiantes, profesores y público en general, de las herramientas necesarias para facilitar el proceso de enseñanza y aprendizaje. Para ello, cuenta con los últimos avances en tecnología educativa.

Son la principal compañía de educación del mundo, con sellos tales como *Addison Wesley, Allyn & Bacon, Longman, Penguin, Prentice Hall* y *Scott Foresman*. A través de sus libros de textos y herramientas multimedia de aprendizaje proporcionan una extensa gama de contenido para los estudiantes de distintas áreas profesionales y niveles educativos. Cuenta con oficinas regionales en la ciudad de México, Argentina, Puerto Rico, Guatemala, Chile, Colombia, Brasil, así como en Estados Unidos y España.

Pearson Educación publica de manera periódica, los siguientes diarios: *The Economist, El Cronista* (en Argentina), *El Diario* (en Chile), *Financial Times* (en E.U. e Inglaterra), *FT Business, Recoletos, Marca* y *Expansión* (estas tres últimas en España).

Delinean su filosofía de acuerdo con los siguientes puntos:

Con sus clientes:

- Los clientes siempre tienen la razón, aun cuando se equivoquen; Pearson Educación debe estar siempre alerta, siempre un paso adelante.
- Deben hacer hasta lo imposible por mantenerlos satisfechos, atentos a sus necesidades, sus gustos y los cambios que éstos tengan.



FIGURA I.3 LOGOTIPO DE PEARSON EDUCACIÓN



FIGURA I.4 LOGOTIPO DE PEARSON/PRENTICE HALL

Con sus empleados:

- Los empleados son el capital más importante de la compañía, el negocio depende de la gente. En Pearson, la planta productiva es seleccionada por lo que hace y por sus valores.
- Deben ser el mejor lugar para trabajar y lograr el mejor ambiente.
- Quieren hacer de Pearson un lugar donde el trabajo despierte pasión y no sea sólo una obligación.
- Deben crear oportunidades de desarrollo.

Con los socios:

- Los accionistas de Pearson son los propietarios del negocio.
- En Pearson los empleados se cuentan entre los socios; así lo sienten y asumen.
- Deben ser una empresa altamente competitiva y rentable.

Con el producto y el mercado:

- Están obligados a tener el mejor producto, de la mejor calidad y el mejor contenido, en el formato que el cliente quiera, en el momento y lugar oportunos.
- Sus publicaciones narran historias, interpretan y brindan datos que sirven de apoyo a estudiantes, investigadores, maestros, profesionales y público en general, que les proporciona los mejores productos y herramientas para su mejor desarrollo, desempeño y toma de decisiones.

Con nuestros autores:

- La propiedad intelectual es su principal activo.
- Respetan los derechos de los creadores de nuestras obras, así como los derechos de otros.

Con los proveedores:

- Son los socios operativos; les exigen calidad, eficiencia y que aporten sus ideas.
- La competitividad de los proveedores es la competitividad de Pearson.

Con el entorno y la comunidad:

- Son el hogar de la compañía y de la gente; son el medio en el que trabajan y les demandan responsabilidad.
- Deben contribuir en el proceso educativo, que es esencial para el desarrollo del entorno y la comunidad.

Además, de manera interna, manejan un código de conducta el cual se presenta a continuación:

CÓDIGO DE CONDUCTA

I. LA GENTE

Creemos que nuestra empresa debe incluir a un grupo de personas con distintas experiencias y puntos de vista. Cuando contratamos a alguien, escogemos el mejor candidato sin tener en cuenta el sexo, edad, raza, origen, religión, o discapacidad. Y hacemos lo mismo en nuestro trato con los proveedores, socios y cualquier otra persona con la cual tenemos relaciones laborales.

La gente que trabaja con nosotros puede esperar que recibirá una remuneración adecuada por su trabajo, así como gratificaciones especiales por un rendimiento sobresaliente.

También puede contar con que recibirá la formación apropiada, las respuestas a sus preguntas, un lugar de trabajo agradable, un trato sin coacciones ni favoritismos, y el respeto a su vida privada, a su dignidad y a su forma de vida fuera del trabajo.

Hacemos todo lo posible por comunicarnos sincera y abiertamente con toda persona que se interese por nuestra empresa, incluyendo a nuestros colegas, proveedores, clientes y accionistas.

II. LA EMPRESA

Procuramos evitar conflictos de intereses entre la empresa y los nuestros propios.

En nuestros quehaceres personales, no competimos con cualquier actividad o negocio de la empresa, directa o indirectamente, ni tampoco aprovechamos la información obtenida dentro de la empresa para ayudar a otros a competir con ella.

No hacemos inversiones privadas que puedan afectar nuestro juicio empresarial. Por ejemplo, no tenemos intereses en otras empresas que compiten con Pearson o que hacen

(continúa)

(continúa)

negocios con la empresa, a menos que hayamos comunicado tal interés al Consejo de Administración o a la Dirección General, y únicamente cuando lo hubieran aprobado por escrito. (No incluye la posesión de cantidades pequeñas de acciones en empresas cotizadas en la bolsa.)

No hacemos negocios en representación de Pearson con alguna empresa con la cual podemos obtener algún beneficio, tanto personal como familiar. No entablamos tratos con proveedores o terceros que pudiesen afectar nuestro rendimiento o criterio en cuanto a los intereses de Pearson.

Tratamos las propiedades de la empresa como si fueran nuestras, pero sin olvidar que no nos pertenecen. Las cuidamos y no las utilizamos para nuestro beneficio personal, excepto en circunstancias especiales y con autorización previa.

Tomamos las medidas necesarias para cuidar los planes y la información de la empresa que llegamos a conocer en el curso de nuestro trabajo, y no revelamos la información a personas ajenas, ni a personas de la empresa, a menos que sea necesario y únicamente cuando seamos autorizados a hacerlo.

Cuando un periodista indaga sobre los asuntos de la empresa, lo dirigimos al departamento de Personas y Organización. Nunca contestamos por nuestra cuenta y lo hacemos únicamente cuando nos lo pide la Dirección General o el Departamento de Personas y Organización.

Procuramos mantener los registros con sumo cuidado para que reflejen con fidelidad las transacciones comerciales a medida que vayan sucediendo. No ocultamos ni alteramos nuestros registros de cualquier manera. No hacemos asientos falsos o ambivalentes. Seguimos todas nuestras políticas de gestión y finanzas.

III. PROVEEDORES, ASOCIADOS Y OTRAS PERSONAS QUE NOS PRESTAN SERVICIOS

Consideramos a nuestros proveedores como socios, y esperamos de ellos un trato justo. Procuramos tratarlos con igualdad basada en criterios objetivos tales como precios y calidad, y en función de criterios intangibles tales como integridad y fiabilidad.

No aceptamos regalos ni gratificaciones de los proveedores actuales y/o futuros, de terceros que se interesen en hacer tratos comerciales con nosotros o que quieren contar con nuestro apoyo por motivos personales o comerciales.

Asimismo, no ofrecemos dinero ni regalos para mejorar nuestra posición, ni a nivel personal, ni a nivel empresarial. Se puede obsequiar o recibir regalos o gratificaciones de poco valor cuando sea posible devolver el favor y siempre y cuando no se comprometa a la empresa.

Respetamos todas las patentes, marcas comerciales, derechos de propiedad, información privada y secretos comerciales, y asimismo la confidencialidad de las personas con que tratamos.

IV. LOS CLIENTES

Lo más importante que podemos hacer para nuestros clientes es ofrecer los mejores productos y servicios.

Cuando los clientes nos hacen preguntas o nos solicitan algo o quieren formular una queja, asumimos que lo que

nos dicen es lo correcto. Nuestra respuesta debe resolver el problema y ser rápida, generosa y amistosa. Nunca culpamos al cliente o a terceros, y siempre mostramos un buen sentido del humor.

Cuando hacemos publicidad o solicitamos nuevos tratos comerciales, siempre vamos con la verdad por delante.

V. LOS GOBIERNOS Y LAS LEYES

Cumplimos con las leyes y las normas de los países con los que tenemos negocios, y no solicitamos u ofrecemos algo: ni promesas, ni regalos, ni cualquier otro obsequio, ya sea para influir en alguien o recibir favores, independientemente de las costumbres comerciales locales.

Cumplimos con las leyes que afectan a las cotizaciones en la bolsa y no negociamos con las acciones de Pearson o de otras empresas cotizadas en la bolsa que sean de la propiedad o controladas por Pearson, salvo durante los periodos declarados como abiertos. Nunca usamos información de la empresa que no se haya hecho pública, para beneficio propio o de terceros.

Nuestra empresa no es partisana. Hacemos donativos a causas educativas o de libertad de expresión, pero no hacemos donativos de cuantía a las personas u organizaciones mismas. Y no los hacemos, sin antes consultar con la oficina de Relaciones Gubernamentales o Dirección de la empresa, con el fin de asegurarnos de que se conforman a estos principios.

Siempre intentamos competir de forma justa y honesta, observamos todas las leyes antimonopolio y de libre comercio.

VI. NUESTRA RESPONSABILIDAD PARA CON LA SOCIEDAD

Como editores de libros educativos, una gran parte de nuestro negocio implica la buena fe con el público y la responsabilidad para servir el interés en el aprendizaje; como editores de prensa nos dedicamos a relatar los acontecimientos sin prejuicio, como una empresa que protege la independencia editorial de los autores y de los editores en general. Esta confianza en nosotros por parte del público define a nuestra empresa, la cual la mantendremos a toda costa.

Intentamos aportar tanto tiempo como dinero a las comunidades de interés con las cuales hacemos negocios, a través de casas de caridad y donaciones de patrocinio, y mediante nuestro apoyo a colegas que ofrecen su tiempo de forma voluntaria a las causas que promueven.

No oponemos a prácticas laborales ilícitas o inhumanas y esperamos que nuestros socios y proveedores hagan lo mismo.

Apoyamos los derechos humanos universales, incluyendo la igualdad de trato en el empleo, lugares de trabajo seguros, libertad de expresión y de reunión, y libertad cultural y económica, y el bienestar social.

Procuramos que nuestras decisiones empresariales sean sensibles a la protección del medio ambiente y que nuestros productos tengan un impacto mínimo en el mismo.

Esperamos que nuestros proveedores y asociados se suscriban a estas responsabilidades legales y sociales, cuando sostengan tratos comerciales con nosotros.

(continúa)

(continuación)

DIVULGACIÓN DEL CÓDIGO DE CONDUCTA DE PEARSON

I. EL CÓDIGO DEBE SER COMPRENDIDO EN TODOS LOS ÁMBITOS

Todos los que trabajan en Pearson recibirán una copia del código, sea de forma electrónica o por escrito. Formará parte del paquete de información que recibe cada nuevo empleado, y estará disponible en nuestra página web y en intranet, así como en las páginas web e intranet de cada una de nuestras empresas afiliadas.

La Dirección será responsable de comentar el Código dentro de sus áreas empresariales y de informar al Director Ejecutivo de Pearson de cómo lo han hecho y cuál ha sido la respuesta.

Si hay algo respecto a estos principios que no entiende, si no sabe cómo aplicarlos, o simplemente desea recibir más ayuda, puede dirigirse a una de las siguientes personas:

Además de su jefe directo, al Director de Personas y Organización dentro de su grupo o bien a la oficina de asuntos jurídicos. Todas las personas que ocupan un cargo de alta dirección de su grupo pueden ayudarle también. Si desea ponerse en contacto con alguien en las oficinas principales de Pearson, puede llamar a Gary Rinck, gerente de asuntos jurídicos del Grupo (+44 (0) 20 7010 2210) o a Robert Harris, gerente de Control del Grupo (+212 641 2454).

También puede llamar a Marjorie Scardino, Directora Ejecutiva de Pearson (marjorie.scardino@pearson.com), a cualquier otro director, o cualquiera en una posición de autoridad en la que confíe.

Procuraremos que todos nuestros proveedores principales reciban un ejemplar de este código y que lo comprendan. Nuestro Departamento de Asuntos Jurídicos y los auditores internos, se asegurarán de que cumplan con el Código a través de los acuerdos comerciales suscritos.

II. HAY QUE ASEGURARSE DE QUE SE CUMPLA CON EL CÓDIGO

Al firmar un contrato con Pearson, usted se hace responsable de cumplir con este código y con todas las políticas que adoptemos, y se anexas a él.

El incumplimiento de este código perjudica el buen nombre y reputación de Pearson y sus negocios, y por tanto nos afecta a todos.

Si usted cree que alguien actúa de una forma inconsistente con las normas de Pearson, debe comunicarlo de inmediato al asesor jurídico de su grupo y a Personas y Organización.

Si este tipo de contacto le resulta incómodo, puede usar de forma gratuita nuestra línea telefónica confidencial, para comunicarnos sus preocupaciones. Dentro de Estados Unidos, llame al 1 866 278 4172; fuera de Estados Unidos, llame al 00 800 7327 7667.

Cuando llame a este número, puede guardar el anonimato, aunque es útil que deje su nombre y demás detalles. Depende de usted. Solamente el Asesor Jurídico del Grupo Pearson (con sede en 80 Strand, Londres) tiene acceso a las llamadas hechas a este número de teléfono.

El grupo tiene la responsabilidad de atender todas las llamadas, y nuestros auditores internos verificarán que lo hagan.

El asesor jurídico de la empresa afiliada o el asesor jurídico de Pearson investigará los comunicados de incumplimiento de este código y contará con los recursos tanto internos como externos para hacerlo. Estas investigaciones serán confidenciales y los resultados serán comunicados al Consejo de Administración de la empresa local y a los miembros apropiados de la Dirección, así como al Consejo Administrativo de Pearson.

Tomaremos cualquier medida necesaria para evitar o impedir que las prácticas comerciales o un comportamiento personal, puedan violar este código, y posiblemente sin considerar si se causó o no algún daño.

No se actuará en contra de cualquier empleado que informe sobre una conducta incorrecta, sea real o percibida. No se restringirá la oportunidad de progresar dentro de la empresa, ni de recibir aumentos de sueldo, ni serán afectadas otras prestaciones que brinda la empresa, a consecuencia de informar acerca de un incumplimiento del código de conducta, sea real o potencial.

Esta promesa de impunidad trae consigo responsabilidades. Es un asunto muy serio acusar a alguien de una conducta no ética. Este derecho y obligación no debe usarse por motivos personales, ni emprenderse sin contar con las pruebas correspondientes.

Las normativas sociales de la empresa exigen que atestigüemos y certifiquemos si hemos cumplido con este código de conducta. En nuestro caso, este código incluye un comportamiento que es parte integral de nuestra cultura y nuestra manera de hacer negocios, así que el simple hecho de que un gerente firme un documento manifestando el cumplimiento no nos dice mucho. En su lugar, el Director Ejecutivo de Pearson enviará un correo electrónico que trate exclusivamente el código a todo el personal de la empresa, destacando en el mensaje algunos puntos y asegurándose de que todos están prestando atención al mismo y que lo han comprendido. Cada persona tendrá que responder. Si todo va bien, una sola línea es suficiente para dejarnos saber que usted y sus colegas están siguiendo las pautas del código. Si requiere de alguna explicación, o si algo le preocupa, escriba más sobre el particular. Nuestro director leerá todos los mensajes para que podamos tener la confianza de que todos hemos aplicado el código en nuestros asuntos comerciales.

Recibí el Código de Conducta de Servicios Administrativos Pearson Educación, S.A. de C.V. y me comprometo a leerlo y cumplirlo durante todo el tiempo que trabaje en esta empresa.

Nombre:

Núm. de empleado:

Fecha de recibido:

Firma #

III. ANTECEDENTES DE LA COMPAÑÍA EDITORIAL CONTINENTAL S.A.

La Compañía Editorial Continental S.A., forma parte de Grupo Patria Cultural, la cual se integró a partir de febrero de 1995 con dos grandes e importantes grupos editoriales: Grupo Cultural y Grupo Editorial Patria. Ambos logran complementarse con esta fusión y el resultado de unirse les permite en este momento cubrir todos los niveles educativos desde preescolar hasta posgrado e incluso áreas de interés general, capacitación y esparcimiento.

Grupo Patria Cultural está integrado por un conjunto de cinco sellos editoriales: Compañía Editorial Continental S.A. (CECSA), Publicaciones Cultural, Editorial Patria, Nueva Imagen y Promexa. Estas editoriales son un grupo que en conjunto reúnen casi mil productos en sus catálogos; y se han moldeado a lo largo de mucho tiempo.

EDITORIAL PATRIA

Con más de 60 años en el mercado (desde 1933) es la editorial de más experiencia del grupo, es el líder en la venta de libros de texto para nivel secundaria. Cuenta con series que cubren las asignaturas de Español, Biología, Introducción a la Física y Química, Historia, Formación Cívica y Ética, y también, es reconocida por colecciones como Piñata y por su colección Historia de México.

PUBLICACIONES CULTURAL

Desde su fundación en 1964, Publicaciones Cultural se ha dedicado a la edición de libros de texto dirigidos a la Educación Preescolar, Primaria, Secundaria y Media Superior con base en los programas oficiales vigentes. Con el propósito de cubrir y satisfacer las necesidades curriculares, institucionales y docentes cuentan con un equipo de autores, asesores y especialistas con amplia experiencia en la investigación, el quehacer educativo y la labor editorial.

COMPAÑÍA EDITORIAL CONTINENTAL S.A. (CECSA)

Se fundó en 1954, desde su aparición, CECSA se ha caracterizado por publicaciones de excelente calidad para los alumnos de este nivel especialmente en las áreas de Ingeniería Civil, Mecánica, Sistemas, Electrónica e Industrial, además de libros de apoyo de Ciencias Exactas y Matemáticas.

NUEVA IMAGEN

Es uno de los sellos editoriales más importantes en el área de Literatura y Ciencias Sociales. Actualmente cuenta con nueve colecciones que integran un importante catálogo con autores renombrados en Filosofía, Ciencias Sociales y Literatura.

PROMEXA

Uno de los sellos editoriales más destacados desde los años 70, ha renovado el mercado de libros de autoayuda, cocina y salud. Estos libros se encuentran en todas partes y son accesibles en su lenguaje, en el tratamiento de los problemas que abordan y en su precio.

El objetivo de este grupo es: editar, producir y comercializar libros, así como aquellos productos y servicios complementarios que permitan satisfacer las necesidades educativas y culturales del mercado nacional e internacional.

Su filosofía se basa en el siguiente concepto: *El servicio al cliente y la calidad en nuestros productos*. Actualmente se ubica en la calle de Renacimiento 180, Col. San Juan Tlihuaca, Azcapotzalco en México, D.F.

En concreto, las metas de Person Educación y CECSA, cada una en su particular forma de producción y desempeño profesional, se encaminaron a realizar un objeto funcional e informativo: un libro. El cual debe realizarse con la calidad necesaria para satisfacer las necesidades específicas para las que fue concebido. Dichas características se presentarán en el capítulo siguiente.



FIGURA 1.5 ALGUNOS DE LOS LOGOTIPOS DE LOS SOCIOS DE GRUPO PATRIA

CAPÍTULO

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES PROVEÍDAS POR LOS CLIENTES EDITORIAL PEARSON EDUCACIÓN Y CECSA



1.1. CATÁLOGO GENERAL DE BACHILLERATO 2002

El rediseño de los interiores del Catálogo General de Bachillerato de la editorial Pearson Educación, para su publicación del año 2002, fue solicitado a EG Corporación en Agosto de 2001, por el supervisor de producción, del área de publicaciones de bachillerato, Enrique Trejo. Con la finalidad de cumplir varios objetivos, los cuales se mencionan a continuación:

1.1.1. NECESIDADES ESTÉTICAS

El rediseño del Catálogo general de bachillerato 2002 debía reflejar, en sus interiores a petición del cliente, lo moderno, elegante, dinámico y competitivo, que tienen las demás publicaciones del área de bachillerato de Pearson Educación. Debería marcar la diferencia entre su edición del año 2001 con la que se está solicitando, mediante la aportación de elementos de diagramación y composición distintos a los que existían en la publicación anterior.

El catálogo, como medio de presentación de los productos de una compañía, en este caso la editorial Pearson Educación, debía englobar en su diseño su filosofía e identidad corporativa, la cual, en uno de sus puntos mencionados anteriormente, se detalla que: *están obligados a tener el mejor producto, de la mejor calidad y el mejor contenido, en el formato que el cliente quiera, en el momento y lugar oportunos.* De ésta aseveración se desprende la exigencia del cliente por solicitar un diseño acorde a los estándares de calidad que una empresa internacional requiere.

El catálogo, además de los requerimientos mencionados debía servir como vehículo entre la empresa y el consumidor para mostrar la gama de publicaciones que se tiene en el área de bachillerato.

1.1.2. NECESIDADES ECONÓMICAS

El rediseño del catálogo debía tener entre sus características la de ser estructurado con base en una sola tinta. Debido a que sería distribuido de manera gratuita a las principales librerías del país, como muestra a los centros educativos de la nación y al público interesado en conocer las ediciones para el área de bachillerato que tiene Pearson Educación. Por tanto, en su producción no debía ser tan costosa.

El catálogo no excedería del número de páginas de su antecesor (114 páginas) pues se contaba con un presupuesto ya establecido, que permitía costear los gastos de una publicación con estas características desde su planeación hasta su impresión.

OBJETIVO:

Mostrar y analizar las necesidades que tuvieron tanto Pearson Educación y la Compañía Editorial Continental, para proponer un diseño acorde a sus intereses, de acuerdo con las características estéticas y funcionales que requirieron.

1.1.3. NECESIDADES DE TIEMPO

Las necesidades en cuanto a tiempo que se solicitaron para el rediseño del catálogo general de bachillerato fueron las siguientes:

- La presentación del catálogo se realizaría dentro del marco de la Feria Internacional del libro de Guadalajara de ese mismo año
- Se debían forzar y hacer más estrechos los tiempos de entrega de capítulos y realización de correcciones con el propósito de dar el espacio debido a la parte de pre-prensa, impresión y acabado para lograr la meta señalada.

Se contaba con dos meses (desde Agosto que se iniciaron las pláticas entre cliente y proveedor, hasta finales de Septiembre) donde se entregaría la obra concluida en un disco compacto para darle salida a negativo y su posterior impresión.

1.1.4. NECESIDADES FORMALES

En el aspecto formal, el cliente solicitó los siguientes requerimientos de estructura del catálogo.

- La medida general para esta edición debería de tener 20.5 centímetros de ancho por 26.5 centímetros de altura.
- Estaría dividida en las siguientes secciones por orden:
 - a) **Preliminares:** donde se ubicará la portadilla, una carta del presidente de Pearson Educación dirigida al lector y el índice de contenido
 - b) **Cuerpo del libro** conformado en bloques o capítulos los cuales deben contener las publicaciones para bachillerato organizados en las siguientes áreas:
 - Ciencias:** que contendrá publicaciones que enmarcan materias como biología, ecología, educación para la salud, física y química.
 - Matemáticas:** que contendría materias como álgebra, álgebra con geometría analítica y trigonometría, matemáticas, geometría y trigonometría, cálculo y precálculo, estadística, temas selectos de matemáticas y computación.
 - Ciencias sociales y humanidades:** donde se ubicarían las publicaciones de comunicación, derecho, desarrollo de habilidades de pensamiento, educación e investigación, orientación, lógica, ética, filosofía geografía, historia de la cultura y del arte, historia de México, historia universal, lengua y literatura, psicología, sociología y economía.
 - Serie AWLI:** la cual es la publicación de las principales obras de las anteriores áreas, en una edición más accesible para los estudiantes.
 - Guías de estudio de Pearson Educación.**
 - c) Al final de lo anterior, contendrá los **índices por autor y por título** de cada obra.
- Los aspectos a resaltar dentro de la composición de cada obra y por orden de importancia debía ser: la **materia**; los **datos bibliográficos:** como el *título*, su *autor*, *universidad a la que pertenece dicho autor*, *año de publicación*, *ISBN*, *número de páginas*, *formato*; la *síntesis de los contenidos* de dicha obra y su *contenido*. Además de la foto de la portada de cada obra.
- En algunos casos, con la integración de nuevas publicaciones o las reediciones de algunas obras, las cuales estaban en proceso de elaboración, se solicitó, el diseño de un ícono que se colocaría en lugar de la portada anunciando su próximo lanzamiento al mercado.

1.1.5. OBJETIVO GENERAL DE LA EDITORIAL PEARSON EDUCACIÓN

En resumen, Pearson Educación como empresa editorial dedicada a la publicación de obras educativas, literarias y de entretenimiento, buscaba la reedición de su catálogo general para sus obras de bachillerato, para el año 2002. Intentando superar lo conseguido con su anterior catálogo. Y presentarlo ante el público dentro de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara en octubre del año 2001.

Cabe mencionar que, se buscaba cumplir con los principios básicos de la empresa al conseguir lo mejor en cuanto a diseño, servicio y costo para una obra de esta índole. Y por consiguiente la búsqueda de nuevos proveedores que cumplan con los requerimientos de calidad que ellos necesitan.

1.1.6. OBJETIVO GENERAL DE LA COMPAÑÍA EG CORPORACIÓN

La empresa para la cual trabajé: EG Corporación de Servicios Editoriales y Gráficos S.A. de C.V., tenía por objetivo el cumplir con los lineamientos que Pearson Educación en cuanto a tiempos de entrega y diseño imponía, debido a que EG Corporación buscaba desde hacía dos años ser proveedor de servicios editoriales para Pearson. Por esta razón se buscaba por todos los medios el buscar la complacencia del cliente a través de ofrecerle propuestas creativas y soluciones adecuadas para sus necesidades y así, integrar a Pearson Educación a la cartera de clientes.

1.2. RELACIONES PÚBLICAS

El libro *Relaciones Públicas. Factor de competitividad para empresas e instituciones*, del autor Carlos Bonilla Gutiérrez, publicado por la Compañía Editorial Continental S.A. (CECSA), fue solicitado para su diseño de interiores y formación en el año de 2002. En un principio fue un proyecto editorial organizado por el Tecnológico de Monterrey Campus Estado de México, que posteriormente fue editado bajo el sello de Grupo Patria Cultural por su socio CECSA.

En este caso, no había un diseño anterior que superar o en su caso igualar, por lo tanto, la forma de abordarlo comenzó desde las pláticas con el cliente y el autor para conocer sus intereses y objetivos, y ofrecer así, propuestas acordes con lo solicitado.

De las reuniones y pláticas realizadas con estos se desprendieron las necesidades que se tratarán en los siguientes subtemas.

1.2.1. NECESIDADES ESTÉTICAS

La solicitud de autor y editor es ofrecer una publicación donde el manejo de las fuentes y los elementos compositivos como gráficas y tablas, resulten amenas y apoyen de manera agradable la información que el lector obtiene al leer su contenido. Por lo tanto se sugirió un diseño que enmarcara características como la elegancia, modernidad y sobre todo sin la rigidez de una composición clásica.

En pocas palabras, un diseño que evite aburrirse al lector por la carga visual que representa la extensión del contenido. Y suavizar este efecto con elementos de apoyo, como pantallas de porcentaje de tinta o fotografías relacionadas con el tema. Hacer de este libro un objeto que transmita calidez sin dejar de transmitir su información de manera seria.

1.2.2. NECESIDADES ECONÓMICAS

Este libro, dentro de su planeación, estaba dirigido a un segmento del público especializado, habría un tiraje corto (entre dos o tres mil ejemplares) y se tendrían que aprovechar los recursos de la manera más eficiente.

De este modo se solicitó que la publicación se diseñara a partir de la utilización de una tinta (negra) con la opción de aprovechar los porcentajes de ésta. Y con la observación de que no rebasara en su formación de las 192 páginas. Es decir se tenían contemplados la utilización de 12 pliegos de papel para su impresión. Y la extensión de la obra consumiría el presupuesto asignado previamente a otras etapas de la publicación.

1.2.3. NECESIDADES DE TIEMPO

El cuanto a los requerimientos de tiempo en este libro, se contó con un plazo de tres meses desde el inicio de las pláticas para la definición del diseño, incluyendo la formación de la obra página por página, las correcciones y la entrega del libro en un disco compacto para darle salida a negativo.

De esta manera se inició el proceso de diseño-formación en el mes de mayo de 2002 y se finalizó en el mes de agosto de ese mismo año.

1.2.4. NECESIDADES FORMALES

Las características de forma que a petición de cliente se requirieron para la elaboración del diseño de Relaciones Públicas fueron las siguientes:

- El libro deberá encajarse dentro de las medidas de 15.5 centímetros por 22.5 centímetros.
- Deberá usarse una tinta (negra) con la posibilidad de aprovechar sus porcentajes.
- Manejar fuentes que hagan de la lectura de la información un ejercicio cálido y agradable.
- Debe estructurarse con las siguientes secciones:
 - a) **Preliminares:** que estará dividida en la página falsa, portadilla, página de legales, dedicatorias, prólogo, presentación, referencias, introducción, contenido y una página dedicada para la biografía del autor.
 - b) **Cuerpo del libro:** conformado por ocho capítulos.
Dentro de cada capítulo se debía marcar una jerarquía para un *título principal* y *otro secundario*.
Además, se buscaría la forma de estructurar *gráficas* y *tablas* para apoyar la información.
Cada capítulo contaría con una *entrada para iniciarlo*, apoyada con una foto que haga referencia al tema a tratar. Teniendo la posibilidad de usar fotos de algún banco de imágenes o usar el collage.
Seguido de la foto, debe ir un *epígrafe* destacándolo del resto de la información.
 - c) *Colofón*.
 - d) Bibliografía.

EPÍGRAFE: Cita de un autor que sirve de encabezamiento a un libro o a un capítulo, en algunos casos podría ser un resumen de dicho capítulo.

COLOFÓN: Nota que se pone al final de un libro que indica el nombre del impresor y la fecha en que se terminó.

1.2.5. OBJETIVO GENERAL DE LA EDITORIAL COMPAÑÍA EDITORIAL CONTINENTAL(CECSA)

El interés de autor y editor (CECSA) era ofrecer una publicación enfocada al mercado especializado en el área de *Relaciones Públicas*, con el fin de ofrecer a quienes lo leyeran, una guía que sirviera de apoyo para las empresas e instituciones que necesitan de las relaciones públicas para desenvolverse en sus respectivos medios.

Sobra decir que esta meta se concretó cumpliendo con los objetivos que CECSA tiene como filosofía: *El servicio al cliente y la calidad en nuestros productos*.

1.2.6. OBJETIVO GENERAL DE LA COMPAÑÍA EG CORPORACIÓN

La solicitud de CECSA para EG Corporación era entregar un producto, con las características anteriores, en el plazo señalado y con la eficiencia y la calidad que un libro de esta índole necesita. Por lo tanto, el objetivo de EG para este caso fue cumplir con los lineamientos impuestos por autor y editora, para obtener el contrato y reafirmar la preferencia que Grupo Patria Cultural tiene hacia EG Corporación como proveedor de servicios.

CAPÍTULO

ANÁLISIS FORMAL DE LOS REQUERIMIENTOS SOLICITADOS POR LOS CLIENTES (PEARSON Y CECSA)

2

2.1. ANÁLISIS FORMAL DE LA EDICIÓN 2001 DEL CATÁLOGO GENERAL DE BACHILLERATO

El análisis formal de la publicación del *Catálogo general de Bachillerato 2001* se realizó con el objetivo de conocer los elementos estructurales y compositivos que conformaron esta edición, y con los datos obtenidos, encontrar soluciones diferentes a las presentadas en la publicación anterior y acordes a los requerimientos que solicitó el cliente para ésta.

Los puntos o elementos en los que se enfocó este análisis, basados en los intereses y propósitos del cliente, son los siguientes:

- Formato
- Diagramación
- Fuentes
- Distribución de imágenes
- Jerarquización de los elementos gráficos y tipográficos
- Distribución estructural
- La economía del papel

2.1.1. FORMATO

El formato utilizado en la publicación del *Catálogo general de bachillerato 2001* se enmarca en las dimensiones de 21 centímetros de ancho por 27 centímetros de altura. Dispuesto de manera vertical. (Ver figura 2.2.)

2.1.2. DISTRIBUCIÓN ESTRUCTURAL

El *Catálogo general de Bachillerato 2001*, en sus interiores, esta dividido en las siguientes secciones:

Preliminares: designadas así porque se encuentran antes del contenido desarrollado del libro y se contabilizan con números romanos (ver figura 2.3). Las preliminares consisten en las siguientes secciones:

- Página 1: Portadilla, donde aparecen, el título del catálogo, el año de su publicación y el logotipo de la editorial.
- Página 3: una carta del presidente ejecutivo de la editorial Pearson y el logotipo editorial.

OBJETIVO:

Analizar la publicación del Catálogo general de bachillerato 2001, para conocer sus atributos editoriales para realizar el rediseño con base en la diferencia e intereses del cliente (Pearson Educación). Y mostrar las necesidades y requerimientos del cliente (CECSA) para diseñar "Relaciones Públicas", dado que fue una obra totalmente nueva.



FIGURA 2.1 CUBIERTA (1A Y 2A DE FORROS) DEL CATÁLOGO GENERAL DE BACHILLERATO EN SU EDICIÓN 2001.



FIGURA 2.2 DIMENSIONES DE UNA PÁGINA DEL CATÁLOGO GENERAL DE BACHILLERATO 2001.

- Páginas de la 5 a la 8: el contenido o índice del catálogo.

Contenido desarrollado de la obra, que abarcaba de la página 1 hasta la 119. Se desarrolló en ocho secciones.

Ciencias, que contenía los temas de biología, ecología, física, química y matemáticas, a su vez, esta última subdividida en las áreas de álgebra, álgebra y trigonometría/Precálculo, cálculo, estadística, fundamentos de matemáticas, geometría, geometría analítica y temas selectos de matemáticas.

Ciencias sociales y humanidades, que tenía los temas de comunicación, contabilidad, derecho, desarrollo de habilidades de pensamiento, educación e investigación, orientación, filosofía (esta seccionada en lógica, ética y filosofía), geografía, historia de la cultura y del arte, historia de México, historia universal, lengua y literatura (subdividida en literatura, etimologías y redacción y ortografía), psicología, sociología, problemas socioeconómicos de México (con el subtema de economía).

Computación.

Especialidades, que trataba los temas de administración y economía (dividida en las secciones de contabilidad financiera, fundamentos de administración y mercadotecnia), electricidad y electrónica y matemáticas aplicadas.

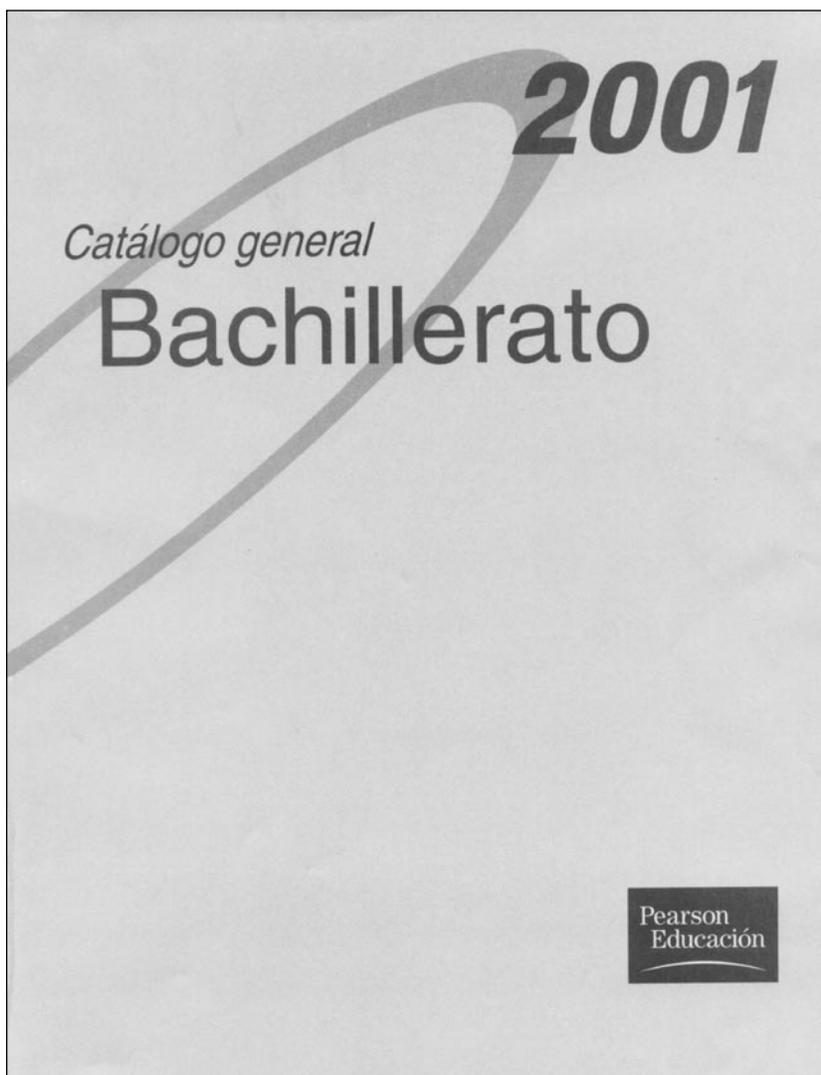
Serie AWLI.

Serie Breda, que contiene los temas de biología, comunicación, derecho, educación, educación física, ética, filosofía, física, geografía, historia, literatura, matemáticas y química.

Diccionarios.

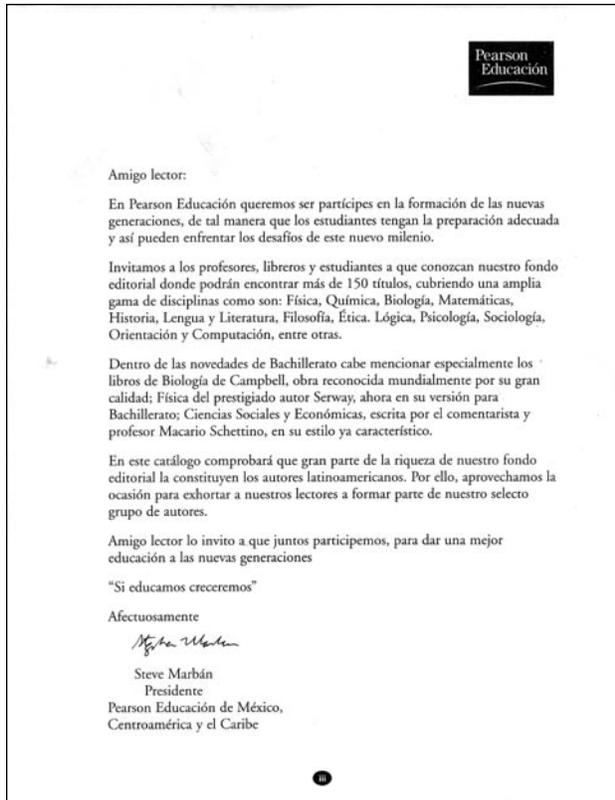
Después del contenido desarrollado, seguían las secciones de los **índices: por autor, y por título**. Y al final, como forma de aprovechamiento del papel, se encontraban **dos páginas con notas**. Estas secciones abarcaban de la página 120 hasta la 128.

En total, el número de páginas utilizadas en esta publicación fue de 136.



Portadilla o 1a página de preliminares

FIGURA 2.3 ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES DEL CATÁLOGO GENERAL DE BACHILLERATO 2001.



Carta del director de Pearson (3a página de preliminares)

CONTENIDO

<p>CIENCIAS</p> <p>BIOLOGÍA</p> <p>Biología, Alexander 2</p> <p>Biología. La vida en la Tierra, 4ª edición, Audesirk 2</p> <p>Biología 1. Unidad en la diversidad, 4ª edición, Audesirk 3</p> <p>Biología 2. Anatomía y fisiología animal, 4ª edición, Audesirk 4</p> <p>Biología 3. Evolución y ecología, 4ª edición, Audesirk 4</p> <p>Biología. Conceptos y conexiones, Campbell 5</p> <p>Biología I, Gama 6</p> <p>Biología II, Gama 6</p> <p>Educación para la salud, Sala 7</p> <p>Educación para la salud, prácticas de laboratorio y campos, Sala 8</p> <p>ECOLOGÍA</p> <p>Ecología, Fernández 9</p> <p>FÍSICA</p> <p>Fundamentos de física, 3ª edición, Blar 9</p> <p>Física. Conceptos y operaciones, Calderón 10</p> <p>Física. Principios con aplicaciones, 4ª edición, Giancoli 10</p> <p>Física. Guía de estudio de física, Gutiérrez 10</p> <p>Física conceptual, 3ª edición, Hewitt 11</p> <p>Física. Manual de laboratorio, 3ª edición, Robinson 12</p> <p>Física, Romaneli 12</p> <p>Física universitaria, 9ª edición, Volumen 1, Sears 13</p> <p>Física universitaria, 9ª edición, Volumen 2, Sears 14</p> <p>Física, 5ª edición, Serway 14</p> <p>Física, 2ª edición, Wilson 15</p> <p>QUÍMICA</p> <p>Química. Química en la comunidad, 2ª edición, American Chemical Society 16</p> <p>Química orgánica. Conceptos y aplicaciones, 5ª edición, Bailey 17</p> <p>Fundamentos de química, 2ª edición, Burns 18</p> <p>Experimentos en contexto Química, manual de laboratorio, Ceretti 18</p> <p>Problemas de química, Chemios 19</p> <p>Química, 7ª edición, Dado 19</p> <p>Química, Garriz 20</p> <p>Tu y la Química, Garriz 20</p> <p>Química para el nuevo milenio, 3ª edición, Hill 21</p> <p>Exploremos la química I, Pedroni 22</p> <p>Exploremos la química 2, Pedroni 22</p> <p>MATEMÁTICAS</p> <p>Álgebra</p> <p>Álgebra elemental, 4ª edición, Argal 24</p> <p>Álgebra intermedia, 4ª edición, Argal 24</p> <p>Funciones en contexto, Hitt 24</p>	<p>Introducción al álgebra, O'Daffer 25</p> <p>Álgebra, Oreyra 25</p> <p>Álgebra, Smith 26</p> <p>Álgebra, 4ª edición, Sobel 27</p> <p>Álgebra y trigonometría/Preálgebra</p> <p>Álgebra y trigonometría con geometría analítica, 3ª edición, Fleming 27</p> <p>Álgebra y trigonometría con geometría analítica, Goodman 28</p> <p>Álgebra, trigonometría y geometría analítica, Smith 28</p> <p>Preálgebra, 5ª edición, Sobel 29</p> <p>Preálgebra, 4ª edición, Sullivan 30</p> <p>Trigonometría y geometría analítica, 4ª edición, Sullivan 30</p> <p>Cálculo</p> <p>Cálculo de una variable, 2ª edición, Finney 31</p> <p>Cálculo de una variable, Pira 32</p> <p>Cálculo diferencial e integral, 6ª edición revisada, Purcell 33</p> <p>Estadística</p> <p>Estadística elemental, 3ª edición, Freund 33</p> <p>Estadística, Toledo 34</p> <p>Estadística elemental, 7ª edición, Triola 34</p> <p>Fundamentos de matemáticas</p> <p>Fundamentos de matemáticas básicas, Aponso 35</p> <p>Matemáticas con tecnología aplicada 1 y 2, Beltran 35</p> <p>Matemáticas 1 y 2, Dimare 36</p> <p>Geometría</p> <p>Geometría, Clemens 36</p> <p>Geometría analítica</p> <p>Geometría analítica, 7ª edición, Fuller 37</p> <p>Geometría analítica y trigonometría, Oreyra 38</p> <p>Temas selectos de matemáticas</p> <p>Temas selectos de matemáticas, Oreyra 38</p> <p>CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES</p> <p>COMUNICACIÓN</p> <p>Comunicación oral. Fundamentos y práctica estratégica, Fonseca 42</p> <p>Manual de comunicación oral, 2ª edición, Maldonado 42</p> <p>CONTABILIDAD</p> <p>Contabilidad práctica siglo XXI, Swanson 43</p>
---	---

Contenido

FIGURA 2.3 ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES DEL CATÁLOGO GENERAL DE BACHILLERATO 2001 (CONTINUACIÓN).

Página común

CIENCIAS

FÍSICA



Física
Conceptos y operaciones
Angel Calderón Gómez
1988
ISBN 989-444-324-X
207 págs. Formato 23 x 17 cm

Física. Conceptos y operaciones constituye una nueva propuesta recreativa y funcional en la que destaca la variedad y cantidad de ejercicios. El autor pone el énfasis conceptual tanto en la exposición teórica como en los ejercicios de autoevaluación, y el énfasis operativo en la exposición teórica, nutrida con ejemplos operativos, y en los ejercicios propuestos en cada capítulo.

Contenido:
Capítulo 1: El universo. Capítulo 2: La física. Aspectos introductorios. 3. El movimiento de los cuerpos.
Capítulo 4: Movimiento en el plano.
Capítulo 5: Leyes de Newton.
Capítulo 6: Energía.



Física
Principios con aplicaciones
4ª edición
Douglas C. Giancoli
1987
ISBN 989-889-899-9
792 págs. Formato 20 x 25.6 cm

El propósito de este libro (a todo color) consiste en proporcionar al alumno una explicación completa de los conceptos básicos de la física y prepararlos para que los emplee en su vida diaria y en su desempeño profesional. A través de casi 300 ejemplos resueltos y aplicaciones en otros campos como la biología, la medicina, la arquitectura, la tecnología, las ciencias de la tierra, el medio ambiente y la vida cotidiana.

Al final de los capítulos se incluyen ejercicios y más de 700 preguntas para comprobar el aprendizaje. Además, la obra cuenta con más o menos 2250 problemas que implican cálculos matemáticos.

Contenido: Introducción. Descripción del movimiento cinemática en una dimensión. Cinemática en dos o tres dimensiones. Vectores. Movimiento y fuerza. Dinámica. Movimiento circular. Gravitación. Trabajo y energía. Cantidad de movimiento. Movimiento de rotación. Cuerpos en equilibrio; elasticidad y fractura. Fluidos. Vibraciones y ondas. Sonido. Temperatura y teoría cinética. Calor. Las leyes de la termodinámica. Carga eléctrica y campo eléctrico. Potencial eléctrico y energía eléctrica. Capacitancia. Corrientes eléctricas. Circuitos e instrumentos en CC. Magnetismo. Inducción electromagnética y ley de Faraday. Circuitos de CA. Ondas electromagnéticas. La luz. Óptica geométrica. La naturaleza ondulatoria de la luz. Instrumentos ópticos. Aplicaciones. A. Repaso de matemáticas. B. Análisis dimensional. C. Ley de Gauss.

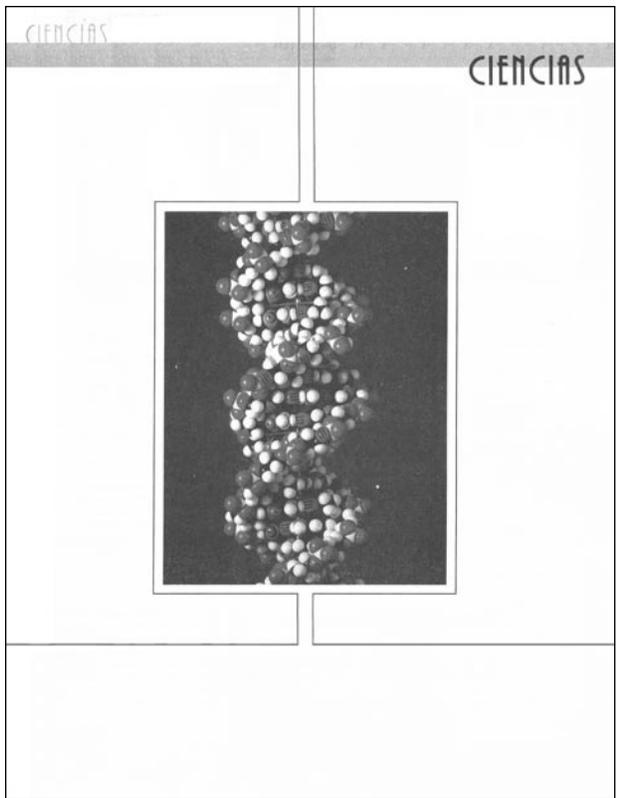


PROXIMAMENTE
Guía de estudio de física
Gutiérrez

Guía de estudio de física
Carlos Gutiérrez Aranzeta
2001
ISBN 970-260-081-0
200 págs. Formato 21 x 27 cm

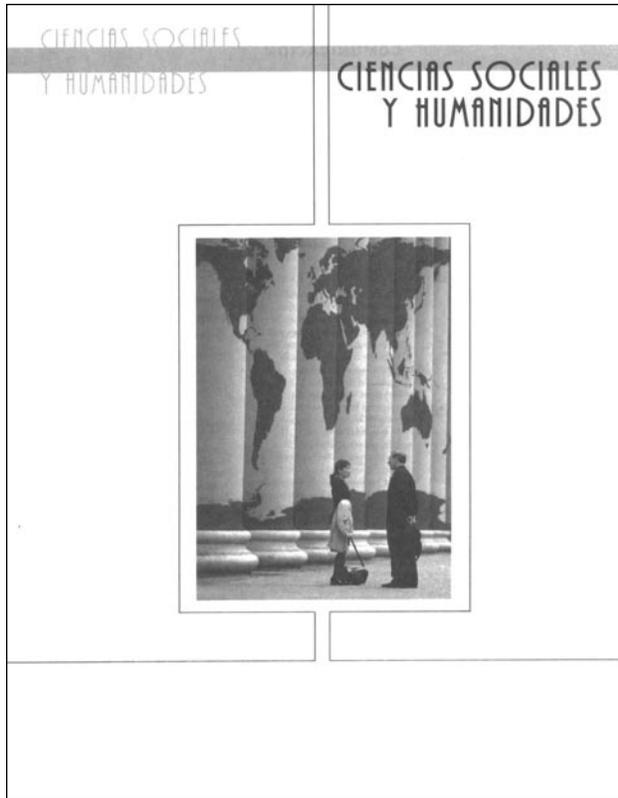
Esta guía tiene el propósito de proporcionar un apoyo a los profesores que imparten el nuevo programa de estudios de la asignatura de física III de la Escuela Nacional Preparatoria de la UNAM, y para los estudiantes que la cursan, es un recurso valioso en el aprendizaje de esta ciencia.

También se pretende propiciar el estudio independiente, de tal manera que con el apoyo de esta guía los estudiantes puedan lograr el autoaprendizaje de los principales conceptos, teorías y las leyes de la física. Por ello, cada unidad cuenta con una presentación que señala los contenidos a estudiar, un mapa conceptual que presenta las relaciones de los conceptos y las leyes que aparecen en la unidad, capítulos en los que se presentan aplicaciones de la física, ejercicios y problemas que permiten al estudiante ejercitar y evaluar lo aprendido. A partir de ejemplos cotidianos, se hace una breve y clara presentación de los conceptos, principios y leyes de cada unidad.

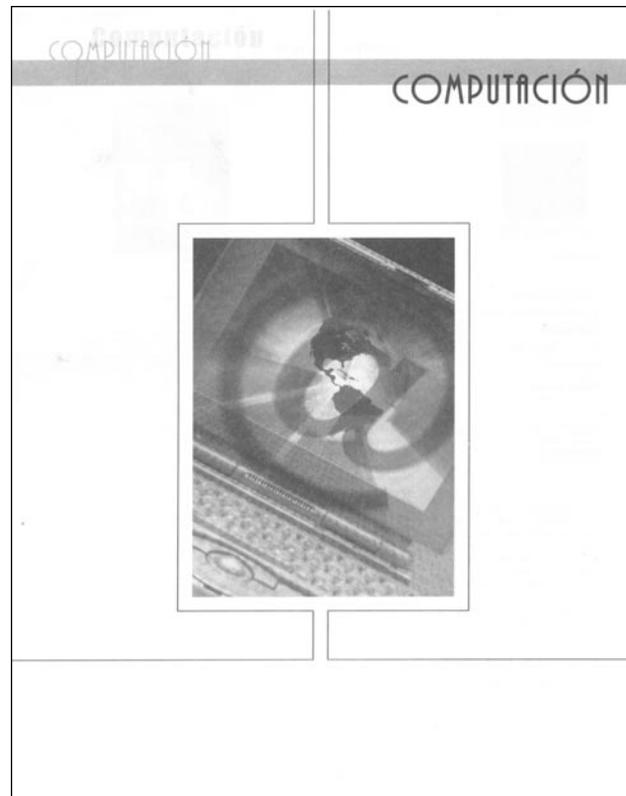


Separador ciencias

FIGURA 2.3 ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES DEL CATÁLOGO GENERAL DE BACHILLERATO 2001 (CONTINUACIÓN).



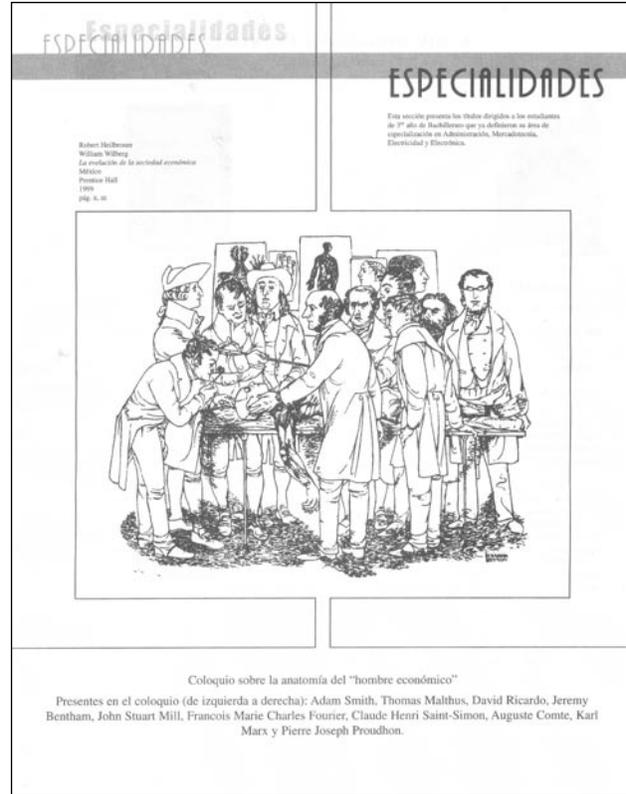
Separador ciencias sociales y humanidades



Separador computación

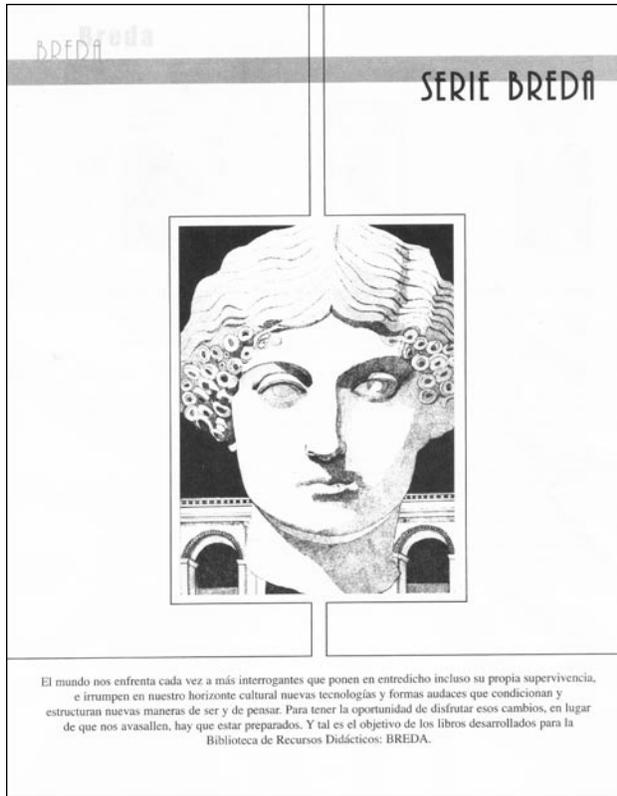
FIGURA 2.3 ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES DEL CATÁLOGO GENERAL DE BACHILLERATO 2001 (CONTINUACIÓN).

Separador especialidades

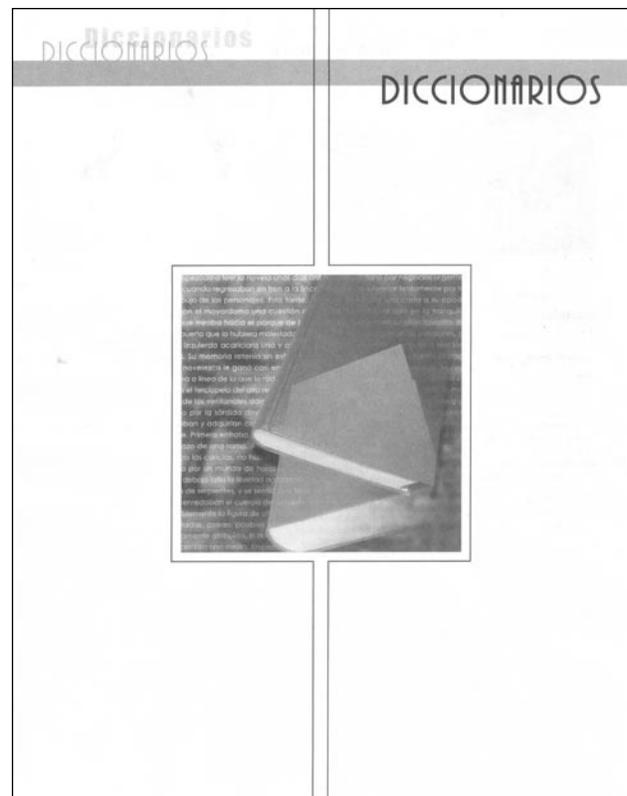


Separador serie AWLI

FIGURA 2.3 ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES DEL CATÁLOGO GENERAL DE BACHILLERATO 2001 (CONTINUACIÓN).



Separador serie BREDa



Separador diccionarios

FIGURA 2.3 ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES DEL CATÁLOGO GENERAL DE BACHILLERATO 2001 (CONTINUACIÓN).

Índice por título

ÍNDICE
Por título

Acerca de la literatura, Calvo 114	Ecología, Fernández 9
Álgebra elemental, 4ª edición, Argel 24	Educación para la salud, prácticas de laboratorio y campo, Salas 8
Álgebra intermedia, 4ª edición, Argel 24	Educación para la salud, Salas 7
Álgebra y trigonometría con geometría analítica, 3ª edición, Fleming 27	Educación para la salud, Tamayo 110
Álgebra y trigonometría con geometría analítica, Goodman 28	El inglés para médicos y especialistas de medicina, Cervo López de Letras, Macklin 118
Álgebra, 4ª edición, Sobel 27	El mundo moderno y contemporáneo. De la era de las revoluciones al mundo globalizado, Delgado 95
Álgebra, Ojeda 25	El mundo moderno y contemporáneo. Volumen I: De los albores de la modernidad a la competencia imperialista, 4ª edición, Delgado 60
Álgebra, Smith 102	El mundo moderno y contemporáneo. Volumen II: El Siglo Veintiuno, 4ª edición, Delgado 61
Álgebra, Smith 26	El placer de la escritura, Correa 70
Álgebra, trigonometría y geometría analítica, Smith 103	Elementos fundamentales de ética, Barra 51
Álgebra, trigonometría y geometría analítica, Smith 28	¿Es o químicamente? Martí 116
Análisis de problemas y toma de decisiones, 2ª edición, Espindola 44	Español 1 y 2, Osóster 72
Aprender a pensar, 3ª edición, Pizarro 110	Estadística elemental, 7ª edición, Tziola 34
Biología 1, Unidad en la diversidad, 4ª edición, Audenirk 3	Estadística elemental, 8ª edición, Freund 33
Biología 2, Anatomía y fisiología animal, 4ª edición, Audenirk 4	Estadística, Toledo 34
Biología 3, Embriología y ecología, 4ª edición, Audenirk 4	¿Está en forma?, Cambeiro 109
Biología I, Gama 6	Estrategias para estudiar, Lasterre 109
Biología II, Gama 6	Ética ciudadana, Valdés 52
Biología, Alexander 2	Ética y convivencia, Brito 109
Biología, Conceptos y conexiones, Campbell 5	Ética, 5ª edición, Rodríguez 102
Biología, La vida en la Tierra, 4ª edición, Audenirk 2	Ética, 5ª edición, Rodríguez 51
Cálculo de una variable, 2ª edición, Finney 31	Ética, 5ª edición, Rodríguez 51
Cálculo de una variable, Piza 32	Etiología prolatina, Amador 68
Cálculo diferencial e integral, 6ª edición revisada, Purcell 33	Etiología, Introducción a la historia del México español, López Chávez 98
Ciencia, metodología e investigación, Rera 47	Etiología, López 68
Cometas textos literarios, Navarro 114	Experimentos de astronomía, Beaman 111
¿Cómo nos comunicamos?, Montaner 107	Experimentos en contexto Química, manual de laboratorio, Cereñi 18
Comprensión y redacción del español básico (Tomos 1, 2, 3 y Guía del maestro), López 70	Exploremos la química I, Pedrosa 22
Computación e informática hoy, Una mirada a la tecnología del mañana, Beekman 82	Exploremos la química II, Pedrosa 22
Comunicación oral, Fundamentos y práctica estratégica, Finessa 42	Expresión escrita, González 106
Contabilidad financiera 1, Calleja 86	Física conceptual, 3ª edición, Hewitt 11
Contabilidad financiera 2, Calleja 86	Física conceptual, 3ª edición, Hewitt 96
Contabilidad práctica siglo XXI, Swanson 43	Física conceptual, Manual de laboratorio, 3ª edición, Robinson 101
Creatividad, Estrategias y técnicas, Espindola 44	Física universitaria, 9ª edición, Volumen 1, Sears 13
Curso de filosofía, 2ª edición, Rodríguez 53	Física universitaria, 9ª edición, Volumen 2, Sears 14
Del presente al pasado, Fernández 113	Física, 2ª edición, Wilam 15
Descubrir la electricidad, Alcázar 111	Física, 5ª edición, Serway 14
Diccionario de tecnología de los alimentos, Badali 118	Física, Conceptos y operaciones, Calderón 10
3ª edición, Niero 119	Física, Guía de estudio de física, Gutiérrez 10
3ª edición, Niero 57	Física, Manual de laboratorio, 3ª edición, Robinson 12
Dinamizar la lectura, Carrillo 108	Física, Principios con aplicaciones, 4ª edición, Giancoli 10
	Física, Romanelli 12
	Funciones en contexto, Hiri 24
	Fundamentos de administración, Conceptos y aplicaciones, Robbins 87

ÍNDICE
Por autor

Aguilar: Geografía general 53	Correa: Literatura universal 65
Aguirregabiria: Taller de sabios 111	Correa: Literatura universal 95
Albared: Griegos y romanos, 1ª edición 113	Correa: El placer de la escritura, 2ª edición 70
Alcázar: Descubrir la electricidad 111	Duchs: Química, 7ª edición 19
Alexander: Biología 2	Delgado: Historia universal, De la era de las revoluciones al mundo globalizado 95
Alvarado: Temas selectos de derecho laboral 43	Delgado: El Mundo Moderno y Contemporáneo, Volumen I, 4ª edición 60
American Chemical Society: Químicos, Química en la comunidad, 2ª edición 16	Delgado: El Mundo Moderno y Contemporáneo, Volumen II: El Siglo Veintiuno, 4ª edición 61
Argel: Álgebra elemental, 4ª edición 24	Delgado: Historia de México I, El proceso de gestación de un pueblo, 2ª edición 55
Argel: Álgebra intermedia, 4ª edición 24	Delgado: Historia de México 2, Estado moderno y crisis en el México del siglo XX, 3ª edición 56
Apostel: Fundamentos de matemáticas básicas 35	Delgado: México: estructuras políticas, económica y social 79
Arnau: Temas y textos de filosofía 52	Dinarte: Matemáticas 1 y 2 36
Arrieta: Introducción a la lógica 49	Epíndola: Análisis de problemas y toma de decisiones, 2ª edición 44
Arya: Matemáticas aplicadas a la administración y a la economía, 3ª edición 90	Epíndola: Creatividad, Estrategias y técnicas 44
Audenirk: Biología 1, Unidad en la diversidad, 4ª edición 3	Epíndola: Fundamentos de la cognición 45
Audenirk: Biología 2, Anatomía y fisiología animal, 4ª edición 4	Fernández: Del presente al pasado 113
Audenirk: Biología 3, Embriología y ecología, 4ª edición 4	Fernández: Ecología 9
Audenirk: Biología, La vida en la Tierra, 4ª edición 2	Fernández: Historia de México 56
Amador: Etimología prolatina 68	Finney: Cálculo de una variable, 2ª edición 31
Amador: Etimología prolatina 68	Fleming: Álgebra y trigonometría con geometría analítica, 3ª edición 27
Badali: Diccionario de tecnología de los alimentos 118	Fonessa: Comunicación oral, Fundamentos y práctica estratégica 42
Baley: Química orgánica, Conceptos y aplicaciones, 5ª edición 17	Freund: Estadística elemental, 8ª edición 33
Baron: Fundamentos de Psicología, 3ª edición 75	Fuller: Geometría analítica, 7ª edición 37
Barros: Un bosquejo de la historia de México. De la prehistoria al milenio mexicano 54	Gama: Biología I 6
Beekman: Computación e informática hoy. Una mirada a la tecnología del mañana 82	Gama: Biología II 6
Beekman: Introducción a la computación 94	García: Geometría y experiencias 115
Beland: Guía de los derechos humanos 108	García: Lenguaje audiovisual 106
Belman: Matemáticas con tecnología aplicada 1 y 2 35	Garriz: Química 20
Bera: Fundamentos de física, 3ª edición 9	Garriz: Tu y la Química 20
Beta: Ética y convivencia 109	Gené-Alonso: Medida y realidad 112
Birkler: Matemática viva 114	Giancoli: Física, Principios con aplicaciones, 4ª edición 10
Beaman: Experimentos de astronomía 111	Gómez: Historia universal, 6ª edición 62
Burro: Fundamentos de química, 2ª edición 18	Gómez: Historia universal, 6ª edición 96
Calderón: Física, Conceptos y operaciones 10	González: Exponés escrita 106
Calleja: Contabilidad financiera 1 86	Goodman: Álgebra y trigonometría con geometría analítica 28
Calleja: Contabilidad financiera 2 86	Gutiérrez: Física, Guía de estudio de física 10
Calvo: Acerca de la literatura 114	Hernández: Imagen y sonido 112
Cambeiro: ¿Está en forma? 109	Hewitt: Física conceptual, 3ª edición 11
Campbell: Biología, Conceptos y conexiones 5	Hewitt: Física conceptual, 3ª edición 96
Carrillo: Dinamizar la lectura 108	HEB: Química para el nuevo milenio, 8ª edición 21
Carrer: Orientación vocacional. Como alcanzar sus metas 48	Hiri: Funciones en contexto 24
Cereñi: Experimentos en contexto Química, manual de laboratorio 18	Barra: Elementos fundamentales de ética 51
Chamson: Problemas de química 19	Barra: Lógica 50
Chavez: Historia de la doctrina filosófica, 2ª edición 52	Barra: Lógica 97
Chavez: Redacción avanzada: Un enfoque lingüístico, 2ª edición actualizada 69	Barra: Lógica, Guadernio de trabajo 97
Clemson: Geometría 36	
Cogdell: Fundamentos de circuitos eléctricos 89	
Cogdell: Fundamentos de electrónica 89	
Corbett: Trabaja maps 112	

Índice por autor

FIGURA 2.3 ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES DEL CATÁLOGO GENERAL DE BACHILLERATO 2001 (CONTINUACIÓN).

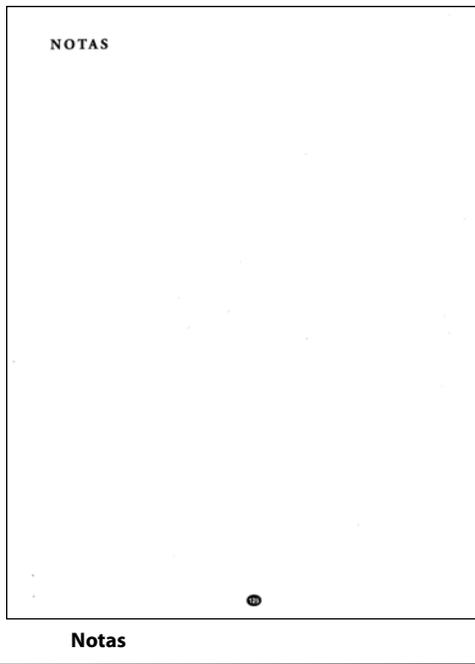


FIGURA 2.3 ESTRUCTURA DE LAS SECCIONES DEL CATÁLOGO GENERAL DE BACHILLERATO 2001 (CONTINUACIÓN).

2.1.3. DIAGRAMACIÓN

En el espacio enmarcado por las dimensiones anteriores, se desprendieron las siguientes medidas, (ver figura 2.4):¹

- *Caja tipográfica con cornisa*: 18 centímetros de ancho por 24 centímetros de altura.
- Distancia de la cornisa a la caja tipográfica 1.9 centímetros.
- *Caja tipográfica sin cornisa*: 18 centímetros de ancho por 21.8 centímetros de altura.
- Distancia del margen derecho al corte del papel: 1.1 centímetros.
- Distancia de la cornisa al corte superior del papel: 1.3 centímetros
- Distancia del margen izquierdo al lomo del libro: 2 centímetros.
- Distancia del corte de papel al margen inferior: 1.75 centímetros
- Distancia del corte de papel al folio: 0.6 centímetros.
- Distancia del folio al margen inferior: 0.6 centímetros.
- Se delimita la composición en tres columnas que cada una mide 5.4 centímetros de anchura por 21.8 centímetros de altura, con un *medianil* que las separa de 0.9 centímetros. Como elemento de apoyo en la separación de cada libro, se encuentra una línea vertical que abarca la altura de la columna. Y se ubica a la mitad de cada medianil.

- Las columnas están divididas a su vez por una retícula de 1 pica (12 *puntos*) de separación entre cada campo. Donde ajusta el texto que da cuerpo a las columnas.

CAJA TIPOGRÁFICA: Espacio delimitado por los márgenes en una página donde se ubicarán los elementos compositivos de una publicación: tipografía e imágenes.

CORNISA: Elemento compositivo del diseño editorial que se ubica, por lo general, en los extremos superior o inferior de la mancha tipográfica. La cornisa puede contener el título del libro, del capítulo y el folio.

MEDIANIL: Espacio generado entre las columnas de una página.

PICA. Unidad de medida tipográfica igual a 12 puntos; pertenece al sistema británico (4.217 mm). En los países de habla española, es común que se le llama cícero, por ser éste también la equivalencia de 12 puntos, aunque tomados de pulgadas diferentes: la pulgada francesa para el cícero y la pulgada británica para la pica.

PUNTO. Unidad de medida para el material de imprenta: en el sistema de unidades británicas se emplea el punto Pica que equivale a 1/72 de pulgada británica (0.3516 mm) y en los demás países de Europa se emplea el punto Didot, que equivale a 1/72 de pulgada francesa (0.3759 mm); en los linotipos y demás máquinas que funden líneas o lingotes equivale a 0.14 pulgadas británicas (0.3556 mm).

RETÍCULA. Es una estructura que divide el espacio en pequeños módulos (o rectángulos), que sirven de guía para ubicar, de forma ordenada, los elementos gráficos y tipográficos de un objeto de diseño, en este caso un catálogo.

¹ Se dan la medidas en centímetros, por el sistema métrico decimal que se utiliza en nuestro país para designar las dimensiones de los objetos, pero en cuanto se traten los temas de fuentes tipográficas, retículas, y cuerpos de texto, se darán las dimensiones en puntos y picas, que son las unidades de medición en los que están basados estos elementos de diseño. Para mayor información consultar las notas que se ubican inmediatamente al lado del texto.

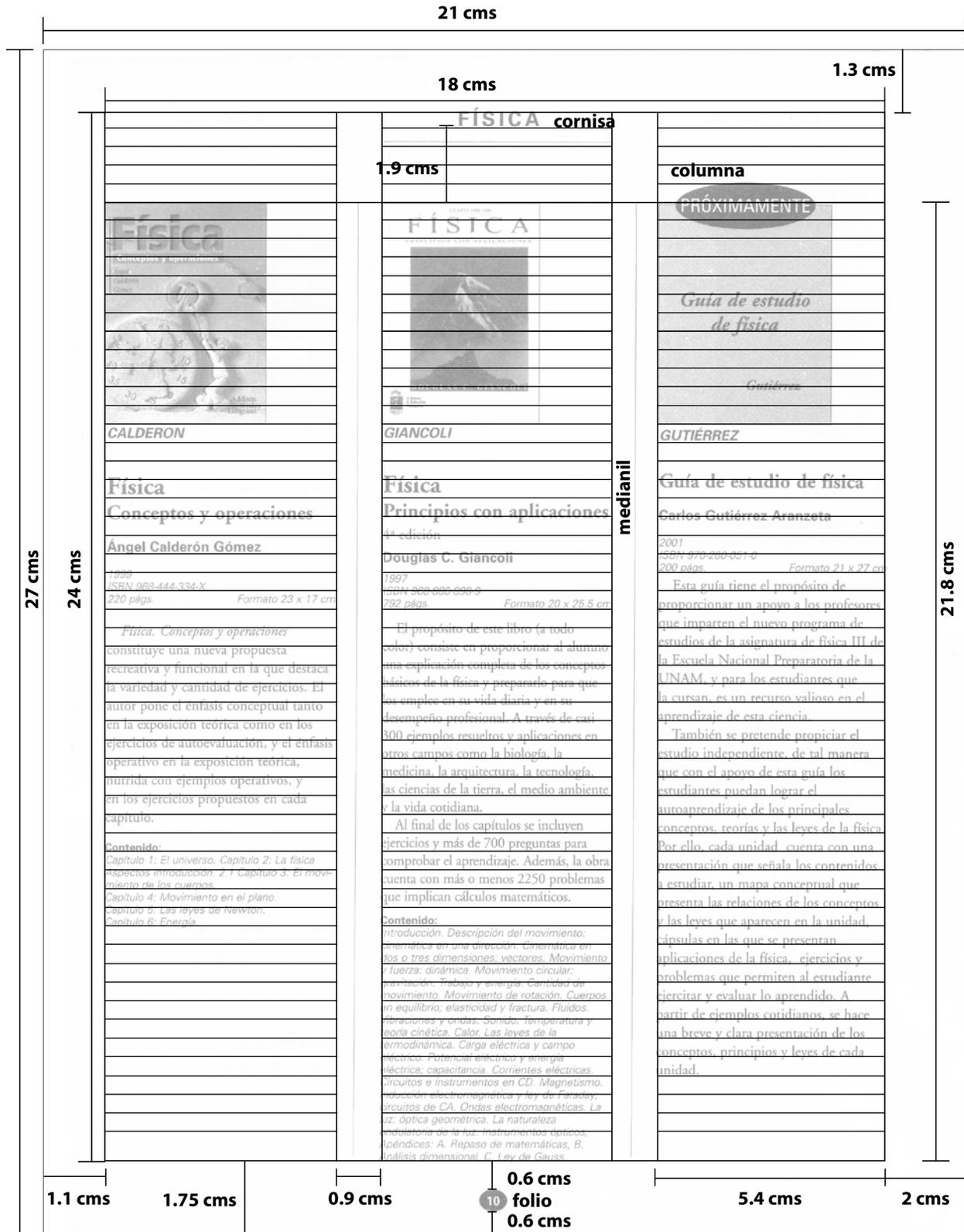


FIGURA 2.4 DIAGRAMACIÓN DE UNA PÁGINA DEL CATÁLOGO GENERAL DE BACHILLERATO 2001.

2.1.4. FUENTES

En lo referente al uso de fuentes tipográficas, dentro de la edición 2001 del *Catálogo General de bachillerato*, se detectaron las siguientes (ver figura 2.5):

- *Garamond* (incluidas sus familias itálica y bold). Usada para el cuerpo general de texto donde se ubicaba la reseña del libro, el título del libro y el número de la edición. Además se usó para denotar en la parte superior de la imagen del libro que era una edición nueva.
- *Arial* (incluidas sus familias, light, light italic y bold). Usada para denotar la cornisa, el autor del libro, los datos bibliográficos como el ISBN, el año, el número de páginas, el formato, y el contenido del libro. Además, utilizada en la palabra “próximamente” para anunciar una obra que estaba en proceso de producción.
- *Anastasia*. Usada en el texto de los separadores de cada sección temática.
- *Helvética*. Utilizada en la sección de preliminares en la portadilla.



FIGURA 2.5 FUENTES UTILIZADAS EN EL CATÁLOGO GENERAL DE BACHILLERATO EN SU EDICIÓN 2001..

2.1.5. JERARQUIZACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS Y TIPOGRÁFICOS

Los elementos gráficos y tipográficos encontrados en esta edición son los siguientes en su orden de aparición:

Preliminares:

- *Portadilla.* Se usó la fuente Helvética con sus familias bold e itálica para denotar el título del libro y el año de la publicación. Se incluyó el logotipo de la editorial en la parte inferior derecha de la página. (Figura 2.6a).
- *Carta.* La fuente utilizada es la Garamond con un tamaño de 13 puntos y un interlineado de 16 puntos. Además se incluyó el logotipo de la editorial en la parte superior derecha. (Figura 2.6b).



a)



b)

FIGURA 2.6 PRELIMINARES DEL CATÁLOGO A) PORTADILLA B) CARTA DEL DIRECTOR

- *Contenido o índice.* Esta parte está diagramada de manera diferente al resto de la publicación, pues aunque respeta los márgenes mencionados con anterioridad, está estructurado en una retícula de dos columnas que miden cada una 8.4 centímetros de ancho por 21.8 centímetros de altura con un medianil de 1.2 centímetros con cornisa, sin cornisa, la parte de la altura aumentó a 24 centímetros. (Ver figura 2.7).

a) El título del contenido se presentó con la fuente Garamond bold de 18 puntos, seguido de una línea de 0.5 puntos de grosor.

- Los títulos de las secciones del contenido están definidos por la fuente Garamond en mayúsculas con un tamaño de 12 puntos.
- Los subtítulos de las secciones se definieron con la fuente Garamond bold de 10 puntos.
- Las subsecciones de los subtítulos se encuentran señaladas con la fuente Garamond bold itálica, con un tamaño de 8 puntos.
- El cuerpo de texto del contenido está estructurado con la fuente Garamond de 8 puntos y un interlineado de 11 puntos.

Dentro del contenido se encontraban los siguientes elementos:

- El separador temático: que es una página que contiene el título de la sección a tratar, con la fuente Anastasia de un puntaje de 41 puntos. Esta contiene además una fotografía en mediotono haciendo referencia al tema a tratar.

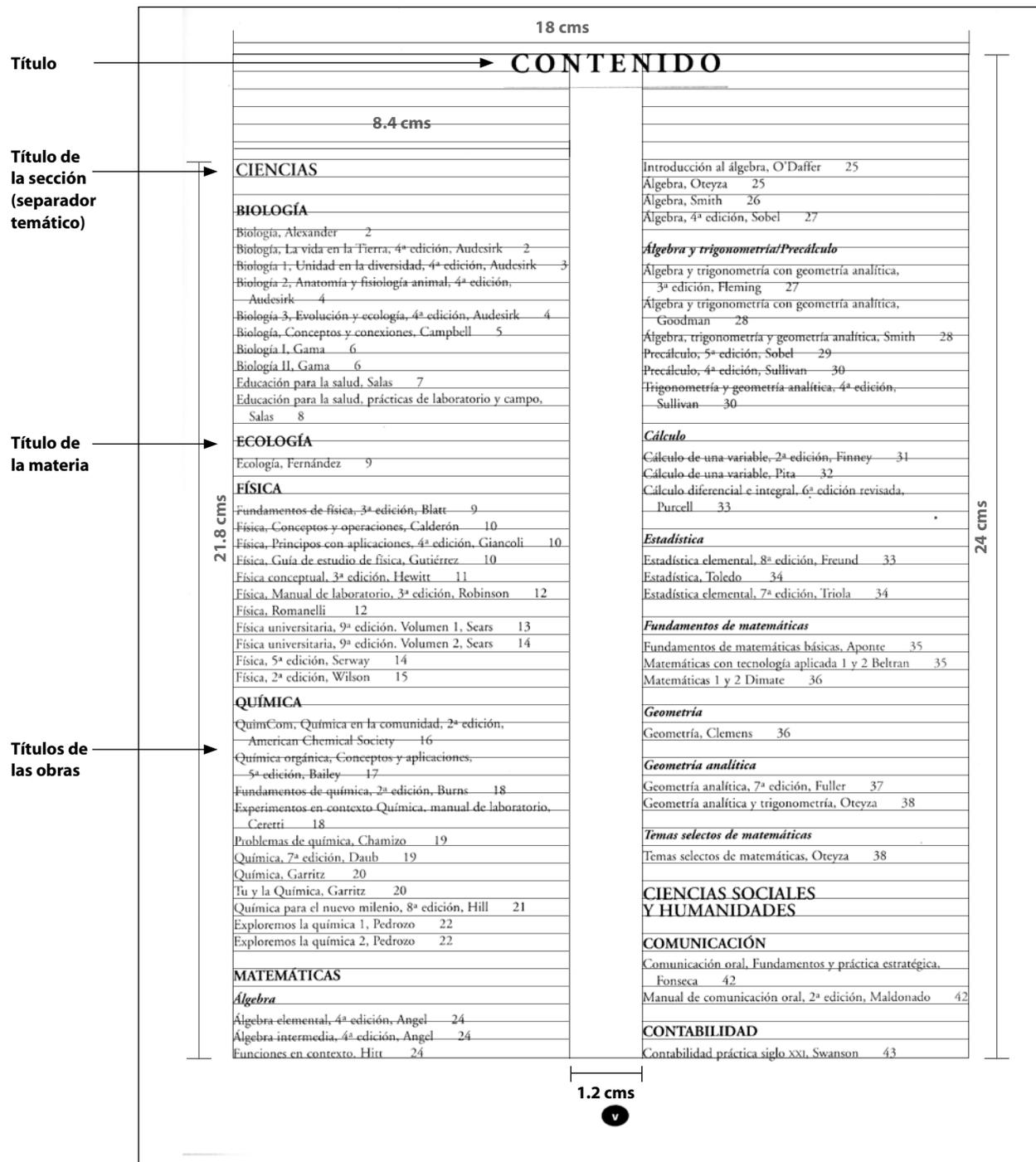


FIGURA 2.7 DIAGRAMACIÓN DE LA PÁGINA DEL CONTENIDO DEL CATALOGO.

- La cornisa, que ubicada en la parte superior de la página que se utiliza para señalar el área científica a la que pertenece el libro, usó la fuente Arial bold con una dimensión de 14 puntos. En algunos casos, de manera inmediata, se observó el área temática de dicha ciencia, designada con la fuente Garamond itálica con 14 puntos de tamaño.
- Imágenes de las portadas de los libros: después de la cornisa, y hacia abajo, se reserva el área donde se ubicaron las portadas, es un espacio que abarcó,

de la parte superior de la caja y hacia abajo un área de cinco centímetros. Un espacio que únicamente ocuparon las portadas, y no sería invadida por ningún otro elemento (ver figura 2.8).

Debajo de las portadas se encuentra como elemento de apoyo, el apellido del autor, con el fin utilitario de una referencia rápida. Esta anotación se definió con la fuente Arial bold itálica con una dimensión de 10 puntos.

- Después de las portadas, se ubicó el título del libro, denotado por la fuente Garamond bold de 15 puntos con una interlínea de 18 puntos, y a

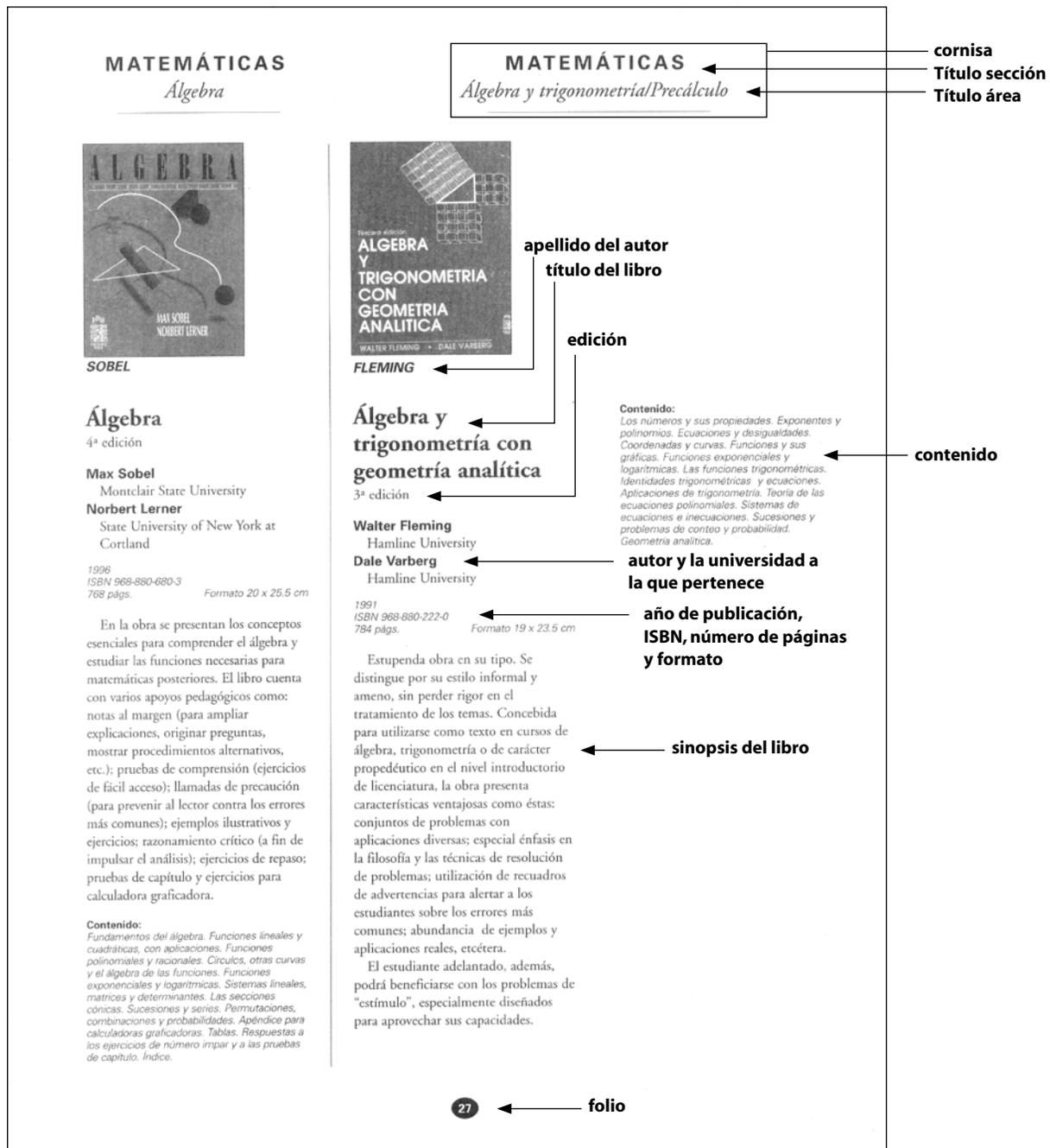


FIGURA 2.8 JERARQUÍA DE ALGUNOS ELEMENTOS COMPOSITIVOS DEL CATÁLOGO.

continuación en orden descendente las siguientes partes de las secciones del texto de las obras.

Edición en fuente Garamond de 10 puntos.

Autor(es): señalados con la fuente Arial bold en 9 puntos con una interlínea de 12 puntos. En algunos casos después del autor, se señala la universidad de procedencia del autor y ésta se realizó con la fuente Garamond de 9 puntos.

Datos bibliográficos: ISBN, número de páginas y formato. En Arial light itálica de 6 puntos con una interlínea de 8 puntos.

Reseña o Resumen del libro: Estructurada con la fuente Garamond de 9 puntos y una interlínea de 12 puntos.

Contenido: esta palabra se encuentra como titular, ubicada después de la reseña denotada con la fuente Arial bold de 7 puntos. Después de esta, sigue el cuerpo textual del contenido que está definido con la fuente Arial Light itálica de 6 puntos de tamaño con un interlineado de 8 puntos.

El folio, ubicado en la parte inferior al centro de la caja, consiste en un ovalo negro sobre el cual, el número correspondiente a la página se encuentra de forma calada y con la fuente Arial bold de 7 puntos.

- Después de lo anterior, las secciones de índice por autor e índice por título fueron estructuradas de la misma forma que el contenido de las preliminares, es decir, a dos columnas pero con un único cuerpo de texto formado con la fuente Garamond de 9 puntos con un interlineado de 11 puntos.

Los elementos mencionados anteriormente, fueron dispuestos compositivamente de manera vertical.

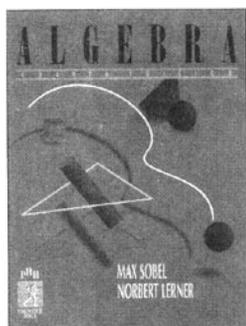
Tanto los elementos gráficos como tipográficos se imprimieron en una sola tinta (negro).

2.1.6 DISTRIBUCIÓN DE IMÁGENES

En las dimensiones tratadas con anterioridad, se menciona que, dentro de la diagramación de cada página, se reserva el área superior de la caja tipográfica (después de la cornisa) y hacia abajo se extiende ocupando 5 centímetros del espacio.

Este espacio solo lo ocuparán las imágenes en mediotono (escala de grises) de las portadas de los libros que se mostraron. En los casos donde no se presenta la portada de algún libro, este espacio se mantiene en blanco y libre de la invasión del texto.

En cuanto al tratamiento visual que se les dio a las imágenes de las cubiertas de los libros, se observó que se presentaron de manera nítida y sin ningún elemento que las apoyara. Sin embargo, cuentan con un enmarcado que rodea a la cubierta de un grosor de línea de 0.5 puntos.



SOBEL



FLEMING

Imágenes de los tratamientos gráficos que se utilizaron para las portadas de los libros en el diseño del Catálogo general de bachillerato en su edición 2001

FIGURA 2.9 TRATAMIENTO DE LAS IMÁGENES DEL CATÁLOGO.

2.1.7. ECONOMÍA DE PAPEL

En el aspecto de la economía y aprovechamiento del papel, se observó que, de acuerdo con el diseño y diagramación de la publicación anterior al *Catálogo general*: la disposición de los elementos en columnas y de manera vertical, se generaron zonas blancas cuando los textos de cada obra se exceden en ocupar una columna, en la parte reservada para las portadas y al término del texto.

Tomando en cuenta que las características de cada libro diferentes, tanto de número de autores, extensión de la reseña y cuerpo de contenido, se formaron columnas irregulares con zonas vacías en la parte de arriba y abajo, de acuerdo con la extensión de las características de cada libro. Y en cierto modo, este diseño desaprovecha el papel.

2.2. ANÁLISIS FORMAL DE RELACIONES PÚBLICAS

En el caso del libro de *Relaciones Públicas*, este no cuenta con una edición anterior, por lo tanto el análisis se basó únicamente en los requerimientos proveídos por el cliente (CECSA) y el autor. Dichos requerimientos, tratados en el capítulo anterior se resumen en los siguientes aspectos:

- Debería denotar elegancia y modernidad sin perder el estilo serio de un libro de esta índole.
- Mostraría elementos de apoyo visual que haga amena la lectura.
- Aprovecharía al máximo la utilización del espacio del papel (15.5 por 22.5 centímetros) y evitar excederse de 192 páginas.
- El aprovechamiento de una sola tinta (negro) y la utilización de porcentajes.
- Definir el diseño, formar la obra página por página, revisiones, correcciones y entrega de archivo digital para salida de negativos en un plazo máximo de tres meses.
- Debería estructurarse con las siguientes secciones:
 - a) Preliminares, que se dividiría en la página falsa, portadilla, página de legales, dedicatorias, prólogo, presentación, referencias, introducción, contenido y una página dedicada para la biografía del autor.
 - b) Cuerpo del libro, conformado por ocho capítulos.
 - c) Marcar dentro de cada capítulo una jerarquía para un título principal y otro secundario.
 - d) Se deberían de estructurar gráficas y tablas para apoyar la información.
 - e) Cada capítulo contaría con una entrada para iniciarlo, apoyado con una foto que haga referencia al tema a tratar. Teniendo la posibilidad de usar fotos de algún banco de imágenes o un *epígrafe* destacándolo del resto de la información.
 - g) *Colofón*.
 - h) Bibliografía

Con base en el análisis de estos requerimientos, solicitados por el cliente y el autor, se comenzaron a desarrollar las propuestas. Pues como se mencionó, el libro *Relaciones Públicas* era una obra nueva y por tanto no poseía antecedentes de diseños anteriores.

EPÍGRAFE: Cita de un autor que sirve de encabezamiento a un libro o a un capítulo, en algunos casos podría ser un resumen de dicho capítulo.

COLOFÓN: Nota que se pone al final de un libro que indica el nombre del impresor y la fecha en que se terminó.

CAPÍTULO

PROPUESTAS DE REDISEÑO PARA EL CATÁLOGO GENERAL DE BACHILLERATO 2002



3.1 CONSIDERACIONES RELEVANTES DEL ANÁLISIS FORMAL

Con base en el análisis desarrollado en el capítulo anterior, se pudieron obtener las guías, que sirvieron para producir el rediseño del *Catálogo general de Bachillerato*. El cual, retomando lo anterior, se resume de la manera siguiente:

- Se busca el rediseño de los interiores del *Catálogo General de bachillerato* para su edición 2002, para dar a conocer los materiales publicados por Pearson Educación, orientados a atender las necesidades educativas del nivel bachillerato. Este catálogo fue dirigido especialmente a los profesores y además, a los proveedores de libros.
- Tendría un formato de 20.5 centímetros de ancho por 26.5 centímetros de altura.
- Se dividiría en secciones tales como las preliminares: la portadilla, la carta del presidente ejecutivo, el índice o contenido, el desarrollo del catálogo en subdivisiones temáticas (matemáticas, ciencias, humanidades, etcétera), los índices por autor y título, y si es necesario una sección para notas.
- Se usaría una tinta (negra) y sus porcentajes en la elaboración del diseño y su formación.
- La diagramación del catálogo 2001 se basó en una organización vertical de los elementos, así que, si el objetivo es proponer un diseño diferente, se conduciría el orden de la composición y de la diagramación del rediseño, de manera horizontal.
- En el uso de las fuentes, se observó la combinación de familias con patines, como la Garamond, y las de palo seco, como la Helvética. Este contraste, nos da una sensación de elegancia y seriedad, que se reafirma con la disposición vertical de los elementos.
Por tanto, para lograr lo que el cliente deseaba obtener (lo moderno, elegante, dinámico, competitivo y, que englobe la filosofía de la editorial) fue necesario seleccionar fuentes que por sus rasgos y características confirieran a la composición dichas propiedades.
- En el uso de las imágenes, en este caso las portadas de los libros, se presentarían como una parte principal en la estructura del catálogo, pues eran los objetos a exhibir dentro de esta publicación. Pero, sin que el tratamiento gráfico aplicado a estas, las opaque o las limite en su percepción.
- No rebasaría las 114 páginas. Por tanto, se configuraría una diagramación que aproveche al máximo el espacio impuesto, sin dejar de lado el carácter estético y funcional de la obra.

OBJETIVO:

Revisar puntualmente el proceso de rediseño que llevó a la creación del Catálogo general de Bachillerato

- Debería diseñarse y formarse en una plataforma digital (Macintosh) y con los programas especiales para diseño editorial (en este caso el programa QuarkXpress) y preparar los archivos para darle salida a negativos e imprimirse por medio del sistema offset.
- En cuanto al tiempo, relativamente estrecho entre la solicitud hecha por el cliente, y la entrega del archivo preparado para darle salida a negativos; se configuraría un diseño que en su ejecución resultara maleable y ayudaría a resolver los problemas de manejo de texto e imagen a los que se enfrentaría.

Estas fueron las bases obtenidas de la concentración de los resultados del análisis formal y los intereses del cliente. Por otro lado, y como parte del proceso, se deben observar los lineamientos propios de esta rama del diseño, la cual basa su método para crear, en la utilización de reglas de organización, estructuración y desarrollo, para obtener un objeto funcional y estético.

3.2. CONSIDERACIONES RELEVANTES EN EL DISEÑO EDITORIAL

De manera breve y concisa se mencionarán a continuación los conceptos básicos que se requirieron para el desarrollo de las propuestas de Diseño Editorial, aplicadas en este caso al catálogo.

El **Diseño Editorial** es aquella actividad que se enfoca a realizar la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos y libros. Para realizar con éxito este tipo de actividad, se deben considerar algunos aspectos preliminares como:

- El tipo de publicación que se va a realizar, se decidirá si es un libro, revista o periódico, pues el diseño depende en gran medida de los lineamientos propios de cada una de ellas. En este particular caso, será un catálogo que exhibirá las publicaciones de la Editorial Pearson Educación enfocadas al área de bachillerato.
- El público al que va dirigido, pues se debe orientar el diseño a agradar y satisfacer las necesidades de información, entretenimiento o comunicación del sector de la población al que será introducido.

3.2.1. PARTES O SECCIONES DE UN LIBRO

En el diseño editorial las partes que componen una publicación deben ser consideradas de una forma flexible añadiendo y eliminando algunas de ellas, de acuerdo con el tipo de publicación y su función.

El interior del libro puede constar de:

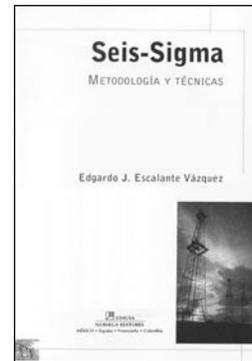
- Página de guarda, es una parte del libro que vá pegada a la cubierta y que une la primera y la última hoja.
- Página de cortesía o de respeto, son páginas en blanco que se colocan al principio, al final, o en ambos sitios, dependiendo de la calidad del libro.
- Página falsa, es la primera página impar después de la portada. Se suele escribir solo el título de la obra o el nombre del autor.
- Portadilla, es la tercera página, contiene el nombre de la obra y en algunas ocasiones el nombre del autor y la editorial. Suele contener los mismos datos que la portada (1a de forros).
- Créditos o Página de derecho. Contiene datos específicos de la edición: año y número de la misma, nombres de los colaboradores (diseñador, fotógrafo, ilustrador, traductor, etc.), Copyright (derechos reservados al autor y editor) e ISBN (International Standard Book Numbers, que corresponde al código numérico del país de edición, editorial y temática del libro).
- Dedicatoria, es la página impar en la que el autor dedica la obra.

- Índice. En el supuesto caso de tratarse más de un tema existirá la necesidad de poder ubicarlo y ver la distribución de los mismos. Para esto se establecerá un índice al principio o al final del texto principal.
- Texto principal. Estará compuesto en la tipografía elegida, y según la elección del cuerpo, interlineado y característica de la caja tipográfica variará su longitud. El cuerpo del libro contiene también, presentación, prólogo, introducción, capítulos o partes, anexos y bibliografía, además de las ilustraciones, láminas o fotografías que contenga.
- Cabezal o encabezamiento (cornisa). Es la indicación del nombre de la obra, autor, capítulo o fragmento ubicado en la parte superior de cada página correspondiente al texto principal (no siempre se utiliza).
- Pie de página. Es la ubicación habitual del folio (o numeración de página) y de las notas y citas correspondientes al texto principal.
- Folio o numeración de página. Es la indicación de la numeración en cada una de las páginas. Para la numeración se considera a partir de la portada en adelante. No se folian las páginas fuera del texto principal ni las blancas.
- Biografía del autor. Se la puede ubicar en las solapas, si las hubiera, o en la contraportada (2a de forros).
- Colofón o pie de imprenta. Son los datos que informan de los participantes de esa edición (imprentas, componedores de textos, pre-prensista, etcétera), el papel utilizado, las tipografías seleccionadas y la fecha y lugar en que terminó de imprimirse. Se ubica al final del libro en página par o impar.

Es importante saber que no todos los libros tienen esta estructura, ya que depende en gran medida del presupuesto y de la imagen que se desea dar. De cualquier forma la utilización o no de estos elementos o partes del libro pueden determinar la calidad de una publicación.



Página falsa



Portadilla

<p>Legales</p>	<p>Dedicatoria</p>	<p>Agradecimientos</p>	<p>Prefacio</p>
<p>Índice o contenido</p>	<p>Página capitular</p>	<p>Cabezal o cornisa con folio</p>	<p>Colofón</p>

FIGURA 3.1 ALGUNAS DE LAS PARTES EN LAS QUE SE DIVIDE UN LIBRO. EJEMPLO DADO POR EL LIBRO: SEIS-SIGMA. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS. ESCALANTE VÁZQUEZ, EDGARDO J. ED. LIMUSA. 436 P.P.

3.2.2. MÁRGENES

Una vez observados los aspectos anteriores, se procede a definir los márgenes. Los márgenes, son el conjunto de dimensiones que se obtienen al delimitar el espacio total de un formato a diseñar, en un espacio o sección donde se colocarán y distribuirán los elementos de la publicación (texto e imágenes). Tienen una doble función:

- Por un lado estética, dejando un margen blanco en los extremos (superior, inferior, derecho e izquierdo) de la composición para que esta sea más clara y agradable de leer.
- Por otro lado práctica, ya que los márgenes pueden servir para facilitar la encuadernación del libro.

Los márgenes se diferencian por su ubicación en el espacio, así, tenemos que existen el margen superior o de cabeza, el margen inferior o de pie, el margen interior o de lomo y el margen exterior o de corte.

Para establecer los márgenes no hay criterios estrictos pero se deben considerar algunos aspectos o particularidades de la publicación, en este caso el catálogo. Por ejemplo, no será lo mismo desarrollar una propuesta para una edición de lujo, en la que suele haber una concesión de espacio de márgenes superior a la concedida en una publicación periódica o revista normal, en las que el espacio de margen es más ajustado.

Si la publicación se imprimirá en un soporte de bajo gramaje (un papel fino), será conveniente que los márgenes sean simétricos para que las manchetas coincidan y no existan transparencias indeseadas que creen un efecto de desfase de las líneas de texto.

Al establecer los márgenes se debe considerar el contenido, pues si éste es demasiado extenso puede ser conveniente que consideremos una zona de márgenes menor para que la publicación no se extienda en exceso y pueda generar otros blancos además de los márgenes.

En el momento de definir los márgenes se puede recurrir a la aplicación de la "regla áurea" o "sección áurea", creando unos márgenes que estén en relación matemática con el formato de la página. Otra opción que se utiliza a la hora de establecer los márgenes de los libros es darle un determinado espacio al margen de cabecera, el 0.75 de éste se le aplica al margen interior o de lomo, el doble del interior al exterior y el doble del margen de cabeza al de pie. Estas proporciones deben tenerse en cuenta y evaluadas junto con otros aspectos de la publicación así como de la idea que tenga el diseñador sobre su trabajo.

Es recomendable no utilizar los cuatro márgenes iguales, pues esto crea un aspecto monótono y carece de tensión compositiva, el cual es uno de los elementos que crea interés visual en el espectador. También, en algunas ocasiones los márgenes menores son los laterales y el margen inferior suele ser mayor que el superior.

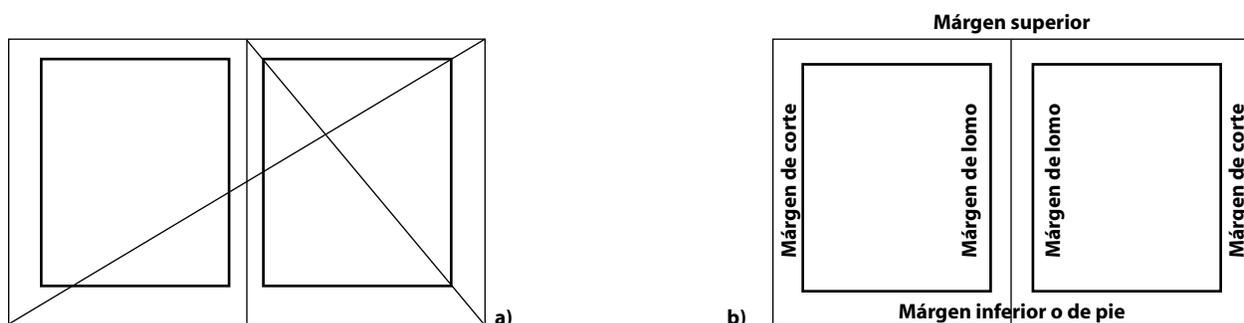


FIGURA 3.2 ALGUNOS TIPOS DE MÁRGENES A) POR SECCIÓN ÁUREA Y B) POR RELACION MATEMÁTICA.

3.2.3. MANCHA O MANCHETA

El espacio generado por los márgenes se le denomina mancha o mancheta, que es la zona de impresión donde estarán los elementos compositivos de la publicación.

Cuando se define un tamaño de mancha se comienza a distribuir el espacio y a crear formatos el formato es el tamaño del área que tenemos para realizar una composición, es decir para diseñar.

En el aspecto Editorial hay ocasiones en las que el formato puede ser elegido por el diseñador, lo que le dá muchas posibilidades a la hora de componer. Pero en la mayoría de las ocasiones esto no sucede y el espacio o formato está predefinido, lo que obliga al diseñador a adaptarse a dicho formato.

De cualquier forma, la composición o ubicación de los elementos, deberá hacerse en coherencia con el formato.

A su vez los formatos se pueden dividir en diferentes estructuras:

1. Formatos de una columna, suele emplearse para libros, mostrando solo texto, una imagen acompañada de texto, o solo imagen.
2. Formatos de dos columnas, ofrece más posibilidades para combinar textos e imágenes.
3. Formatos de tres columnas, también ofrece muchas posibilidades con respecto a la combinación de imágenes y textos de diferentes tamaños.
4. Formatos de cuatro columnas, se suele utilizar en periódicos y revistas, ya que facilita la composición cuando se trata de mucho texto. En cualquier caso hay que tener en cuenta el tamaño de las columnas, ya que condicionará el tamaño de la tipografía.

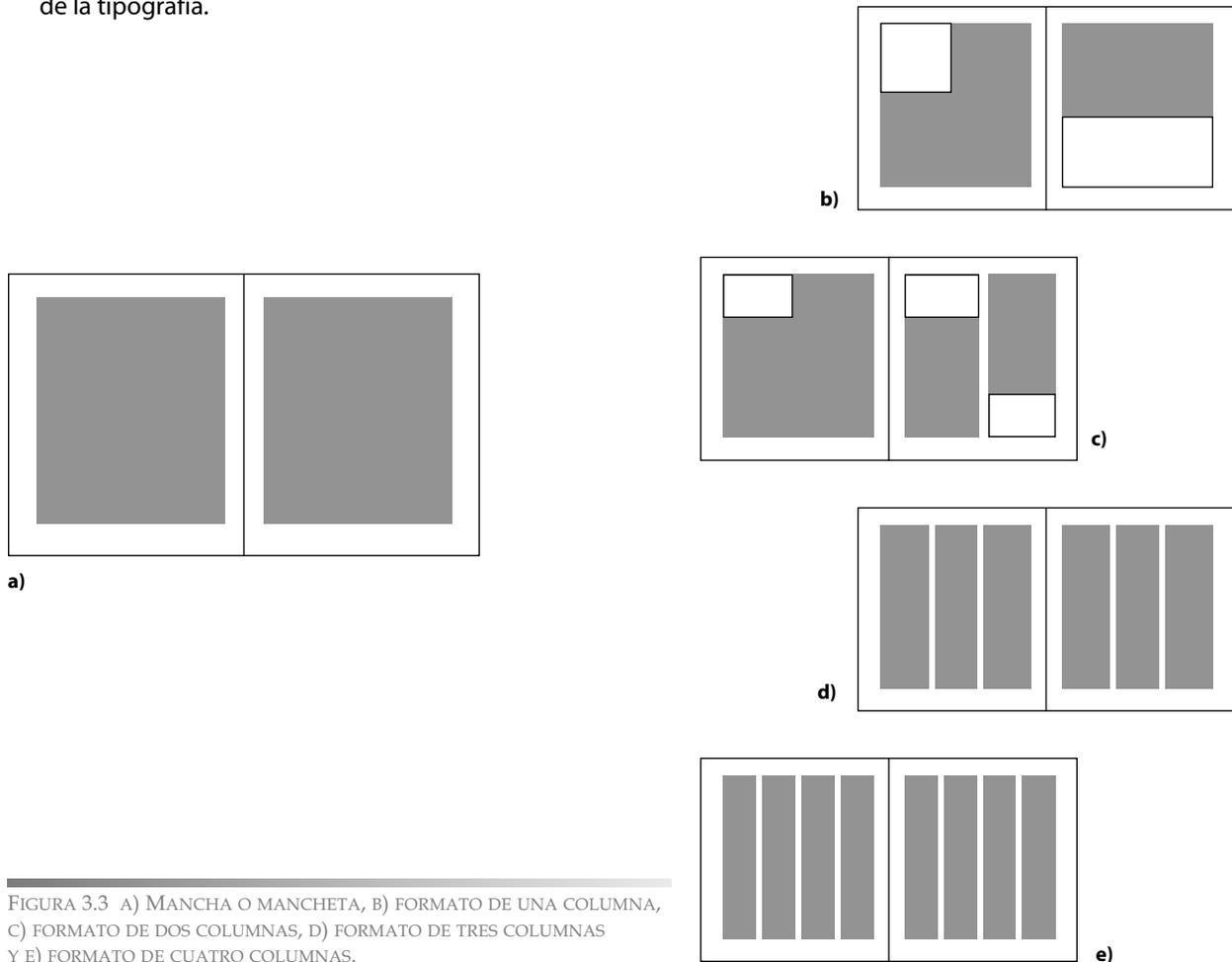


FIGURA 3.3 A) MANCHA O MANCHETA, B) FORMATO DE UNA COLUMNA, C) FORMATO DE DOS COLUMNAS, D) FORMATO DE TRES COLUMNAS Y E) FORMATO DE CUATRO COLUMNAS.

3.2.4. COLUMNAS

Una vez decidido lo anterior, se pueden dividir los formatos en bloques (columnas) que simulen los diferentes contenidos que tendrá la página, de esta forma se generan opciones de cómo puede ser la distribución y el aspecto de la publicación.

En la utilización de las columnas se debe tomar en cuenta la relación entre éstas y el tipo y el tamaño de los elementos utilizados en la publicación. El uso de varias columnas con una anchura corta es recomendable cuando la extensión del contenido es mayor, este recurso dota a la publicación de un cierto carácter de "urgencia o premura"; por el contrario, cuando el número de columnas es menor y la anchura de éstas mayor, se transmite un mensaje más calmo, serio e importante en la propia composición.

La ilustraciones y los títulos pueden ocupar anchos de una, dos, tres o cuatro columnas, dependiendo del énfasis que se desea dar a cada elemento. Teniendo presente que aquellos elementos de mayor tamaño o de trazos más gruesos atraerán la atención de forma más inmediata.

Se debe buscar un equilibrio en el establecimiento de los bloques de texto para que ni la columna sea tan estrecha como para que la vista se agote cambiando continuamente de columna y el contenido resulte entrecortado. Ni tan extenso como para que nos perdamos en unas líneas largas e interminables.

Se deben considerar: el bloque en su conjunto, horizontal y verticalmente, así como con el resto de los elementos de la página y páginas sucesivas, y que el fluir del contenido entre las diferentes columnas permitan una mejor lectura, pero que la estructura tenga una cierta flexibilidad como para introducir ciertos elementos (imágenes, otros bloques de textos, blancos...) que rompan la monotonía y creen interés visual.

De igual importancia es la definición de medianiles, que son los espacios entre las columnas, pues su función principal es la de separar las columnas generando un espacio (descanso) visual que evite, en el momento de leer, la percepción de las líneas de texto como si fueran una.

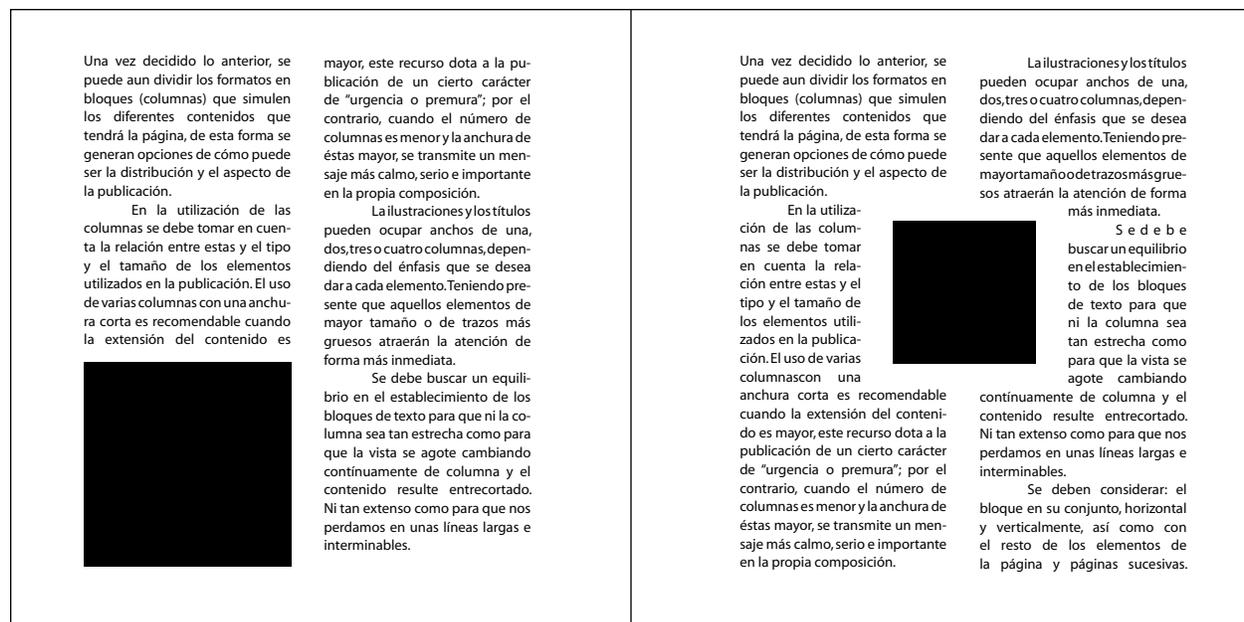


FIGURA 3.4 SIMULACIÓN DEL USO DE LAS COLUMNAS EN UNA PÁGINA.

3.2.5. RETÍCULA

La delimitación de márgenes y el establecimiento del formato de la publicación, posibilita una nueva subdivisión de espacio: la retícula. Una retícula es una estructura, que divide por medio de líneas horizontales y/o verticales, un espacio bidimensional o tridimensional formando módulos o rectángulos llamados campos y espacios nombrados constantes. Esta formación de espacios se utilizan para colocar en ellas los elementos gráficos y tipográficos que se utilizarán para realizar la composición de una publicación o de otro tipo de objeto a diseñar.

La utilización de la retícula, y la subordinación de los elementos a ésta, ofrece a la percepción la sensación de una unidad organizada.

La retícula debe ser un elemento básico del trabajo, pero no debe constituirse en un elemento que limite al no poder realizar modificaciones o utilizar ciertos elementos con un poco de libertad. Por ejemplo, al colocar una serie de imágenes en la maqueta, que se ajustarán a la retícula y a las pautas por ella prefijadas. Si se desea introducir un pie de foto, podría ocurrir que si se ajusta a la retícula quede demasiado apretado y las letras ascendentes o las descendentes pisen la fotografía, para solucionar esta situación se tienen dos posibilidades: dejar una línea y colocar el texto en la siguiente línea, pero el espacio generado entre la imagen y el pie de foto resultaría excesivo; o ajustar la línea base del texto de pie de foto, y hacer que se encuentre en el espacio intermedio de la línea base. En esta segunda situación se ha modificado la retícula para este caso único.

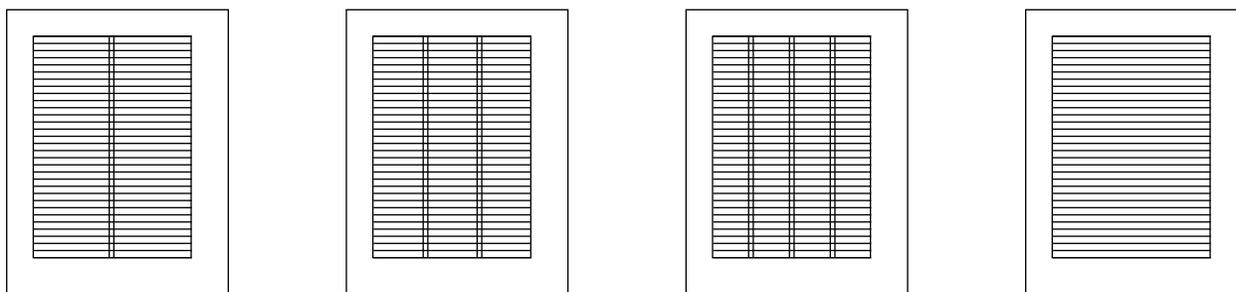


FIGURA 3.5 EJEMPLOS DE RETÍCULAS.

3.2.6 TIPOGRAFÍA

Se denomina tipografía al estudio y clasificación de las diferentes familias o tipos de letras, así como el diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes. Para la clasificación de las distintas tipografías, se han dividido de acuerdo con sus rasgos y características en dos tipos: la fuente y la familia.

Así tenemos que, se denomina como fuente al conjunto completo de caracteres que incluyen letras minúsculas y mayúsculas, numerales, versalitas, fracciones, ligaduras (dos o más caracteres unidos entre sí formando una sola unidad), puntuación, signos matemáticos, acentos, símbolos monetarios, entre otras. Y se conoce como familia a un grupo de tipografías que tienen características similares, pero que se diferencian en su estilo, es decir, si es regular, negrita, cursiva, entre otras.

Fuente: Times New Roman. ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Familia: Itálica. *ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

FIGURA 3.6 EJEMPLO DE FUENTE Y FAMILIA TIPOGRÁFICA.

Las diferentes tipografías se pueden clasificar, de manera global, en los siguientes géneros:

1. Gótico: fue el primer carácter de imprenta usado en Europa. Es un tipo de letra que imita la escritura a mano que llevaban a cabo los monjes con un plumín ancho. Varía desde la más antigua, de ojo pequeño, hasta las influenciadas por el estilo renacentista, de ojo más ancho y más legible.
2. Romana (o con serif): Se distinguen cuatro tipos:
 - a) Son los primeros tipos romanos basado en la columna de Trajano. El palo de la letra está adornado con una base con serif que surge de las letras talladas en piedra (ejemplo).
 - b) De transición: Se denominan así a los que se producen en el siglo XVIII. Las mejores calidades del papel y de impresión posibilitan una variación en su grosor y se hacen más finos (Garamond y Baskerville).
 - c) Modernos: Se caracterizan por tener los serif horizontales y delgados (Bodoni).
 - d) Del siglo XX: mejoran su legibilidad. Se diseñan tipos de letra derivados del romano, con el ojo de mayor tamaño (Times New Roman). Por lo tanto, algunas de estas letras de estilo romano son: Times, Bodoni, Garamond, Bembo, Baskerville o Century Expanded. Además de que existan muchas otras, hay diferentes estilos dentro de cada una, como por ejemplo, Garamond Italic, Garamond Semibold, entre otras.
3. Egipcio: Se deriva del romano. Tienen astas iguales y más anchas y el remate rectangular (Rockwell, Clarendon).
4. Palo seco (o sin serif): Algunas de estas letras son: Helvética, Gill Sans, Franklin Gothic, Frutiger o Futura, Univers. Al igual que el primer grupo, existen muchas más y hay diferentes estilos dentro de cada una, como por ejemplo, Gill Sans Bold, Gill Sans Bold Itálica, etcétera.
5. Otros: Algunos tipos más modernos y con amplias variaciones se escapan de la clasificación anterior creando nuevas familias como, la "caligráfica" que imita la escritura manual, la "mecano" letras densas y pesadas o la ornamental cargada de trazos y adornos.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

FIGURA 3.7 ALGUNOS EJMPLOS DE VARIOS TIPOS DE FUENTES.

Al tener lo anterior como base, se continúa a seleccionar la tipografía. En la selección de una tipografía, acorde con los intereses, se debe tomar en cuenta que va a ser el vehículo por el cual, el lector estará en contacto con el contenido, además de ser un elemento que viene a aportar información visual al diseño general, por lo tanto debe estar en sintonía con el tema y el estilo de la publicación.

No es necesario elegir, muchos tipos para elaborar el diseño, pues podría resultar caótico, al mostrar varios estilos visuales sin ofrecer una línea definida en cuanto al concepto de la publicación. Lo recomendable es seleccionar un tipo que contenga variedades en cuerpos y estilos, ya que eso permite mayor flexibilidad en el momento de diseñar.

Como en un trabajo editorial la presencia tipográfica es amplia y el objetivo del diseñador debe ser que se lea, es conveniente tener en cuenta las leyes de legibilidad tipográfica y facilitar en la medida de lo posible esa lectura. Para ellos se debe hacer una elección de tipográfica para los textos extensos de unos caracteres que sean bien proporcionados y abiertos, con regularidad en los tipos. Si queremos aportar una tipografía más original o poco vista, pero con poca legibilidad, deberemos hacer un uso racional de ella, aplicándola en textos poco extensos. Cuando seleccionemos este tipo de fuente deberemos evaluar que esté acorde con el contenido general o el estilo de la publicación ya que las tipografías decorativas o con una fuerte personalidad caracterizan excesivamente el diseño.

Con respecto al cuerpo tipográfico con el que trabajaremos, debe buscarse una armonía entre ese tamaño, junto con el interlineado y la longitud de las líneas de las columnas. No olvidemos que aunque estemos hablando de un tamaño tipográfico o cuerpo, no todas las letras tienen la misma medida, ya que esto depende de la altura de cada una de ellas. A mayor altura de la fuente mayor legibilidad tipográfica.

Cuando estamos hablando de un bloque de texto se debe optar por una medida tipográfica que estará entre 8, 11 ó 12 puntos, dependiendo de la letra elegida y el tipo de lector al que va dirigida la publicación. En este punto se deben tomar en cuenta las características del lector: edad, grado educativo, estrato social, comunidad étnica y los rasgos que permitan obtener un perfil de gustos y preferencias que aporten guías para un diseño acorde a sus necesidades. Un ejemplo claro es la diferencia en el enfoque dado a los libros infantiles y los de temas especializados.

En un libro infantil, se encuentran bloques de texto cortos con tipos de fuente que resulten atractivas a los lectores (fuentes fantasía) y una predominancia en las ilustraciones sobre los textos. Esto se debe a que al niño, se le está desarrollando el hábito de la lectura y el presentarle textos cortos acompañados de ilustraciones atractivas, se le ofrece una experiencia agradable sin fatigarlo ni aburrirlo.

Por el contrario, un libro especializado, tiende a dar más importancia a la información, ofreciendo bloques de texto más anchos, con una tipografía pequeña o acorde a la extensión del contenido de la publicación. El carácter de las ilustraciones o gráficas, son ahora de referencia o apoyo que ayuden a explicar mejor lo expuesto en el texto.

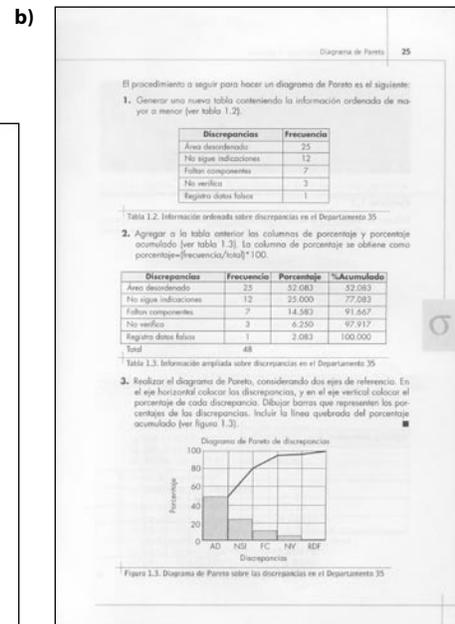
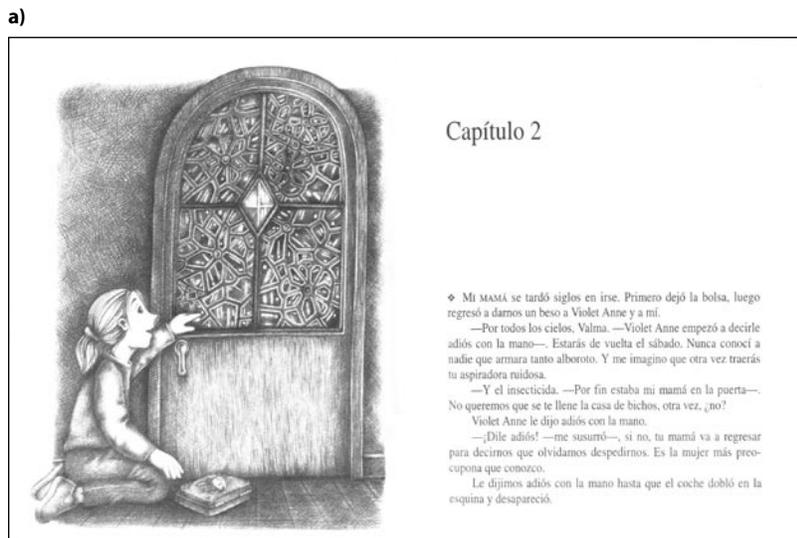


FIGURA 3.8 MUESTRAS DE DOS TIPOS DIFERENTES DE LIBRO A) LIBRO INFANTIL B) LIBRO ESPECIALIZADO.

A partir de la elección del cuerpo de texto, deberemos determinar el interlineado que debe facilitar al lector el salto de una línea a otra sin distracciones ni confusiones, para ello lo normal es que el interlineado sea unos puntos mayor que el tamaño tipográfico que estemos utilizando (se recomienda un 20% más del tamaño del tipo) , indicándose de la siguiente forma: 8/10 o 10/12, que indica un tamaño tipográfico de 8 con un interlineado de 10 o un tamaño de 10 con un interlineado de 12.

Se deben considerar dos cosas en cuanto al interlineado: que la medida de éste será diferentes en las columnas que sean más anchas, ya que requieren un mayor interlineado para seguir manteniendo la legibilidad tipográfica. Y otro punto a considerar es con respecto a la medida de los titulares (36 puntos o más) que en este caso el espacio entre líneas debería reducirse en proporción al aumento del tamaño del punto.

Otro de los elementos a determinar será la anchura de la columna, que de manera evidente debe seguir en relación con los elementos anteriores para buscar esa armonía de legibilidad tipográfica. Lo normal es que las columnas tengan un ancho que puede ir de sesenta a setenta caracteres.

Otros factores a establecer o que pueden ser modificados son el espaciado entre letras llamado también el Track o espaciado entre palabras que tradicionalmente ha sido utilizado por los tipógrafos para alterar la densidad visual del texto. El buen manejo de este espacio, genera al lector una lectura agradable y sin dificultad pues no fuerza la vista al leer. Por el contrario un espacio cerrado crea un efecto de enzimado y apretamiento entre caracteres que hace dificultosa la lectura y termina por cansar al lector.

Se puede utilizar el espacio entre caracteres para romper la monotonía tipográfica y la textura que creamos mediante el texto al aplicarlo a ciertos detalles, por ejemplo, podremos jugar con el interletraje de una determinada frase o un elemento tipográfico (un titular, numeración, nombre de capítulo, etcétera) haciendo que sea mayor o menor.

Cuando a un texto se le aumenta el interletraje se consigue un aspecto de mayor ligereza y elegancia, que puede acrecentarse si el tipo utilizado tiene un grosor fino, creando un efecto delicado. Cuando se forza en sentido contrario la textura tipográfica puede convertirse casi en una masa de color, que utilizado con moderación y siempre teniendo en cuenta la legibilidad, podrá crearnos una sensación de continuidad y de urgencia.

Cuando hayamos determinado estos factores obtendremos una mancha tipográfica o también denominado "color tipográfico" que nos proporcionará una textura formada por el texto de la página y que será en mayor o menor medida denso o gris dependiendo de lo "apretada" que esté la tipografía en el bloque. Podemos hacer una prueba que será alejar la hoja impresa y ver la tonalidad que nos da, si es excesivamente negro el bloque, quizás sería conveniente ajustar algunos de los factores como el interlineado.

En algunos elementos tales como titulares o capitales (letra que da inicio al primer párrafo en un capítulo, generalmente es más grande que el tamaño de tipo normal y se extiende abarcando de dos a tres líneas de ese párrafo), puede que optemos por soluciones más creativas como la utilización de elementos superpuestos para dar un aspecto visual de diferentes planos en el mismo diseño o transparencias. Esto se debe hacer, al buscar un juego de contrastes que nos permitan seguir manteniendo una cierta legibilidad y como un recurso más que no termine cansando al lector. También se pueden romper las estructuras rígidas de los bloques de textos y buscar otras posibilidades que den como resultados bloques deformados o líneas que sean casi más gráficas que tipográficas. Este tipo de recursos pueden ser utilizados, pero hay que evitar hacerlo de forma excesiva o en bloques demasiado largos.

También se debe establecer una organización tipográfica adecuada, que le permita al lector comprender la importancia y organización del contenido de ese texto, resaltando algunas de las partes que establezcan un índice o indicativo de lectura. En definitiva, al desarrollar una lógica tipográfica esta se convertirá en la lógica interna del texto.

Además, como recurso de ordenación de los bloques de texto se puede recurrir a la alineación de los mismos, es así como se tiene:

El texto alineado a la izquierda que es el más natural y recomendable para textos largos. Crea una letra y un espacio entre palabras muy uniforme, y dado que las líneas terminan en diferentes puntos, el lector es capaz de localizar fácilmente cada nueva línea. Esta es posiblemente la forma de alineación de textos que resulta más legible.

La alineación a la derecha va en contra del lector porque es difícil encontrar la nueva línea. Este método puede ser adecuado para un texto que no sea muy extenso, pero no para grandes bloques.

El texto justificado (alineado a derecha e izquierda) puede ser muy legible si el diseñador asegura que el espacio entre letras y palabras sea uniforme y los huecos llamados "ríos" no interrumpen el curso del texto. Normalmente cualquier programa de autoedición facilita al diseñador afinar los espacios. Algunos programas dan dos tipos de justificado, uno el normal y otro en el que se justifica también la última línea.

Las alineaciones centradas dan al texto una apariencia muy formal y son adecuadas cuando se usan mínimamente. Pero debe evitarse configurar textos demasiado largos con este modelo.

Las alineaciones asimétricas se usan cuando el diseñador desea romper el texto en unidades de pensamiento lógicas, o para dar a la página un aspecto más expresivo. Obviamente la configuración de grandes cantidades de texto de esta manera acaba por cansar al lector.

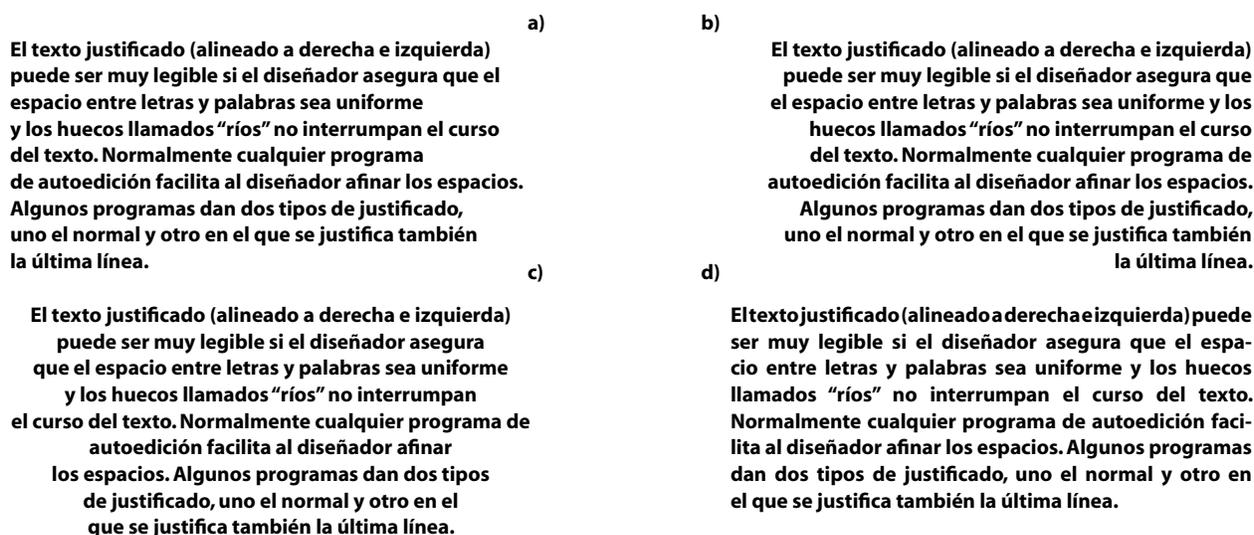


FIGURA 3.9 EJEMPLOS DE ALINEACIÓN DE BLOQUES DE TEXTO: A) A LA DERECHA, B) A LA IZQUIERDA, C) CENTRADA Y D) JUSTIFICADA.

3.2.7. UTILIZACIÓN DE OTROS ELEMENTOS DE DISEÑO.

En la publicación a diseñar, se puede optar por el uso de ciertos elementos que vendrán a complementar la publicación que estamos desarrollando tales como: titulares, subtítulos, secciones, paginación, utilización de capitulares, dimensiones y estilos de las imágenes, que podrían estar contorneadas, entrar en los bloques

de texto o mantener su proporción original, todos estos detalles deberán estar en concordancia con el tipo de publicación que se esté realizando. Algunos de estos elementos o recursos para diseñar son:

- El *sangrado* o *espacio* de seguridad que nos permitirá que aquellas imágenes o color que se encuentre junto al borde no quede con una franja blanca alrededor. A mayor calidad de impresión, menor espacio de sangrado, se sugiere agregar un sangrado de 0.25 a 0.5 cm, para mayor seguridad. También debemos considerar el sangrado del margen central para las ilustraciones incluidas, ya que pueden quedarse con un tamaño insuficiente.
- *Textos destacados*: es un texto que se extrae del propio artículo o texto general y se destaca mediante la tipografía o algún otro recurso (color, líneas, caja de texto, etc.) Normalmente el texto destacado debe ser una frase que resulte un tanto provocativa, para que el lector se sienta atraído por el resto del contenido y suele superar la anchura de la columna invadiendo incluso la columna colindante. Las columnas deberán ser entonces de un ancho suficiente como para que admitan esa invasión del objeto hasta la mitad aproximadamente y tipográficamente no nos queden palabras sueltas que afeen el diseño de la columna. Es recomendable que le habilitemos un espacio reservado que le proporcione un cierto "aire" y permita una mejor lectura. Esta medida también debemos seguirla en todos los elementos que contorneemos.



La función de estos es realizar una pausa en la lectura además de introducir nuevos temas. Cuando se colocan se debe tener cuidado de que no se encuentren a la misma altura en columnas consecutivas, incluso que mantengan una cierta distancia de no menos de cuatro o cinco líneas hacia arriba o hacia abajo, si se produce coincidencia entre ellos generaremos confusión y estableceremos una división visual horizontal de la página que nos romperá el esquema de maquetación total.

- Esta misma consideración de no coincidencia de elementos o blancos a una misma altura, debemos tenerla en cuenta para no generar rompimientos visuales o confusiones de lectura así como efectos antiestéticos en nuestro diseño de página.
- Mediante la colocación de los diferentes elementos ajustados a la línea de caja, se habrá conseguido una marcada línea, que se puede cortar en algunos momentos con ciertos recursos que rompan la monotonía y ayuden a la lectura.
- Dependiendo de que tipo de publicación se trate otros elementos de la maqueta tendrán mayor o menor importancia. No es igualmente importante la numeración o foliado en una novela, en la que la lectura es ordenada y progresiva, que la numeración de una guía, un periódico o una revista, en la que podemos hacer una búsqueda específica de un determinado contenido o lectura. Por lo que la colocación de este tipo de elementos debe ser más evidente y clara.

FIGURA 3.10 ALGUNOS RECURSOS UTILIZADOS EN EL DISEÑO EDITORIAL.

3.3. MÉTODO DE DISEÑO APLICADO A LA GENERACIÓN DE LAS PROPUESTAS

El modelo aplicado para desarrollar el diseño del Catálogo general de Bachillerato está basado en un método que reúne algunas características de la metodología de proyectación de **Gui Bonsiepe**, pero donde en algunos casos se agregan etapas y en otras se suprimen, pues no se adaptan a las circunstancias propias del diseño editorial.

De esta manera, la metodología de proyectación de Gui Bonsiepe, en su forma íntegra aparece así:

1. Estructuración del problema

- 1.1. Localización de una necesidad. Declaración de objetivos a lograr o en el caso de proyectos existentes, objetivos no satisfechos.
- 1.2. Operación, valoración de la necesidad. Comparar la necesidad con otras respecto a su compatibilidad y prioridad.
- 1.3. Operación, análisis del problema proyectual respecto a su justificación.
- 1.4. Operación, definición del problema proyectual en términos generales.
- 1.5. Operación, precisión del problema proyectual
- 1.6. Operación, subdivisión de problemas en subproblemas.
- 1.7. Operación, jerarquización de los problemas
- 1.8. Operación, Análisis de soluciones existentes

2. Diseño

- 2.1. Operación, desarrollo de alternativas o ideas básicas
- 2.2. Operación, examen de alternativas
- 2.3. Operación, selección de mejores alternativas
- 2.4. Operación, desarrollar alternativa seleccionada
- 2.5. Operación, construcción del prototipo
- 2.6. Operación, evaluación del prototipo
- 2.7. Operación, introducir modificaciones eventuales
- 2.8. Operación, construcción del prototipo modificado
- 2.9. Operación, validación del prototipo modificado
- 2.10. Operación, preparación de planos técnicos definitivos para la fabricación.

3. Realización

- 3.1. Operación, fabricación de pre-serie
- 3.2. Operación, elaboración de estudios de costos
- 3.3. Operación, adaptación del diseño a las condiciones específicas del productor
- 3.4. Operación, productos en serie
- 3.5. Operación, valoración del producto después de un tiempo determinado de uso
- 3.6. Operación, introducción de valoraciones eventuales con base en la valoración.

Cabe mencionar que esta metodología fue concebida principalmente para desarrollar proyectos para la aplicación industrial, sin embargo, algunos de sus lineamientos, pueden ser aprovechados y utilizados para aplicarlos, en este caso al desarrollo de una publicación, en este caso el catálogo, que a continuación se presenta el método usado para desarrollarlo.

1. Estructuración del problema

- 1.1. Localización de la necesidad y la declaración de objetivos a lograr.
- 1.2. Subdivisión de problemas en subproblemas.
- 1.3. Jerarquización de los problemas
- 1.4. Análisis de soluciones existentes

2. Diseño

- 2.1. Desarrollo de alternativas o ideas básicas
- 2.2. Selección de mejores alternativas
- 2.3. Desarrollar alternativa seleccionada
- 2.4. Evaluación del diseño
- 2.5. Construcción del prototipo modificado (formación editorial)
- 2.6. Etapa de corrección hecha principalmente por la editorial.
- 2.7. Preparación de archivos para mandar a pre-prensa.

En este caso, la etapa tres de la metodología que es la realización, no se aplicaría, pues la labor, en este caso del que presenta esta memoria, no abarcó la etapa de pre-prensa (producción de negativos), impresión y encuadernado de la publicación.

3.3.1. APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA AL DESARROLLO DEL REDISEÑO DEL CATÁLOGO GENERAL DE BACHILLERATO 2002

3.3.1.1. Estructuración del problema

3.3.1.1.1. Localización de las necesidades y la declaración de objetivos a lograr

La necesidad surgida en este caso es el rediseño de los interiores del Catálogo general de bachillerato para la edición 2002 de la editorial Pearson Educación, que sería presentado en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara del año 2001.

3.3.1.1.2. Subdivisión de problemas en subproblemas

Los problemas que surgieron a partir de la declaración de necesidades por parte del cliente se pueden englobar en tres tipos o áreas: necesidades de tiempo, de forma y de producción.

En las *necesidades de tiempo* el cliente solicitó que desde el inicio de la pláticas, la generación de propuestas, la formación de la publicación (adaptación del contenido y las imágenes al diseño final), la etapa evaluativa y correctiva de lo presentado y la entrega de toda la publicación en archivos digitales compilados en un disco compacto debía ser en un plazo máximo de dos meses.

Las *necesidades de forma*, a su vez se pueden dividir en dos subcategorías: estéticas y de estructura.

- Estéticas, donde se ubica la solicitud del cliente de que esta publicación debía poseer las cualidades de modernidad, elegancia y dinamismo, para reflejar así, la filosofía propia de la empresa que como se mencionó en el primer capítulo se expresa en la frase: *... tener el mejor producto, de la mejor calidad y el mejor contenido, en el formato que el cliente quiera, en el momento y lugar oportunos.*
- Estructura, donde se encuentran las solicitudes del cliente en cuanto a la manera en que se desarrollaría el rediseño, dividiendo al catálogo las siguientes partes:
 - **Preliminares:** portadilla, una carta del presidente de Pearson Educación dirigida al lector y el índice de contenido
 - **Cuerpo del libro** conformado en bloques o capítulos los cuales deben contener las publicaciones para bachillerato organizados en las siguientes áreas: **Ciencias, Matemáticas, Ciencias sociales y humanidades, Serie AWLI, Guías de estudio de Pearson Educación, índices por autor y por título.**

En cuanto a los requerimientos solicitados para jerarquizar el orden de importancia de los elementos que se deben colocar para la explicación de cada obra, destacan los siguientes elementos: la **materia**; los **datos bibliográficos**: como el título, su autor, universidad a la que pertenece dicho autor, año de

publicación, ISBN, número de páginas, formato; la síntesis de los contenidos de dicha obra y su índice. Además de la foto de la portada de cada obra.

- Un ícono que se colocaría en lugar de la portada anunciando el próximo lanzamiento al mercado, en los casos que así lo requirieran.
- En cuanto al formato, el diseño se encajaría en una dimensión de papel de 20.5 por 26.5 centímetros.

Las necesidades de producción se pueden enmarcar en dos rubros que abarcan lo económico y lo técnico.

- En el aspecto económico se encuentran ubicadas las necesidades solicitadas por el cliente en cuanto a que se requiere realizar el diseño con base en una sola tinta (negra) y la posibilidad de usar sus porcentajes y evitar el exceder el número de 114 páginas totales.
- En el aspecto técnico se encontraron, a solicitud del cliente, la necesidad de que el diseño final y la formación editorial de toda la obra se realizara en forma digital, por medio del uso de los programas de edición especiales para diseño (Illustrator, Phothoshop y QuarkXpress) y en plataforma Machintosh. Además, una vez concluida la obra se debería entregar compilada en un disco compacto anexando los archivos desarrollados de todo el libro, las imágenes que se utilizaron, logotipos, iconos y fuentes. Para obtener de estos archivos los negativos que se utilizarían para imprimir la obra.

3.3.1.1.3. Jerarquización de los problemas

En estricto orden de importancia y de acuerdo con la premura de los tiempos, en orden descendente se enumera la prioridad de los problemas.

- a) Desarrollo de las propuestas del diseño.
- b) Selección de una de las propuestas y su depuración, según necesidades y observaciones del cliente.
- c) Aplicación del diseño depurado a la formación estructurada del catálogo adaptando, texto e imágenes página a página (formación editorial).
- d) Etapa correctiva y de observaciones proporcionadas por el cliente (editorial Pearson Educación) su realización y su consecuente nueva revisión.
- e) Preparación de archivos digitales para la elaboración de negativos y su posterior impresión.

3.3.1.1.4. Análisis de soluciones existentes

En cuanto a este punto, la solución existente, su análisis y sus consideraciones, se trataron en el capítulo anterior y al inicio del presente. Por lo tanto se observaron los mismos puntos referidos allí.

3.3.1.2. Diseño

3.3.1.2.1. Desarrollo de alternativas o ideas básicas

Con base en los resultados obtenidos del análisis anterior y de la ubicación de las necesidades del cliente, se desarrollaron las siguientes propuestas.

Propuesta 1

Diagramación

El formato a diagramar es un espacio delimitado con 20.5 centímetros de ancho por 26.5 centímetros de altura. En el diseño editorial, como se mencionó, las medidas para obtener los márgenes y las mancha se estructuran con base en picas y puntos, se hizo la conversión del formato en centímetros a picas, obteniéndose así un espacio de 48p5 de ancho por 62p7 de altura.

Posteriormente, se consideró que para obtener los márgenes habría que segmentar el espacio general de manera numérica, para tener un espacio mejor distribuido. Se eligió una segmentación por tercios, pues siendo que los sistemas

48p5 Y 62p7: Medida que significa 48 picas con 5 puntos y 62 picas con 7 puntos. A partir de este momento las dimensiones se manejan de esta forma

númericos de picas y puntos tienen como base el número 12 (12 puntos es igual 1 pica), y un divisor de este número es el 3. Además, el número 3 es un generador de ritmos. De esta manera, se obtuvieron los siguientes resultados:

$$48p5 \div 3 = 16.166667$$

$$62p7 \div 3 = 20.9$$

De esta manera se obtuvo la división de 16 espacios de ancho por 20 de altura, facilitando así la estructuración de márgenes, por medio de la consecuente subdivisión de los espacios generados (figura 3.11).

A continuación, para delimitar los márgenes se tomó en cuenta la observación del cliente sobre aprovechar al máximo el espacio, por tanto, se buscó configurar un espacio que pudiera seguir la relación divisoria por el número tres y evitar en lo posible la generación excesiva de partes blancas fuera de los márgenes.

Así que, cerrando los espacios a números divisibles entre tres, tenemos, en la anchura los números 15, 12, 9, 6 y 3. Y en la parte de altura, tenemos los números 18, 15, 12, 9, 6 y 3. De estas relaciones numéricas, se seleccionó el espacio generado por 12 campos de ancho (cada espacio de tres picas) por 15 espacios de altura.

El espacio obtenido es un área de 36 picas de ancho por 45 picas de altura. Y para establecer la ubicación de los márgenes, se restó el espacio total entre el espacio obtenido, siendo así que:

$$48p5 - 36 = 12.5$$

$$62p7 - 45 = 17.7$$

Al obtener estos resultados, se delimitaron los márgenes de acuerdo con la relación mencionada (en el apartado 3.2.2. Márgenes), donde nos dice que: se debe dar un determinado espacio al margen de cabecera, el 0.75 de éste se le aplica al margen interior o de lomo, el doble del interior al exterior y el doble del margen de cabeza al de pie. Por tanto tenemos la ubicación de los márgenes con respecto a su posición, de la siguiente manera:

- Margen de cabecera (del corte al margen): 6 picas.
- Margen de pie (del corte al margen): 11.7 picas.
- Margen de lomo (del corte al margen): 4.6 picas.
- Margen de corte: 8 picas.

De esta manera se obtuvieron los márgenes que delimitarían en el espacio para estructurar las propuestas que se desarrollaron para el Catálogo General de Bachillerato, dichos márgenes se aplicaron al resto de las propuestas por tener las mismas características en formato.

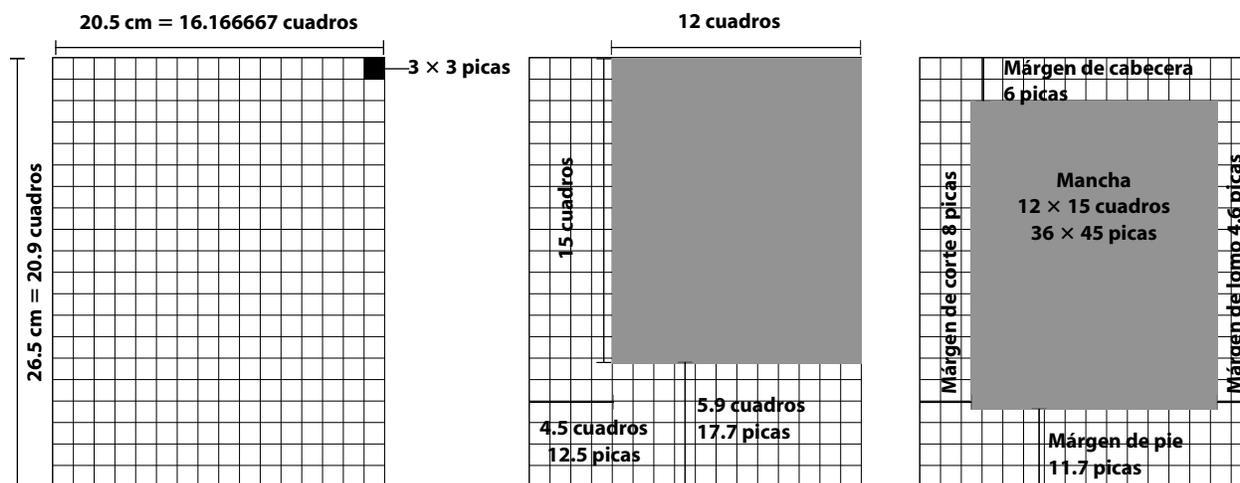


FIGURA 3.11 SECUENCIA DE DIVISIÓN ESPACIAL QUE ORIGINARON LOS MÁRGENES.

Formato y retícula

Los márgenes delineados anteriormente, nos permitieron, visualizar el espacio donde se ubicarían los elementos del diseño. De esta manera, se procedió a elegir el formato de tres columnas en que se subdividiría la mancha. Dicha decisión se debió a continuar con el patrón de división espacial que, desde un principio se le otorgó a la estructuración de los márgenes, además, de que este número dota de ritmo visual y permitiría, en futuras ocasiones, seguir dividiendo el espacio según sus múltiplos y submúltiplos matemáticos.

Así tenemos que, de nuestra mancha de 36 por 45 picas quedaron tres columnas cuyas dimensiones fueron 11 picas de ancho por 45 picas de altura, separadas por dos medianil de 1.6 picas. Estos resultados se obtuvieron al dividir el ancho de la mancha entre tres. Sin embargo, como el resultado es el 12, al multiplicarlo por las tres columnas, abarcaría toda la mancha sin dar espacio al medianil, por lo tanto se decidió, restar una unidad (1 pica) a cada columna, dejándolas con una anchura de 11 picas. De esta manera al multiplicar 11 por las tres columnas se obtuvo la anchura de 33 picas y restaban 3 picas para obtener de ellas el medianil. Así, se le asignó a cada medianil, la distancia de 1.6 picas, la mitad de la diferencia de las tres picas que quedaron al definir las columnas.

Por último, al decidir sobre la retícula que se usaría, se optó por seguir la división mínima de la mancha, es decir, al tener de altura la distancia de 46 picas, se subdividiría en los 46 espacios que la formarían. Debido a que, es un número cerrado que coincide, de manera matemática, con la relación de los sistemas de puntos y picas. Pues cada campo, mediría 12 puntos (ideal para colocar textos de puntaje menor a 11, cuyo tamaño y legibilidad es el más usado en el diseño editorial) y a su vez está equivaliendo a una unidad de medida de otro sistema.

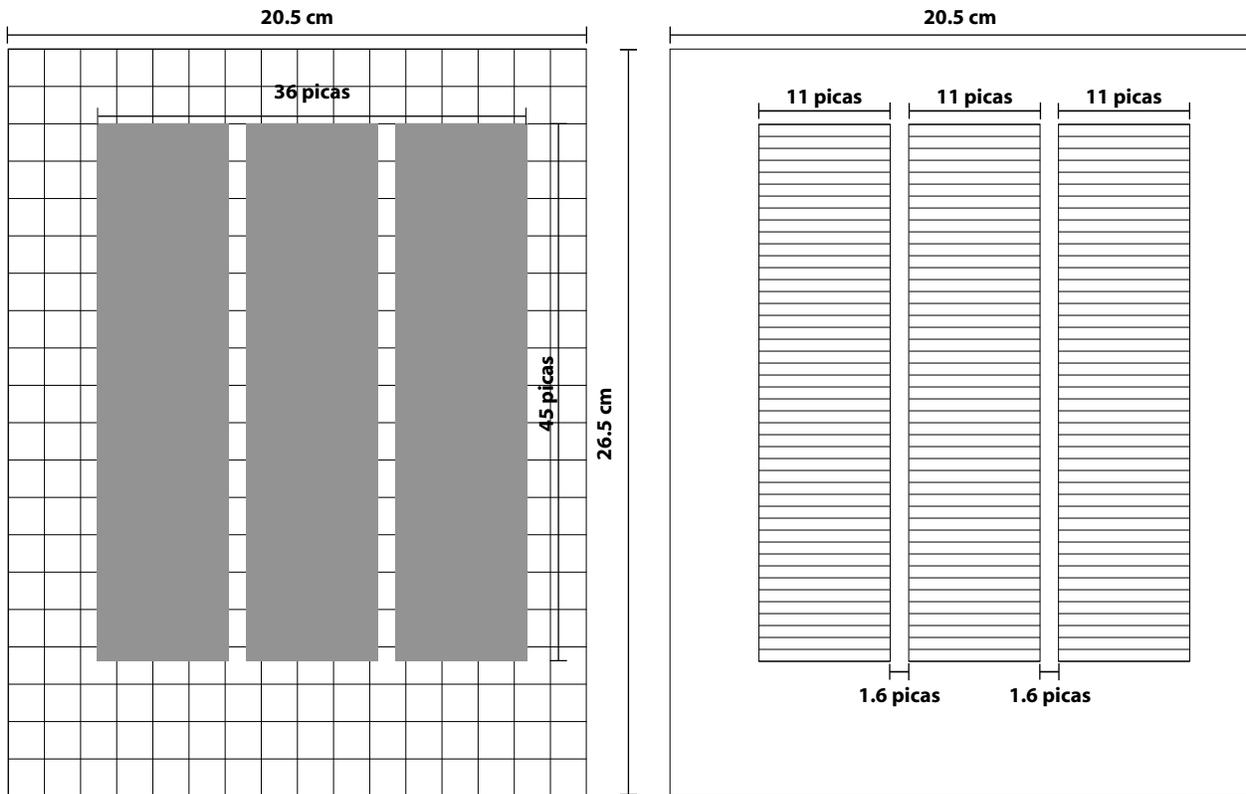


FIGURA 3.12 SECUENCIA DE DIVISIÓN ESPACIAL QUE ORIGINÓ EL FORMATO Y LA RETÍCULA.

Selección de fuentes

La selección de la tipografía adecuada para esta propuesta, se basó en los conceptos, dados por el cliente, de modernidad, elegancia y competitividad. Las fuentes que denotaban, con sus características, este tipo de particularidades fueron las siguientes:

- **Arial Narrow** (con sus familias regular, itálica, bold y bold itálica): que se utilizaría para los datos bibliográficos de cada edición, el folio y el contenido de cada libro.
- **Book Antiqua** (con sus familias regular, itálica y bold): que se utilizaría para las secciones de cada materia, el resumen del libro y como texto principal.

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890!"\$%&/()=?¿^*~Ç:~;"@ **Arial Narrow Regular**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890!"\$%&/()=?¿^*~Ç:~;"@ **Arial Narrow Itálica**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890!"\$%&/()=?¿^*~Ç:~;"@ **Arial Narrow Bold**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890!"\$%&/()=?¿^*~Ç:~;"@ **Arial Narrow Bold Itálica**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVv
WwXxYyZz
1234567890!"\$%&/()=?¿^*~Ç:~;"@ **Book Antiqua Regular**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvW
wXxYyZz
1234567890!"\$%&/()=?¿^*~Ç:~;"@ **Book Antiqua Itálica**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUu
VvWwXxYyZz
1234567890!"\$%&/()=?¿^*~Ç:~;"@ **Book Antiqua Bold**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVv
WwXxYyZz
1234567890!"\$%&/()=?¿^*~Ç:~;"@ **Book Antiqua Bold Itálica**

FIGURA 3.13 FUENTES Y FAMILIAS USADAS EN LA PRIMERA PROPUESTA.

Como se puede apreciar en la figura anterior, la combinación de dos tipos diferentes (san serif y serif) hacen un contraste atractivo, sin chocar entre los estilos y la intensidad que se quiere dar. Cada fuente, por si sola, tiene fuerza y al combinarlas surge una relación de elegancia (proporcionada por la fuente Book Antiqua) y modernidad (conferida por la fuente Arial Narrow).

Tratamiento de las imágenes

En el manejo de las fotos de las portadas de los libros, se decidió enmarcarlos con un contorno de línea de un grosor de 1/2 punto al 100% de negro, con la finalidad de remarcar su importancia visual en la configuración de la página y, al mismo tiempo, evitar la colocación de elementos que causen distracción al lector al observar las páginas.

De esta manera, la primer propuesta quedaría como se muestra en las imágenes siguientes.

23p6 2 columnas

Book Antiqua Regular 10/12

Amigo lector:

En **Pearson Educación** queremos ser partícipes en la formación de las nuevas generaciones, de tal manera que los estudiantes tengan la preparación adecuada y así puedan enfrentar los desafíos de este nuevo milenio.

Invitamos a profesores, libreros y estudiantes a que conozcan nuestro fondo editorial donde encontrará mas de 100 títulos, cubriendo una amplia gama de disciplinas como son: Física, Química, Biología, Matemáticas, Historia, Lengua y Literatura, Filosofía, Ética, Lógica, Psicología, Sociología, Orientación y Computación entre otras.

Dentro de las novedades de Bachillerato cabe mencionar especialmente los nuevos libros de *Geometría analítica y trigonometría* de Elena de Oteyza y coautores, *Ética ciudadana* de Verónica Valdés e Íñigo Fernández; las nuevas ediciones *Historia de México, Vols. 1 y 2* de Gloria Delgado y *Nociones de derecho positivo mexicano* de Héctor Santos, así como las *Guías de Estudio Pearson* para los cursos de Historia de México, Historia universal, Ética, Lógica, Literatura española, Álgebra, Biología y Educación para la salud.

En este catálogo comprobará que gran parte de la riqueza de nuestro fondo editorial la constituyen los autores latinoamericanos. Por ello, aprovechamos la ocasión para exhortar a nuestros lectores a formar parte de nuestro selecto grupo de autores.

Amigo lector, lo invito a que juntos participemos para dar una mejor educación a las nuevas generaciones.

"Si educamos crecemos"



Afectuosamente,



Steve Marbán
Presidente
Pearson Educación de México, Centroamérica y el Caribe

Cornisa: Book Antiqua regular 10 pts

Catálogo general de bachillerato 1

Plecas al 50% de negro

5p 5p6

Folio: Arial Narrow Bold 10 pts.

FIGURA 3.14 PROPUESTA 1: CARTA DEL PRESIDENTE DE PEARSON EDUCACIÓN

<p style="text-align: center;">17p</p> <hr style="border: 0.5px solid black;"/> <p style="text-align: center;">Book Antiqua Bold 12/12</p> <p>CIENCIAS</p> <p>Biología ← Arial Narrow Bold Italic 10/12</p> <p>Biología, Alexander.....3</p> <p>Biología, La vida en la tierra, 4ª edición, Audesirk4</p> <p>Biología 1, Unidad en la diversidad, 4ª edición, Audesirk.....4</p> <p>Biología 2, Anatomía y fisiología animal, 4ª edición, Audesirk.....5</p> <p>Biología 3, Evolución y ecología, 4ª edición, Audesirk.....5</p> <p>Biología, Conceptos y relaciones, Campbell6</p> <p>Biología I, Nivel Bachillerato, Gama6</p> <p>Biología II, Nivel Bachillerato, Gama7</p> <p>Guía de estudio de biología, Salas.....7</p> <p>Manual de prácticas de biología, Ramírez8</p> <p>Ecología ← Arial Narrow Regular 10/12</p> <p>Ecología, Gama8</p> <p>Educación para la salud</p> <p>Educación para la salud, Salas9</p> <p>Educación para la salud, Manual de prácticas de laboratorio y de campo, Salas.....10</p> <p>Guía de estudio de educación para la salud, Valdivia11</p> <p>Física</p> <p>Fundamentos de física, 3ª edición, Blas.....11</p> <p>Física, Principios con aplicaciones, 4ª edición, Giancoli.....12</p> <p>Física conceptual, 3ª edición, Hewitt12</p> <p>Física, Manual de laboratorio, 3ª edición, Robinson13</p> <p>Física, Romanelli13</p> <p>Física universitaria, 9ª edición, Volumen 1, Sears14</p> <p>Física universitaria, 9ª edición, Volumen 2, Sears14</p> <p>Física, 5ª edición, Serway15</p> <p>Física, 2ª edición, Wilson15</p> <p>Química</p> <p>QuimCom. Química en la comunidad, 2ª edición, American Chemical Society16</p> <p>Química orgánica, Conceptos y aplicaciones, 5ª edición, Bailey17</p> <p>Fundamentos de química, 2ª edición, Burs18</p>	<p style="text-align: center;">17p</p> <hr style="border: 0.5px solid black;"/> <p style="text-align: center;">1p6</p> <p>Experimentos en contexto, Química, Manual de laboratorio, Cereti.....18</p> <p>Problemas de química, Chamizo.....19</p> <p>Química, 7ª edición, Daub.....19</p> <p>Química, Garriz20</p> <p>Tú y la química, Garrita20</p> <p>Química para el nuevo milenio, 8ª edición, Hill21</p> <p>Exploremos la química 1, Pedrozo.....22</p> <p>Exploremos la química 2, Pedrozo.....22</p> <p>MATEMÁTICAS</p> <p>Álgebra</p> <p>Álgebra Elemental, 4ª edición, Angel.....27</p> <p>Álgebra intermedia, 4ª edición, Angel.....28</p> <p>Introducción al álgebra, O'Daffer28</p> <p>Álgebra, Oteyza29</p> <p>Guía de estudio de álgebra, Oteyza.....23</p> <p>Álgebra, Smith30</p> <p>Álgebra, 4ª edición, Sobel30</p> <p>Álgebra con geometría analítica y trigonometría</p> <p>Álgebra y trigonometría con geometría analítica, 3ª edición, Fleming31</p> <p>Álgebra y trigonometría con geometría analítica, Goodman31</p> <p>Álgebra y trigonometría con geometría analítica, Smith32</p> <p>Fundamentos de matemáticas</p> <p>Fundamentos de matemáticas, básicas, Aporte.....32</p> <p>Matemáticas 10 con tecnología aplicada, Beltrán33</p> <p>Matemáticas 11 con tecnología aplicada, Beltrán33</p> <p>Matemáticas 10, Dimaté33</p> <p>Matemáticas 11, Dimaté34</p> <p>Funciones en contexto, Hitt34</p> <p>Matemáticas 2, Oteyza35</p> <p>Geometría, geometría analítica y trigonometría</p> <p>Geometría, Clemens36</p> <p>Geometría analítica, 7ª edición, Fuller.....36</p> <p>Geometría analítica y trigonometría, Oteyza.....37</p> <p>Trigonometría y geometría analítica, Sullivan37</p> <p>Geometría, Clemens36</p> <p>Geometría analítica, 7ª edición, Fuller.....36</p> <p>Geometría analítica y trigonometría, Oteyza.....37</p>
---	---

Sección temática

Book Antiqua Bold Itálica 45pts al 50% de negro

Arial Narrow Regular itálica 30 pts.

c o n t e n i d o

Catálogo general de bachillerato **3**

7p6

FIGURA 3.15 PROPUESTA 1: PÁGINA DE CONTENIDO

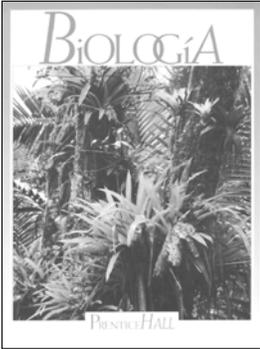
23p6

Book Antiqua Bold de 30 pts. al 50% de negro

B • I • O • L • O • G • Í • A

Book Antiqua Bold de 12/12 pts.

Arial Narrow Bold de 10/12 pts.



2p4

Biología

Peter Alexander St. Peter's College, Jersey City, New Jersey

Mary Jean Bahret Newburgh Free Academy, Newburgh, New York

Judith Claves University of Vermont, Burlington, Vermont

Gary Courts Miamisburgh High School, Miamisburg, Ohio

Naomi Skolky D'Alessio University School of Nova University, Fort Lauderdale, Florida

1992 ISBN 0-13-978321-0 724 págs Formato 20 X 25.5 cm

Arial Narrow Regular de 8/12 pts.

Arial Narrow Bold de 8/12 pts.

En esta excelente obra el estudiante tendrá acceso a las teorías más importantes en el campo de la biología; el origen de las mismas, cómo se han modificado y en qué forma las investigaciones actuales las pueden cambiar en el futuro.

Para facilitar su estudio, la obra se divide en unidades y capítulos. Todos los capítulos empiezan con una lámina para que el estudiante se vaya familiarizando con lo que se explicará.

Book Antiqua Regular de 10/12 pts.

Los objetivos que aparecen en cada capítulo proporcionan un panorama general del contenido, y al final se presenta un repaso que incluye un resumen de los temas más importantes estudiados. Dicho "repaso" contiene, además, una serie de preguntas con el fin de que el estudiante compruebe lo aprendido.

Cada capítulo incluye una investigación de laboratorio y una página de destrezas. Aparecen también artículos de especial interés relacionados con la biología. Por ejemplo, biografías de científicos, descubrimientos, posibilidades profesionales, etcétera.

La obra está profusamente ilustrada a todo color.

Contenido

Unidad I. Conoce la biología.

Unidad II. La continuidad de la vida.

Unidad III. La microbiología.

Unidad IV. Las plantas.

Unidad V. Los invertebrados.

Unidad VI. Los vertebrados.

Unidad VII. La biología humana.

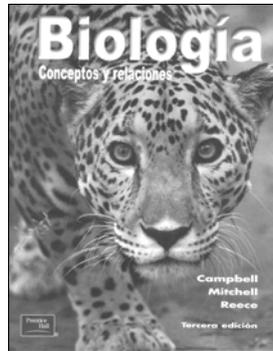
Unidad VIII. La ecología.

Recuadro con línea de 0.5 pts

Arial Narrow Bold de 8/11 pts.

Arial Narrow Regular de 8/11 pts.

FIGURA 3.16 PROPUESTA 1: PÁGINA DE INICIO DE SECCIÓN



Biología
Conceptos y relaciones
Neil A. Campbell

2001 ISBN 968-44-413-3 896 págs. Formato 21 X 27 cms.

Es el primer texto introductorio de Biología en usar módulos conceptuales para ayudar al estudiante a reconocer y distinguir las ideas principales de cada capítulo. El encabezado de cada módulo no es simplemente tema, sino que es la declaración cuidadosamente elaborada de un concepto biológico. Impreso en letras mayúsculas, cada concepto funciona como un foco de atención para ese módulo, y el texto del módulo y las ilustraciones a color convergen en ese concepto con una explicación y, a menudo una evidencia.

En la obra hay preguntas de repaso para reforzar el mensaje de cada módulo. Estas preguntas, localizadas al final de cada módulo, alientan a los estudiantes a autoevaluarse varias veces a medida que avanzan por el capítulo.

Esta edición presenta cinco estrategias principalmente de enseñanza:

1. Enfoca con agudeza los conceptos principales de la biología.
2. Los módulos de aplicación relacionan los conceptos biológicos con la vida del estudiante.
3. Los organismos y la diversidad biológica permanecen como ideas centrales a lo largo del libro.
4. El tema de evolución unifica el libro.
5. El proceso científico sigue siendo prominente en esta edición.

Contenido.

UNIDAD I La vida de la célula.
 UNIDAD II La reproducción de la célula y genética.
 UNIDAD III Conceptos de la evolución.
 UNIDAD IV La evolución de la diversidad biológica.
 UNIDAD V Animales: Forma y Función.
 UNIDAD VI Plantas: Forma y función.



Biología I
Nivel Bachillerato

Ma. De los Ángeles Gama Universidad Nacional Autónoma de México.
 1997 ISBN 970-17-0051-1 192 págs. Formato 20 x 25.5 cms.

Libro de texto que contiene el desarrollo de los temas que integran el primer semestre de los programas de Biología que forman parte del plan de estudios actualmente vigente para el Bachillerato.

Biología I respeta la secuencia de los temas comprendidos en el programa del material del mismo nombre, éstos se tratan en forma directa y sencilla pero sin descuidar en ningún momento el nivel académico y el enfoque biológico requerido en el programa, complementando la explicación de los mismos con

ciencias

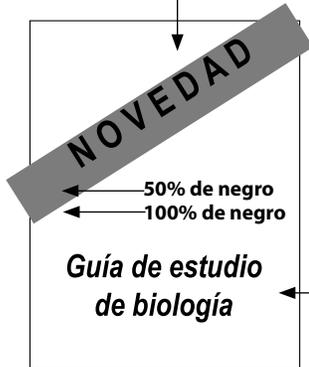
ejemplos comprensibles y suficientes figuras didácticas que se presentan en el texto a todo color. Por otra parte, en *Biología I, Nivel Bachillerato*, se aplican varias estrategias didácticas que contribuyen a la mejor comprensión y retención de los temas tratados como lo son:

- Generar preguntas que se presenten en forma de ejercicios.
- Elaboración de cuadros-resumen al finalizar los principales temas
- Adecuar el final del tema tratado para mejor comprensión del siguiente
- Proponer al final de las unidades cuestionarios de auto-evaluación que permitirán al alumno medir su grado de aprovechamiento
- Desarrollar actividades sencillas que se plantean al final de cada unidad, mismas que permitirán al alumno la aplicación y confirmación de los conocimientos adquiridos.

Contenido

UNIDAD I ¿Cómo se originó la vida, cuáles son las características de los seres vivos y cómo se estudian? Cómo se estudian a los seres vivos. Cómo se originó la vida. Características físicas y químicas de los seres vivos. UNIDAD II ¿Qué es la célula cómo funciona, cómo ha evolucionado, y que significado tiene para los seres vivos? Qué es la célula y cómo funciona, cómo ha evolucionado la célula. UNIDAD III ¿Cómo surge la diversidad en los seres vivos? Diversidad de los organismos unicelulares, origen y evolución de los organismos pluricelulares. Principales características de los organismos pluricelulares.

**Cuadro para aviso de novedad
"NOVEDAD" Arial Narrow Bold de 18 pts.
Título del libro: Arial Narrow Bold Itálica de 15 pts.**



Guía de estudio de biología

Consuelo B. Salas Cuevas

Luis Marat Álvarez Arredondo

2002 ISBN 970-26-0333-1 200 págs. Formato 20 X 27 cms.

En esta guía de estudio se resumen los contenidos programáticos de diferentes sistemas educativos mediante de la conceptualización para lo que se han utilizado estrategias de aprendizaje y actividades que facilitarán la construcción del aprendizaje básico de la Biología. Esta obra es un apoyo didáctico para auxiliar al docente y a los estudiantes a abordar exitosamente los diversos tópicos de la biología para lo cual se han elaborado cuidadosamente mapas, resúmenes, diagramas, y cuadros sinópticos, así como ejercicios y actividades didácticas atractivas, interesante y

motivadoras. Se ha dado en este texto gran importancia a la autoevaluación para que los alumnos puedan constatar su progreso periódicamente.

Cada unidad temática presenta la siguiente estructura: Diagrama de entrada, Resúmenes, Términos biológicos empleados, Uso de los términos biológicos, Conceptos fundamentales, Comprensión de los conceptos fundamentales, Aplicación de los conceptos, Evaluación, Bibliografía.

Contenido.

UNIDAD I Introducción al estudio de la biología. UNIDAD II Biología celular, UNIDAD III Procesos de la continuidad de la vida. UNIDAD IV La evolución de los seres vivos. UNIDAD V La diversidad biológica y sus causas. UNIDAD VI Los seres vivos y su ambiente.

ciencias

FIGURA 3.18 PROPUESTA 1: PÁGINA DE CUERPO GENERAL DEL CATÁLOGO.

Aguilar: Geografía general	60
Alexander: Biología	3
American Chemical Society: QuimCom, Química en la comunidad, 2ª edición	16
Angel: Álgebra elemental, 4ª edición	22
Angel: Álgebra intermedia, 4ª edición	28
Aponte: Fundamentos de matemáticas básicas	32
Arnau: Temas y textos de filosofía	59
Arrieta: Introducción a la lógica	55
Audersirk: Biología	1
Unidad en la diversidad, 4ª edición	4
Audersirk: Biología 2, Anatomía y fisiología animal	5
Audersirk: Biología 3, Evolución y ecología, 4ª edición ..	5
Audersirk: Biología, La vida en la tierra 4ª edición	4
Aznar: Etimología grecolatinas	74
Bailey: Química orgánica, conceptos y aplicaciones, 4ª edición	17
Barón: Fundamentos de psicología. 3ª edición	81
Barroso: Un bosquejo de la historia de México, De la prehistoria al milagro mexicano	62
Beekman: Computación & informática hoy Una mirada a la tecnología del mañana	45

índice por autor

8 Catálogo general de bachillerato

FIGURA 3.19 PROPUESTA 1: PÁGINA DE ÍNDICE POR AUTOR DEL CATÁLOGO.

17p	17p
1p6	
<p>Álgebra elemental, 4ª edición, Angel27</p> <p>Álgebra intermedia, 4ª edición, Angel28</p> <p>Álgebra y trigonometría con geometría analítica, 3ª edición, Fleming31</p> <p>Álgebra y trigonometría con geometría analítica, Goodman31</p> <p>Álgebra, 4ª edición, Sobel30</p> <p>Álgebra, Oteyza29</p> <p>Álgebra, Smith30,91</p> <p>Álgebra, trigonometría y geometría analítica, Smith32, 91</p> <p>Análisis de problemas y toma de decisiones, 2ª edición, Espíndola51</p> <p>Biología 1, Unidad en la diversidad, 4ª edición, Audesirk4</p> <p>Biología 2, Anatomía y fisiología animal, 4ª edición, Audesirk5</p> <p>Biología 3, Evolución y ecología, 4ª edición, Audesirk5</p> <p>Biología I, Nivel Bachillerato,Gama 6</p> <p>Biología II, Nivel Bachillerato,Gama 7</p> <p>Biología, Alexander3</p> <p>Biología, Conceptos y relaciones, Campbell6</p> <p>Biología, La vida en la Tierra, 4ª edición, Audesirk4</p> <p>Cálculo de una variable, 2ª edición, Finney38</p> <p>Cálculo de una variable, Pita39</p> <p>Cálculo diferencial e integral, 6ª edición revisada, Purcell40, 92</p> <p>Comprensión y redacción del español básico (Tomos 1, 2, 3 y Guía del maestro), López76</p> <p>Computación & informática hoy, Una mirada a la tecnología del mañana, Beekman45</p> <p>Comunicación oral, Fundamentos y práctica estratégica, Fonseca49</p> <p>Creatividad, Estrategias y técnicas, Espíndola51</p> <p>Curso de filosofía, 2ª edición, Rodríguez60</p> <p>Ecología, Gama8</p> <p>Educación para la salud, Salas9</p> <p>Educación para la salud, Manual prácticas de laboratorio y de campo, Salas10</p> <p>El mundo moderno y contemporáneo, Volumen I: De los albores de la modernidad a la competencia imperialista, 4ª edición, Delgado65</p> <p>El mundo moderno y contemporáneo, Volumen II, El siglo veinte, 4ª edición, Delgado65</p>	<p>El placer de la escritura, Manual de apropiación de la lengua escrita, 2ª edición, Correa75</p> <p>Elementos fundamentales de ética, Ibarra57</p> <p>Español 1, Ordóñez77</p> <p>Español 2, Ordóñez77</p> <p>Estadística 1, Sandoval42</p> <p>Estadística elemental, 7ª edición, Triola42</p> <p>Estadística elemental, 8ª edición, Freund41</p> <p>Ética ciudadana, Valdés58</p> <p>Ética, 5ª edición, Rodríguez58, 94</p> <p>Etimologías grecolatinas, Aznar74</p> <p>Etimologías, Introducción a la historia del léxico español, López74, 97</p> <p>Experimentos en contexto, Química, manual de laboratorio, Ceretti18</p> <p>Exploremos la química 1, Pedrozo22</p> <p>Exploremos la química 2, Pedrozo22</p> <p>Física conceptual, 3ª edición Hewitt12, 89</p> <p>Física universitaria, 9ª edición. Volumen 1, Sears14</p> <p>Física universitaria, 9ª edición. Volumen 2, Sears14</p> <p>Física, 2ª edición, Wilson15</p> <p>Física, 5ª edición, Serway15</p> <p>Física, Manual de laboratorio, 3ª edición, Robinson13, 90</p> <p>Física, Romanelli13</p> <p>Física, Principios con aplicaciones, 4ª edición, Giancolli12</p> <p>Funciones en contexto, Hitt34</p> <p>Fundamentos de economía, Schettino84</p> <p>Fundamentos de física, 3ª edición, Blatt11</p> <p>Fundamentos de la cognición, Espíndola52</p> <p>Fundamentos de matemáticas básicas, Aponte32</p> <p>Fundamentos de psicología, 3ª edición, Baron81</p> <p>Fundamentos de química, 2ª edición, Burns18</p> <p>Geografía economía, Rosales61</p> <p>Geografía general, Aguilar60</p> <p>Geometría analítica y trigonometría, Oteyza37</p> <p>Geometría analítica, 7ª edición, Fuller36</p> <p>Geometría, Clemens36</p> <p>Guía de estudio de álgebra, Oteyza29, 100</p> <p>Guía de estudio de biología, Salas7, 99</p> <p>Guía de estudio de educación para la salud, Valdivia11, 100</p> <p>Guía de estudio de ética, Ibarra57, 101</p>

**Arial Narrow
Regular 10/12**

índice por título

FIGURA 3.20 PROPUESTA 1: PÁGINA DE ÍNDICE POR TÍTULO DEL CATÁLOGO.

Como se observó, la combinación de las dos fuentes, en distintos tamaños y porcentajes de tinta, además del aprovechamiento de sus familias, dotó al diseño de variedad visual y permitió, la jerarquización de los datos de las obras expuestas. Con la distribución de los elementos (texto e imagen) dentro de la retícula, se consiguió el ritmo visual y la organización que el cliente solicitó.

Propuesta 2

Diagramación

La diagramación para la propuesta dos, se basó en los cálculos de división y distribución del espacio realizado en la propuesta anterior. Sin embargo, para esta solución, se ajustaron los márgenes para un formato horizontal. La razón de esta opción, radicó en hacer más notoria la diferencia entre el diseño de la edición del 2001, ya publicada, y la de la nueva publicación.

De esta manera, retomando los anteriores parámetros y convirtiéndolos a un formato horizontal tenemos un espacio de 26.5 centímetros de ancho por 20.5 centímetros de altura. Haciendo la conversión de centímetros a picas tenemos que:

$$26.5 \text{ cms.} = 62\text{p}7$$

$$20.5 \text{ cms.} = 48\text{p}5$$

Estos resultados se dividieron con relación al número 3, dando los números siguientes:

$$62\text{p}7 \div 3 = 20.9 \text{ espacios}$$

$$48\text{p}5 \div 3 = 16.166667 \text{ espacios}$$

La obtención de los márgenes se dió con respecto a la regla observada en la anterior propuesta (un determinado espacio al margen de cabecera, el 0.75 de éste se le aplica al margen interior o de lomo, el doble del interior al exterior y el doble del margen de cabeza al de pie) y se obtuvieron los siguientes resultados.

- Margén de cabecera (del corte al margen): 4 picas.
- Margén de pie (del corte al margen): 8 picas.
- Margén de lomo (del corte al margen): 6 picas.
- Margén de corte: 9 picas. En este caso, en lugar de asignar el doble del margen del lomo al del corte, se decidió asignarle solo la mitad de la unidad correspondiente, es decir, se le agregó tres picas más al margen del lomo (9) para evitar restar espacio en la página.

Así, obtuvimos un área de 47p7.181 puntos de ancho por 36p5.102 puntos de altura. Sin embargo, para tener una medición más exacta y una retícula más precisa, se decidió cerrar las fracciones de las picas y que el número de los puntos, sea igual a seis, pues es la mitad de la pica y ayudaría a evitar la imprecisión de las subsecuentes divisiones en la retícula. De esta manera, el área definitiva fue de 47p6 de ancho por 36p6 de altura.

Formato y retícula

Una vez obtenidos los márgenes anteriores, se decidió seleccionar el formato de cuatro columnas para la configuración de la página, pues al contar con un espacio horizontal, es posible dividir en un mayor número de columnas.

Entonces, se dividió 47p6 por el número cuatro de tal forma que se acercara lo más posible al ancho total del área, para que las columnas fueran iguales y el residuo sirviera a su vez para configurar los medianiles. Se obtuvo el número 11 con un residuo de 3p6. Este residuo se dividió entre los tres medianiles que separarían las columnas, dando un resultado de 1p2. Entonces, las columnas serían de 11 picas de ancho por 36p6 de altura, con un medianil de 1p2.

En cuanto a la retícula a usar, se decidió seguir sobre el mismo patrón de medidas usadas en la primer propuesta, así que, la retícula se basó en la generación de espacios horizontales de 1 pica (12 puntos) de altura, dicha medida, ajusta con el interlineado de los bloques de texto, que se tenía proyectado distribuir.

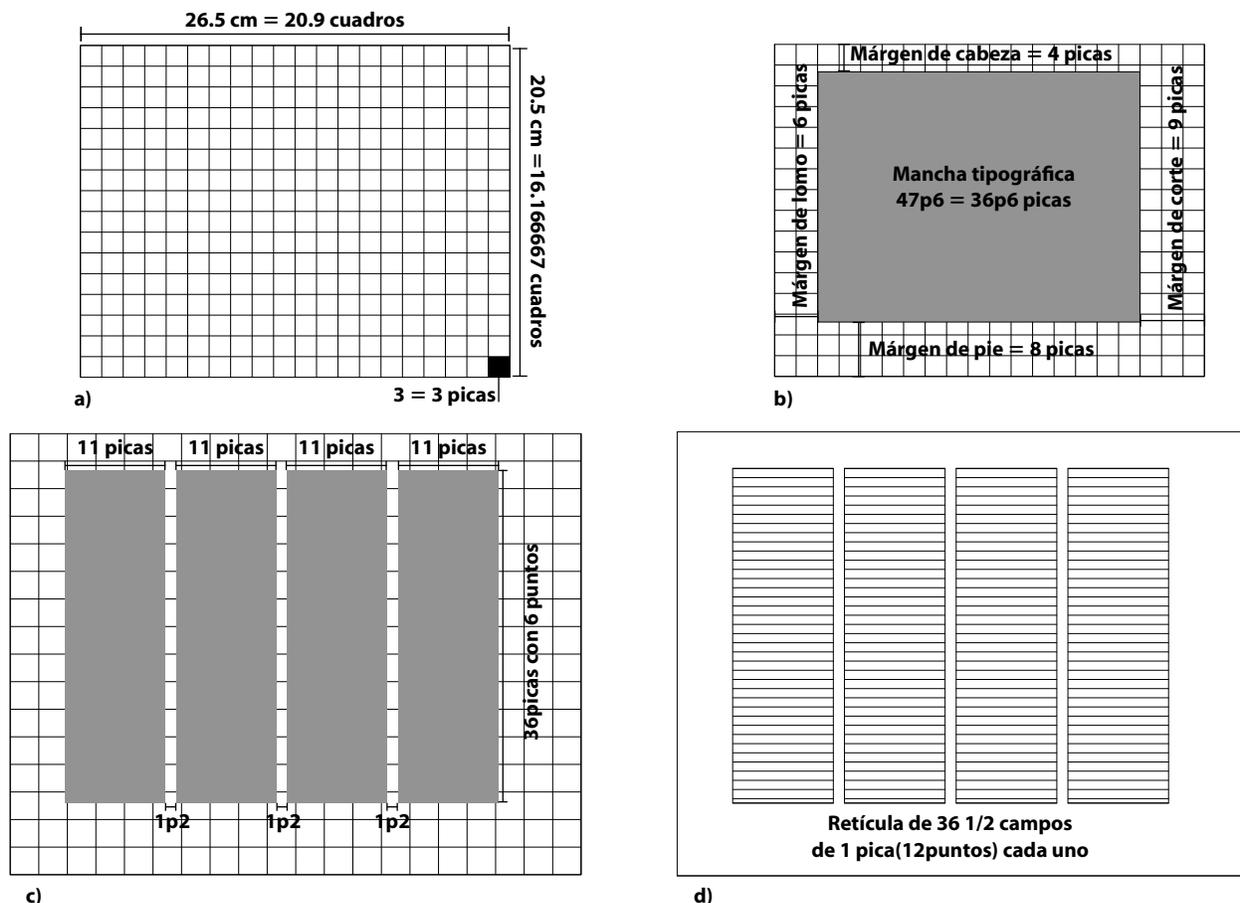


FIGURA 3.21 SECUENCIA DE DIVISIÓN ESPACIAL DEL FORMATO HORIZONTAL DE LA PROPUESTA DOS: A) DIVISIÓN EN TERCIOS DEL ESPACIO TOTAL, B) DELIMITACIÓN DE LA MANCHA TIPOGRÁFICA A TRAVÉS DE LA COLOCACIÓN DE MÁRGENES, C) DIVISIÓN DEL ESPACIO EN EL FORMATO DE CUATRO COLUMNAS CON SU MEDIANIL Y D) POSICIONAMIENTO DE LA RETÍCULA.

Fuentes

Las fuentes utilizadas en esta propuesta, se seleccionaron con el objetivo de enfatizar la diferencia entre la publicación anterior y la nueva edición. Por lo tanto, se seleccionaron fuentes que, además de denotar lo solicitado por el cliente, agregaran una sensación de modernismo tecnológico, que ayudaría al lector a percibir un dinamismo en la lectura de cada página.

Las fuentes seleccionadas para este caso, son las siguientes:

- Fuente: Century Gothic. Familias: Regular, Itálica, Bold y Bold Itálica. Esta fuente se utilizó para dar forma a los bloques de texto principales. Por su diseño elegante, sencillo y redondeado dotaría al diseño de modernidad y elegancia.
- Fuente: SF Chromium 24. Familias: Regular, Itálica, Bold y Bold Itálica. Esta fuente por su diseño enfocado a la modernidad tecnológica, se utilizaría para destacar las secciones de las materias y los títulos principales del catálogo. Confiriendo al diseño una sensación futurista.

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVv
WwXxYyZz 1234567890!"·\$%&/()=?¿^*“Ç:~;"@
Century Gothic Regular

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVv
WwXxYyZz 1234567890!"·\$%&/()=?¿^*“Ç:~;"@
Century Gothic Itálico

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVv
WwXxYyZz 1234567890!"·\$%&/()=?¿^*“Ç:~;"@
Century Gothic Bold

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVv
WwXxYyZz 1234567890!"·\$%&/()=?¿^*“Ç:~;"@
Century Gothic Bold Itálico

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlIMmNnÑñOoPpQqRrSs
TtUuUuWwXxYyZz
1234567890!"\$%&/()-P¿^*“:~;"@
SF Chromium 24 Regular

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlIMmNnÑñOoPpQqRrSs
TtUuUuWwXxYyZz
1234567890!"\$%&/()-P¿^*“:~;"@
SF Chromium 24 Oblique

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlIMmNnÑñOoPpQqRrSs
TtUuUuWwXxYyZz
1234567890!"\$%&/()-P¿^*“:~;"@
SF Chromium 24 Bold

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlIMmNnÑñOoPpQqRrSs
TtUuUuWwXxYyZz
1234567890!"\$%&/()-P¿^*“:~;"@
SF Chromium 24 Bold Oblique

FIGURA 3.22 PROPUESTA 2: FUENTES UTILIZADAS CON SUS RESPECTIVAS FAMILIAS.

SF Chromium 24 Bold Oblique
24/28 pts. 100% de negro

CONTENIDO

36.3 picas (3 columnas de 11 picas de ancho)

CIENCIAS

Biología

Biología, Alexander.....3

Biología, La vida en la tierra, 4ª edición, Audesirk.....4

Biología 1, Unidad en la diversidad, 4ª edición, Audesirk.....4

Biología 2, Anatomía y fisiología animal, 4ª edición, Audesirk.....5

Biología 3, Evolución y ecología, 4ª edición, Audesirk.....5

Biología, Conceptos y relaciones, Campbell.....6

Biología I, Nivel Bachillerato, Gama.....6

Biología II, Nivel Bachillerato, Gama.....7

Guía de estudio de biología, Salas.....7

Manual de prácticas de biología, Ramírez.....8

Ecología

Ecología, Gama.....8

Educación para la salud

Educación para la salud, Salas.....9

Educación para la salud, Manual de prácticas de laboratorio y de campo, Salas.....10

Guía de estudio de educación para la salud, Valdivia.....11

Física

Fundamentos de física, 3ª edición, Blas.....11

Física, Principios con aplicaciones, 4ª edición, Giancoli.....12

Física conceptual, 3ª edición, Hewitt.....12

Física, Manual de laboratorio, 3ª edición, Robinson.....13

Física, Romanelli.....13

Física universitaria, 9ª edición, Volumen 1, Sears.....14

Física universitaria, 9ª edición, Volumen 2, Sears.....14

Física, 3ª edición, Serway.....15

Física, 2ª edición, Wilson.....15

Química

QuimCom, Química en la comunidad, 2ª edición, American Chemical Society.....16

Química orgánica, Conceptos y aplicaciones, 5ª edición, Bailey.....17

Fundamentos de química, 2ª edición, Burs.....18

Experimentos en contexto, Química, manual de laboratorio, Cereti.....18

Problemas de química, Chamizo.....19

Química, 7ª edición, Daub.....19

Química, Garz.....20

Tú y la química, Garita.....20

Química para el nuevo milenio, 8ª edición, Hill.....21

Exploremos la química 1, Pedrozo.....22

Exploremos la química 2, Pedrozo.....22

MATEMÁTICAS

Álgebra

Álgebra Elemental, 4ª edición, Angel.....27

Álgebra Intermedia, 4ª edición, Angel.....28

Introducción al álgebra, O' Daffer.....28

Álgebra, Oteyza.....29

Guía de estudio de álgebra, Oteyza.....29

Álgebra, Smith.....30

Álgebra, 4ª edición, Sabel.....30

Álgebra con geometría analítica y trigonometría

Álgebra y trigonometría con geometría analítica, 3ª edición, Fleming.....31

Álgebra y trigonometría con geometría analítica, Goodman.....31

Álgebra y trigonometría con geometría analítica, Smith.....32

Fundamentos de matemáticas

Fundamentos de matemáticas, básicas, Aparte.....32

Matemáticas 10 con tecnología aplicada, Beltrán.....33

17 picas (1 1/2 columnas) 17 picas (1 1/2 columnas)

2.3 picas medianil

Pieca envolvente con un relleno de 10% al 60% de negro

Catálogo General de Bachillerato 2002

SF Chromium 24 Bold
10/12 pts.
100% de negro

Century Gothic Bold
8/10 pts.
100% de negro

a)

SF Chromium 24 Bold 30/36 pts. calada

Envolvente con relleno de 60% al 10% de negro y sangrado al corte

BIOLOGÍA

1 columna de 11 picas



1.2 picas

Envolvente con relleno de 30% de negro

Pleca de 0.3 picas de grosor con un relleno del 10% al 60% de negro

3 columnas de 11 picas cada una con medianil de 1.2 picas

BIOLOGÍA

Peter Alexander
St. Peter's College,
Jersey City, New Jersey

Gary Courts
Miamisburgh High School,
Miamisburgh, Ohio
1992 ISBN 0-13-978321-0

Mary Jean Bahret
Newburgh Free Academy,
Newburgh, New York

Naomi Skolky D' Alessio
University School of Nova University,
Fort Lauderdale, Florida
724 págs Formato 20 X 25.5 cm

Judith Claves
University of Vermont,
Burlington, Vermont

En esta excelente obra el estudiante tendrá acceso a las teorías más importantes en el campo de la biología; el origen de las mismas, cómo se han modificado y en qué forma las investigaciones actuales las pueden cambiar en el futuro. Para facilitar su estudio, la obra se divide en unidades y capítulos. Todos los capítulos empiezan con una lámina para que el estudiante se vaya familiarizando con lo que se explicará. Los objetivos que aparecen en cada capítulo proporcionan un panorama general del contenido, y al final se presenta un repaso que incluye un resumen de los temas más importantes estudiados. Dicho "repaso" contiene, además, una serie de preguntas con el fin de que el estudiante compruebe lo aprendido. Cada capítulo incluye una investigación de laboratorio y una página de destrezas. Aparecen también artículos de especial interés relacionados con la biología. Por ejemplo, biografías de científicos, descubrimientos, posibilidades profesionales, etcétera. La obra está profusamente ilustrada a todo color.

CONTENIDO

Unidad I. Conoce la biología.
Unidad II. La continuidad de la vida.
Unidad III. La microbiología.

Unidad IV. Las plantas.
Unidad V. Los invertebrados.
Unidad VI. Los vertebrados.

Unidad VII. La biología humana.
Unidad VIII. La ecología.

Century Gothic Bold
10/12 100% de negro

Century Gothic Regular
9/11 100% de negro

Century Gothic Bold
9/11 100% de negro

Century Gothic Regular
10/12 100% de negro

Century Gothic Bold
8/10 100% de negro

Century Gothic Bold
7/9 100% de negro

b)

FIGURA 3.24 PROPUESTA 2: PÁGINA DE CONTENIDO(A) Y PÁGINA DE INICIO DE SECCIÓN (B).

Catálogo General de Bachillerato 2002



BIOLOGÍA
Conceptos y relaciones
 Neil A. Campbell
2001 ISBN 968-44-413-3 896 págs. Formato 21 x 27 cm.

Es el primer texto introductorio de Biología en usar módulos conceptuales para ayudar al estudiante a reconocer y distinguir las ideas principales de cada capítulo. El encabezado de cada módulo no es simplemente tema, sino que es la declaración cuidadosamente elaborada de un concepto biológico. Impreso en letras mayúsculas, cada concepto funciona como un foco de atención para ese módulo, y el texto del módulo y las ilustraciones a color convergen en ese concepto con una explicación y, a menudo una evidencia.

En la obra hay preguntas de repaso para reforzar el mensaje de cada módulo. Estas preguntas, localizadas al final de cada módulo, alientan a los estudiantes a autoevaluarse varias veces a medida que avanzan por el capítulo.

Esta edición presenta cinco estrategias principalmente de enseñanza:

1. Enfoca con agudeza los conceptos principales de la biología.
2. Los módulos de aplicación relacionan los conceptos biológicos con la vida del estudiante.
3. Los organismos y la diversidad biológica permanecen como ideas centrales a lo largo del libro.
4. El tema de evolución unifica el libro.
5. El proceso científico sigue siendo prominente en esta edición.

CONTENIDO

UNIDAD I La vida de la célula.	UNIDAD IV La evolución de la diversidad biológica.
UNIDAD II La reproducción de la célula y genética.	UNIDAD V Animales: Forma y Función.
UNIDAD III Conceptos de la evolución.	UNIDAD VI Plantas: Forma y función.



Century Gothic Bold 32 pts. calada con una sombra al 51 % de negro

Catálogo General de Bachillerato 2002

NOVEDAD

Guía de estudio de biología

Título del libro:
Century Gothic Bold 12/14 pts
calada con sombra al 100%
de negro.



GUÍA DE ESTUDIO DE BIOLOGÍA

Consuelo B. Salas Cuevas
 Luis Marat Álvarez Arredondo
2002 ISBN 970-26-0333-1 200 págs. Formato 20 X 27 cms.

En esta guía de estudio se resumen los contenidos programáticos de diferentes sistemas educativos mediante de la conceptualización para lo que se han utilizado estrategias de aprendizaje y actividades que facilitarán la construcción del aprendizaje básico de la Biología. Esta obra es un apoyo didáctico para auxiliar al docente y a los estudiantes a abordar exitosamente los diversos tópicos de la biología para lo cual se han elaborado cuidadosamente mapas, resúmenes, diagramas, y cuadros sinópticos, así como ejercicios y actividades didácticas atractivas, interesante y motivadoras. Se ha dado en este texto gran importancia a la autoevaluación para que los alumnos puedan constatar su progreso periódicamente.

Cada unidad temática presenta la siguiente estructura: Diagrama de entrada, Resúmenes, Términos biológicos empleados, Uso de los términos biológicos, Conceptos fundamentales, Comprensión de los conceptos fundamentales, Aplicación de los conceptos, Evaluación, Bibliografía.

Contenido

UNIDAD I Introducción al estudio de la biología.	UNIDAD IV La evolución de los seres vivos.
UNIDAD II Biología celular.	UNIDAD V La diversidad biológica y sus causas.
UNIDAD III Procesos de la continuidad de la vida.	UNIDAD VI Los seres vivos y su ambiente.

BIOLOGÍA I
Nivel Bachillerato
 Ma. De los Ángeles Gama
 Universidad Nacional Autónoma de México.
1997 ISBN 970-17-0051-1 192 págs. Formato 20 x 25.5 cms.

Libro de texto que contiene el desarrollo de los temas que integran el primer semestre de los programas de Biología que forman parte del plan de estudios actualmente vigente para el Bachillerato.

Biología I respeta la secuencia de los temas comprendidos en el programa del material del mismo nombre, éstos se tratan en forma directa y sencilla pero sin descuidar en ningún momento el nivel académico y el enfoque biológico requerido en el programa.



FIGURA 3.25 PROPUESTA 2: PÁGINAS INTERIORES DEL CATÁLOGO.

Propuesta 3 Diagramación

Se retomaron los parámetros y las dimensiones del espacio obtenidas en la propuesta número uno, pues se configuró un diseño vertical con base en dicha diagramación. Así que las medidas obtenidas a partir de dicho diseño son las siguientes:

- espacio de 48p5 de ancho por 62p7 de altura
- Se eligió la segmentación por tercios y se obtuvieron los siguientes resultados:

$$48p5 \div 3 = 16.166667$$

$$62p7 \div 3 = 20.9$$
- Se obtuvo la división de 16 espacios de ancho por 20 de altura.
- Los márgenes se delimitaron en un espacio generado por 12 campos de ancho (cada espacio de tres picas) por 18 espacios de altura. En un área de 36 picas de ancho por 54 picas de altura. Y para la ubicación de los márgenes, se restó el espacio total entre el espacio obtenido, siendo así que:

$$48p5 - 36 = 12.5$$

$$62p7 - 54 = 8.7$$
- Se delimitaron los márgenes de acuerdo con una relación numérica, pues se busco respetar la unidad formada por el número tres y sus divisores, así que la ubicación de los márgenes quedo de la siguiente manera:
 - Margén de cabecera (del corte al margen): 3.6 picas.
 - Margén de pie (del corte al margen): 5 picas.
 - Margén de lomo (del corte al margen): 5.6 picas.
 - Margén de corte: 7 picas.

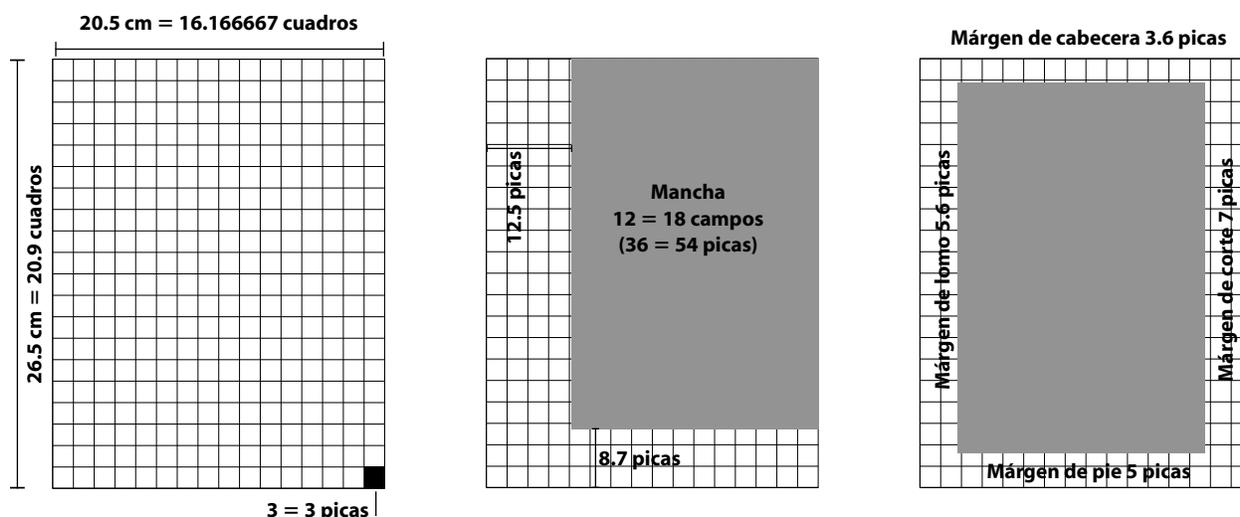


FIGURA 3.27 PROPUESTA 3: SECUENCIA DE DIAGRAMACIÓN.

Formato y retícula

Se eligió un formato de 4 columnas para subdividir la mancha. Esta decisión se tomó debido a que, a pesar de ser un número par, algunos de sus múltiplos también lo son del número tres y además se pueden subdividir el espacio en unidades más pequeñas y fomentar mayor cantidad de áreas para diseñar .

Así tenemos que, de nuestra mancha de 36 por 54 picas quedaron cuatro columnas cuyas dimensiones fueron de 8 picas de ancho por 54 picas de altura, separadas por tres medianiles de 1.4 picas. Estos resultados se obtuvieron al dividir el ancho de

la mancha entre cuatro. Sin embargo, como el resultado es el 9, al multiplicarlo por las cuatro columnas, abarcaría toda la mancha sin dar espacio al medianil, por lo tanto se decidió, restar una unidad (1 pica) a cada columna, al realizar esta operación, quedo 1 pica de espacio para completar el área. Debido a esto, se dividieron los 12 puntos que conforman a la pica entre 3 (los tres medianiles), obteniendo el resultado de 0.4 pts. Esta cifra se le agregó a cada medianil quedando de 1.4 pts., cada uno.

Por último, se decidió respetar la división de cada columna usada en las dos propuestas anteriores, que fue de 1 pica (12 puntos), para crear la retícula, donde se encajaría el diseño.

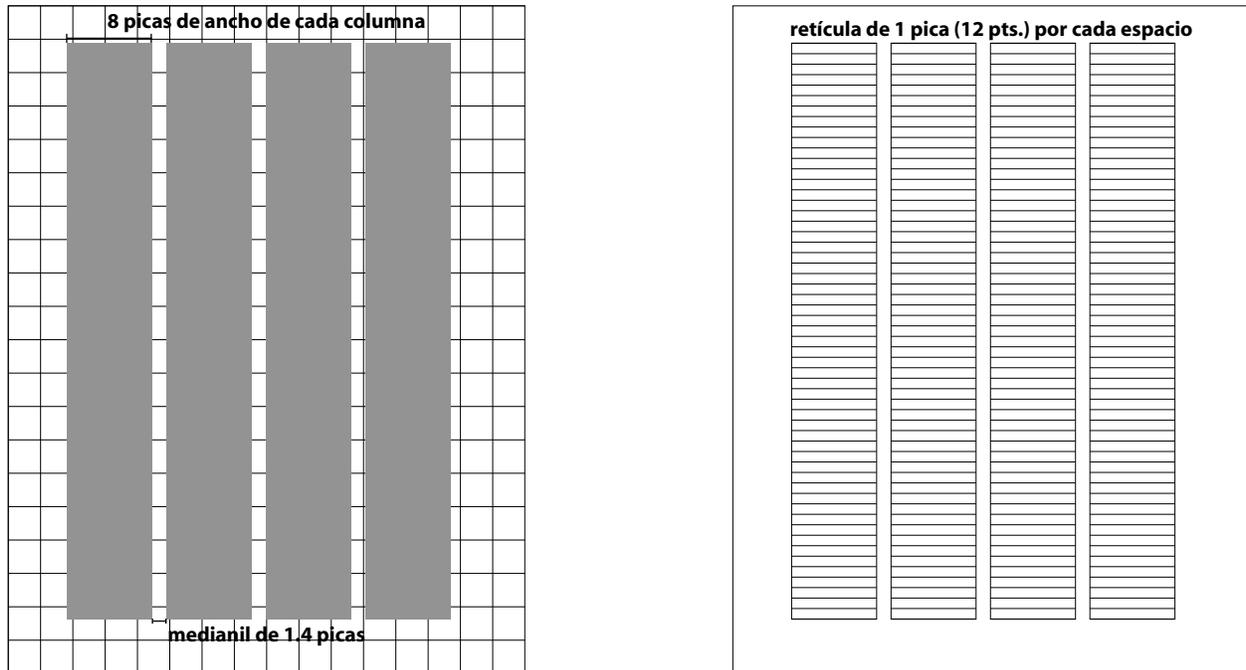


FIGURA 3.28 PROPUESTA 3: SECUENCIA DE DIVISIÓN DEL ESPACIO PARA OBTENER CUATRO COLUMNAS Y SU RETÍCULA.

Selección de fuentes

Las fuentes que se utilizaron para esta propuesta, se eligieron con el propósito de denotar elegancia y modernidad (características sugeridas por el cliente) y las fuentes seleccionadas fueron las siguientes:

- **Myriad** (con sus familias roman, itálica y bold): que se utilizaría para la mayoría de los distintos textos del catálogo.
- **Helvética** (con sus familias regular, itálica, bold y bold itálica): que se utilizaría para las secciones de cada materia, en títulos y encabezados de sección.

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXx
YyZz 1234567890!"·\$%&/()=?;^*~Ç:~;"@ Myriad Roman

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYy
Zz 1234567890!"·\$%&/()=?;^*~Ç:~;"@ Myriad Itálica

**AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvW
wXxYyZz 1234567890!"·\$%&/()=?;^*~Ç:~;"@** **Myriad Bold**

FIGURA 3.29 PROPUESTA 3: FUENTE MYRIAD CON SUS FAMILIAS.

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
 1234567890!“. \$%&/()=?¿^*“Ç: _;” @

Helvética Roman

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
 1234567890!“. \$%&/()=?¿^*“Ç: _;” @

Helvética Itálica

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXx
 YyZz1234567890!“. \$%&/()=?¿^*“Ç: _;” @

Helvética Bold

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXx
 YyZz 1234567890!“. \$%&/()=?¿^*“Ç: _;” @

Helvética Bold itálica

FIGURA 3.30 PROPUESTA 3: FUENTE HELVÉTICA CON SUS FAMILIAS.

En este caso, la utilización de dos fuentes de tipo san serif, dotaron al diseño de una personalidad elegante, altamente legible, y sobre todo, al combinar sus familias, se remarcó la jerarquía de la información permitiendo al lector ubicar fácilmente los datos de cada obra.

Tratamiento de las imágenes

Para el manejo de las imágenes de las portadas de los libros, siguiendo con la recomendación de evitar realizar sobre estas algún efecto visual que distraiga la atención del lector, se realizó un tratamiento sobre el fondo de cada portada. Se utilizó un grupo de 5 placas verticales de 0.3 picas de grosor y con un relleno de 50% al 10% de negro y una altura mayor al de la portada, para que las placas sobresalieran por detrás de la portada, sirviéndoles como un fondo individual. Además, se utilizó un contorno negro de 0.5 pts. de grosor a cada portada para reforzar a la portada en peso visual.

De esta manera, la primer propuesta quedaría como se muestra en las imágenes siguientes.

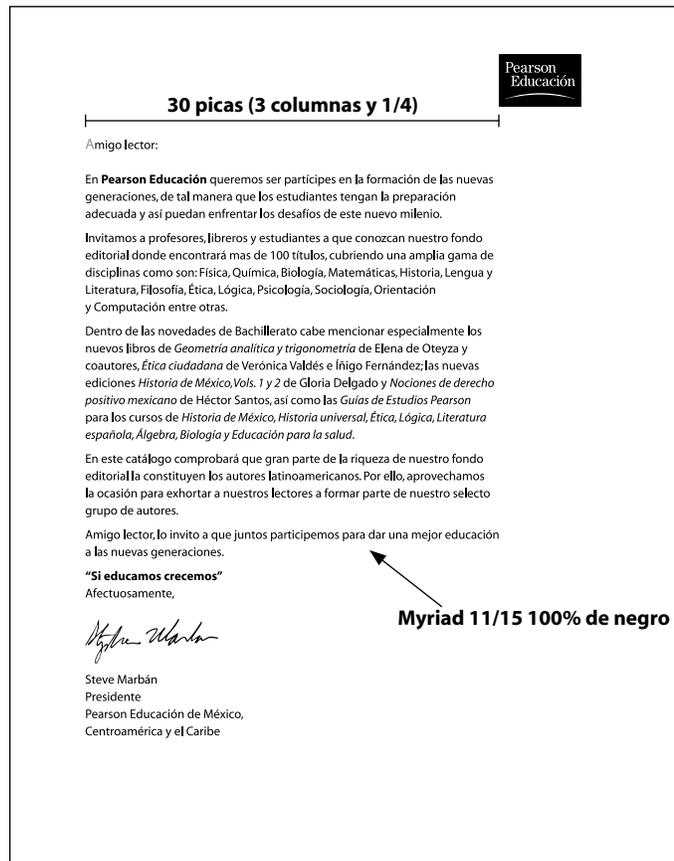


FIGURA 3.31 PROPUESTA 3: PÁGINA DE LA CARTA DEL PRESIDENTE DE PEARSON EDUCACIÓN.

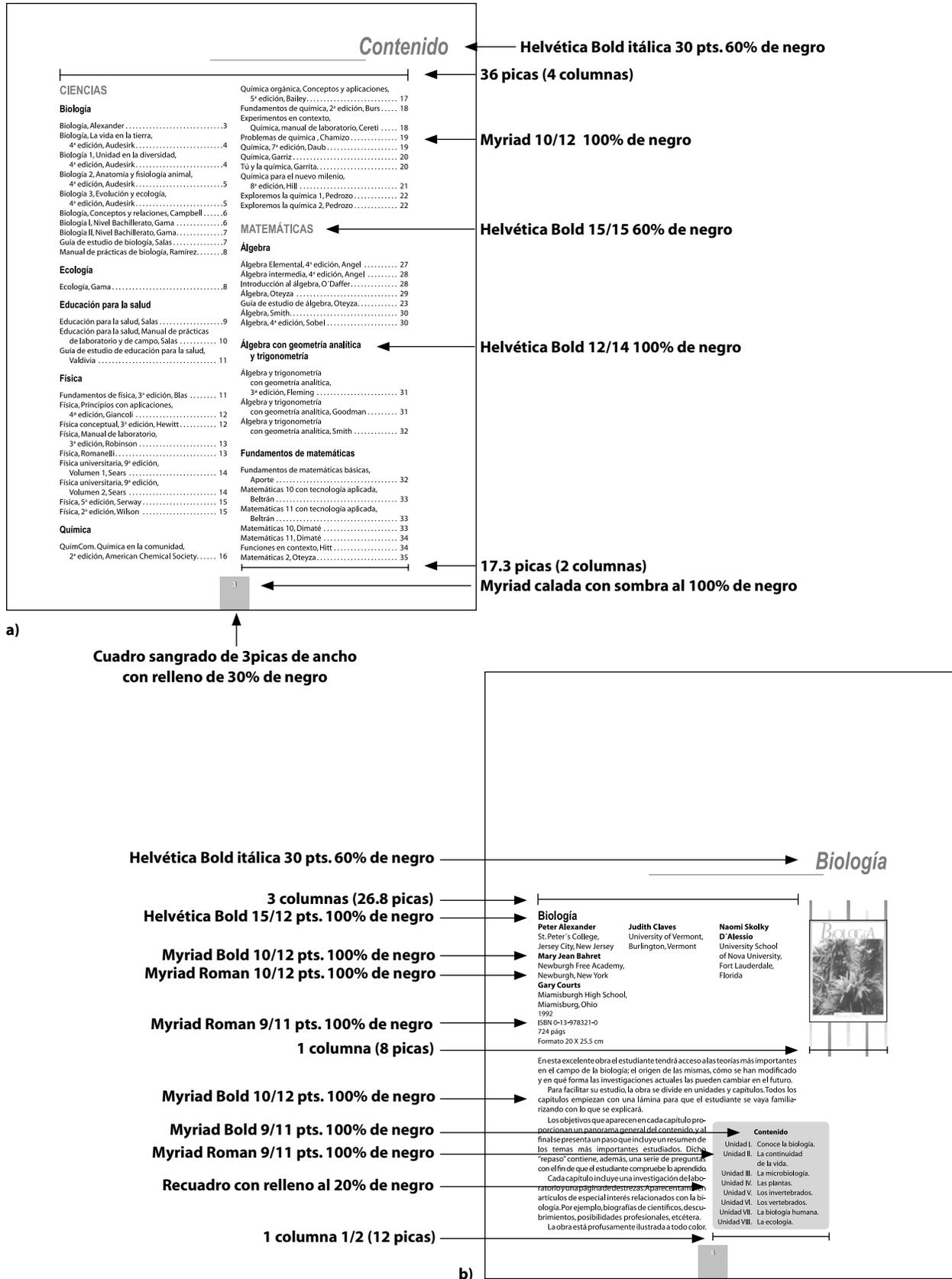


FIGURA 3.32 PROPUESTA 3: PÁGINA DE CONTENIDO (A) Y PRIMERA PÁGINA DE SECCIÓN (B).

Helvética Bold 12/12 pts. 100% de negro

Contorno de 0.5 pts. de grosor al 100% de negro

Plecas de 0.3 picas de grosor con un relleno de 50 % al 10% de negro



Biología
Conceptos y relaciones
Neil A. Campbell
2001
ISBN 958-44-413-3
896 págs.
Formato 21 x 27 cm.

Es el primer texto introductorio de Biología en usar módulos conceptuales para ayudar al estudiante a reconocer y distinguir las ideas principales de cada capítulo. El encabezado de cada módulo no es simplemente tema, sino que es la declaración cuidadosamente elaborada de un concepto biológico. Impreso en letras mayúsculas, cada concepto funciona como un foco de atención para ese módulo y el texto del módulo y las ilustraciones a color convergen en ese concepto con una explicación y, a menudo una evidencia.

En la obra hay preguntas de repaso para reforzar el mensaje de cada módulo. Estas preguntas, localizadas al final de cada módulo, alientan a los estudiantes a autoevaluarse varias veces a medida que avanzan por el capítulo.

Esta edición presenta cinco estrategias principalmente de enseñanza:

1. Enfoque con agudeza los conceptos principales de la biología.
2. Los módulos de aplicación relacionan los conceptos biológicos con la vida del estudiante.
3. Los organismos y la diversidad biológica permanecen como ideas centrales a lo largo del libro.
4. El tema de evolución unifica el libro.
5. El proceso científico sigue siendo prominente en esta edición.

Contenido

UNIDAD I La vida de la célula. UNIDAD II La reproducción de la célula y genética. UNIDAD III Conceptos de la evolución. UNIDAD IV La evolución de la diversidad biológica. UNIDAD V Animales: Forma y función. UNIDAD VI Plantas: Forma y función.

Helvética Bold 12/12 pts. 100% de negro

Contorno de 0.5 pts. de grosor al 100% de negro

Plecas de 0.3 picas de grosor con un relleno de 50 % al 10% de negro



Biología I
Nivel Bachillerato
Ma. De los Angeles Gama
Universidad Nacional Autónoma de México.
1997
ISBN 970-17-0051-1
192 págs.
Formato 20 x 25.5 cms.

Libro de texto que contiene el desarrollo de los temas que integran el primer semestre de los programas de Biología que forman parte del plan de estudios actualmente vigente para el Bachillerato.

Biología I respeta la secuencia de los temas comprendidos en el programa del material del mismo nombre, éstos se tratan en forma directa y sencilla pero sin descuidar en ningún momento el nivel académico y el enfoque biológico requerido en el programa, complementando la explicación de los mismos con ejemplos comprensibles y suficientes figuras didácticas que se presentan

en el texto a todo color. Por otra parte, en *Biología I Nivel Bachillerato*, se aplican varias estrategias didácticas que contribuyen a la mejor comprensión y retención de los temas tratados como lo son:

1. Generar preguntas que se presenten en forma de ejercicios.
2. Elaboración de cuadros-resumen al finalizar los principales temas
3. Adecuar el final del tema tratado para mejor comprensión del siguiente
4. Proponer al final de las unidades cuestionarios de autoevaluación que permitirán al alumno medir su grado de aprovechamiento
5. Desarrollar actividades sencillas que se plantean al final de cada unidad, mismas que permitirán al alumno la aplicación y confirmación de los conocimientos adquiridos

Contenido

UNIDAD I ¿Cómo se originó la vida, cuáles son las características de los seres vivos y cómo se estudian? Cómo se estudian a los seres vivos. Cómo se originó la vida. Características físicas y químicas de los seres vivos. UNIDAD II ¿Qué es la célula cómo funciona, cómo ha evolucionado, y que significado tiene para los seres vivos? Qué es la célula y cómo funciona, cómo ha evolucionado la célula. UNIDAD III ¿Cómo surge la diversidad en los seres vivos? Diversidad de los organismos unicelulares, origen y evolución de los organismos pluricelulares. Principales características de los organismos pluricelulares.

Guía de estudio de biología
Consuelo B. Salas Cuevas
Luis Marat Álvarez Arredondo
2002
ISBN 970-26-0333-1
200 págs.
Formato 20 x 27 cms.

En esta guía de estudio se resumen los contenidos programáticos de diferentes sistemas educativos mediante de la conceptualización para lo que se han utilizado estrategias de aprendizaje y actividades que facilitarán la construcción del aprendizaje básico de la Biología. Esta obra es un apoyo didáctico para auxiliar al docente y a los estudiantes a abordar exitosamente los diversos tópicos de la biología para lo cual se han elaborado cuidadosamente mapas, resúmenes, diagramas, y cuadros sinópticos, así como ejercicios y actividades didácticas atractivas, interesantes y motivadoras. Se ha dado en este texto gran importancia a la autoevaluación para que los alumnos puedan constatar su progreso periódicamente.

Cada unidad temática presenta la siguiente estructura: Diagrama de entrada, Resúmenes, Términos biológicos empleados, Uso de los términos biológicos, Conceptos fundamentales, Comprensión de los conceptos fundamentales, Aplicación de los conceptos, Evaluación, Bibliografía.

Contenido

UNIDAD I Introducción al estudio de la biología. UNIDAD II Biología celular. UNIDAD III Procesos de la continuidad de la vida. UNIDAD IV La evolución de los seres vivos. UNIDAD V La diversidad biológica y sus causas. UNIDAD VI Los seres vivos y su ambiente.



Esfera con efecto gradiente de 80% al 0% de negro

Texto "NOVEDAD" con efecto de deformación

Myriad Bold 7/8 pts.

FIGURA 3.33 PROPUESTA 3: PÁGINAS INTERIORES DEL CATÁLOGO.



FIGURA 3.34 PROPUESTA 3: PÁGINA DE ÍNDICE POR AUTOR (A) Y PÁGINA DE ÍNDICE POR TÍTULO (B).

3.3.1.2.2. Selección de mejores alternativas

La presentación de las anteriores propuestas ante el cliente para realizar la elección de aquella, que a su criterio, reuniera y reflejara las características solicitadas de antemano, se desarrolló al entregar una impresión de cada página diseñada de las tres propuestas. Se imprimieron a partir de una salida en láser en hojas de papel bond blanco.

Los comentarios realizados por el cliente de cada propuesta fueron los siguientes:

Propuesta 1

- El manejo de las fuentes reúne las características de elegancia y modernidad solicitadas y el manejo de porcentajes de negro en los textos, permite al lector distinguir de manera eficaz la información que es necesaria destacar. Sin embargo, el manejo de los espacios donde se ubican los textos fluyen de manera asimétrica, rodeando a la imagen de la portada, lo cual, para el cliente resultó desagradable pues sugirió que el espacio donde se ubicara la portada tenga más espacio blanco hacia abajo de ella, para resaltarla más.
- La diagramación, a pesar de verse armónica y bien estructurada, genera espacios blancos que se traducen en desperdicio, (vease la distancia del margen de pie al corte inferior).
- En cuanto al manejo de las imágenes, el tamaño propuesto a pesar de estar justificado a la diagramación de la página, es muy grande. Se aprecia muy bien la portada pero en relación con el cuerpo de texto, ocupa mucho espacio, el cual se debería aprovechar para distribuir de manera más óptima la información escrita.
- Debido a estas observaciones, la propuesta número uno fue rechazada.

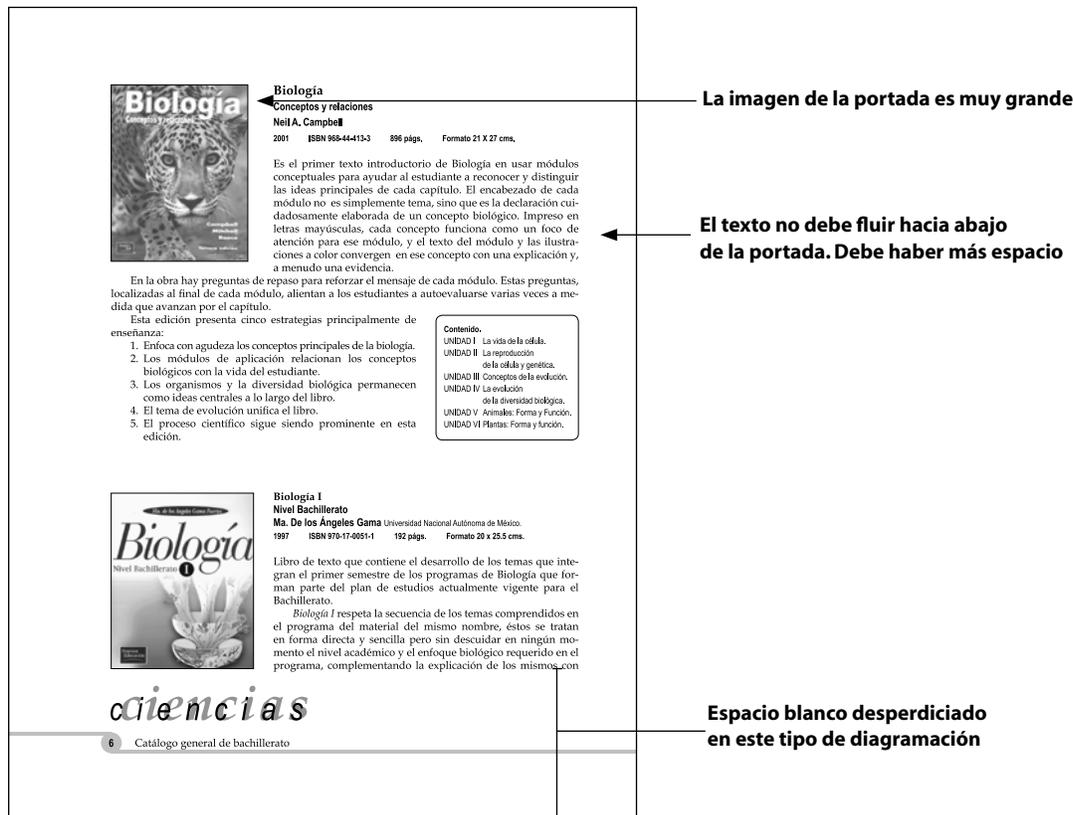


FIGURA 3.35 PROPUESTA 1: ALGUNAS RAZONES POR LAS QUE SE RECHAZÓ LA PROPUESTA 1.

Propuesta 2

- En el uso de las fuentes, éstas se exceden en la extensión de espacio ocupado. A pesar de que su combinación de caracteres san serif lo hacen un diseño altamente legible. No es conveniente por su tendencia a generar más uso de papel.
- La diagramación, en este caso por ocupar un espacio horizontal, tiende a ocupar más páginas. Debido a que, según el cliente, la información de cada libro es diferente en cuanto a extensión, podría darse el caso de utilizar hasta 2 páginas para un mismo libro, lo cual sería un desperdicio de espacio y por lo tanto de papel.
- En el manejo de las imágenes, a pesar de estar ubicadas y encajadas de acuerdo con la diagramación horizontal, estas tienden a ser muy grandes ocupando demasiado espacio.
- Estas observaciones permitieron al cliente rechazar la segunda propuesta.

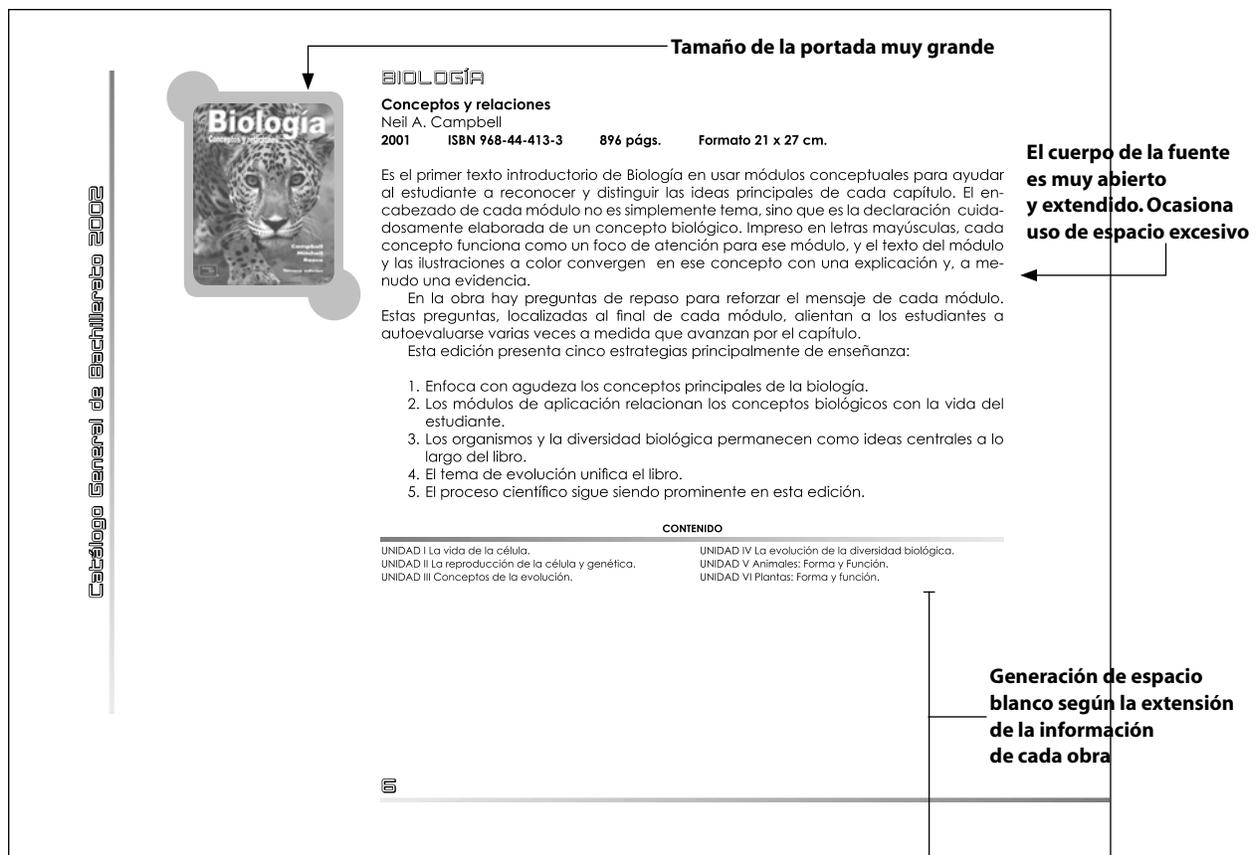


FIGURA 3.36 PROPUESTA 2: ALGUNAS OBSERVACIONES SOBRE LA PROPUESTA NÚMERO 2.

Propuesta 3

- La combinación de fuentes de tipo san serif (myriad y helvética), sus familias, los recuadros y textos en porcentajes de negro, dio como resultado un diseño muy legible y funcional en cuanto a la ubicación, por parte del lector, de cada parte de la información a destacar. Además, el cuerpo del tipo permite una extensión de la información en un espacio razonable. Puesto que puede llegar a distribuir dos obras por cada página, generando con esto una economía de espacio y por lo tanto de papel.

- En cuanto a la diagramación, se aprovechó de manera más apropiada el espacio en cada página y la distribución de los textos y las imágenes, permitió la jerarquización de la información de una forma más ordenada.
- En cuanto a las imágenes, de acuerdo con el espacio asignado por la diagramación y el tamaño, permitieron la percepción nitida de ésta, sin excederse en ocupar demasiado. Aunque, el detalle de las placas con degradado, no agrado al cliente puesto que lo veía como un distractor y no como apoyo.
- A pesar de esta última observación, para el cliente, la propuesta número tres fue la más apropiada para iniciar el proceso de desarrollo de la alternativa seleccionada y optimizar este diseño.

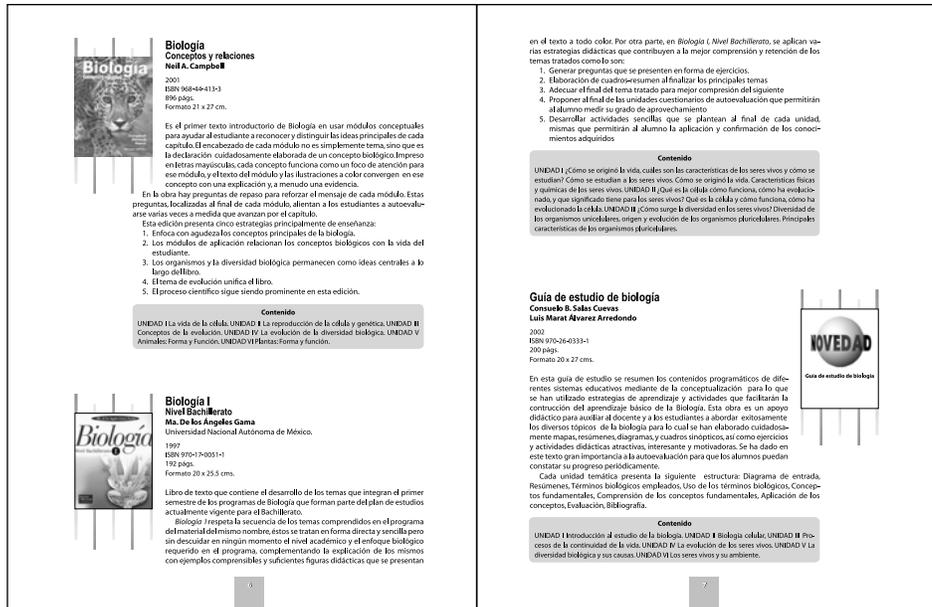


FIGURA 3.37 PROPUESTA 3: ESTE DISEÑO FUE SELECCIONADO POR EL CLIENTE.

3.3.1.2.3. Desarrollar alternativa seleccionada

A la propuesta número tres, seleccionada por el cliente, se le realizaron cambios en su estructura para optimizar su funcionalidad. Los cambios radicaron en la diagramación, en las fuentes y en el manejo de las imágenes.

Diagramación

Las observaciones realizadas por el cliente, encaminadas a modificar la estructura de la diagramación se basaron en los siguientes puntos:

- La diagramación, a pesar de aprovechar bien el espacio, debería extenderse más, para conseguir una mejor distribución de los elementos en la página. Así que, de un área de mancha de 36 X 54 picas pasó a tener la dimensión de 40 X 56 picas ajustándose los márgenes (a sugerencia del cliente), a 3.6 picas de margen de cabeza, 3 picas de margen de pie, 5.5 picas de margen de lomo y 3 picas de margen de corte. Sin embargo, se conservó la división reticular de 1 pica.
- Al realizar los cambios, fue necesario reestructurar la diagramación de las columnas y los medianiles de acuerdo con las nuevas dimensiones. De esta manera, se decidió ajustar la relación numérica del número cuatro, al número 5 para retomar la idea original de un número impar y sus propiedades, como el ritmo. Por lo tanto, se manejaron 5 columnas con una anchura de 6.4 picas y 56 picas de ancho, con un medianil de 2 picas. Con la finalidad de obtener mayor facilidad para subdividir los espacios en caso de ser necesario. Debido a estos cambios, el folio cambio de ubicación, de estar en el pie de la página, pasó a la cabeza, sin variar su posición centrada o su forma.

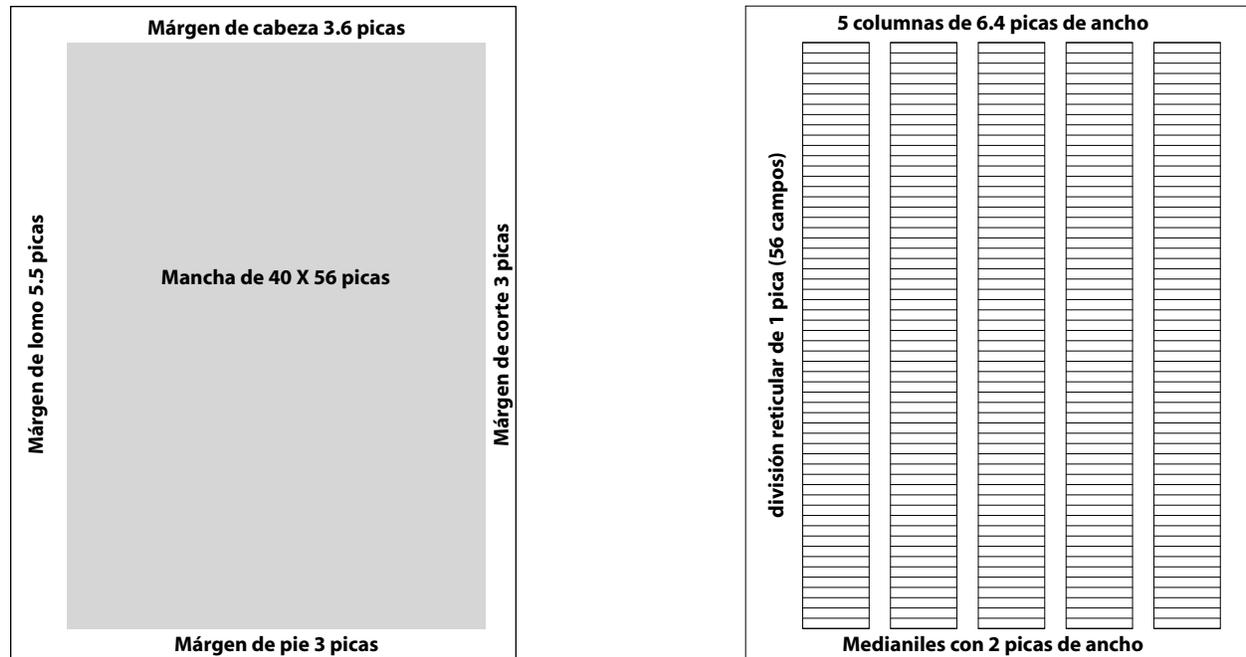


FIGURA 3.38 SECUENCIA DE NUEVA DIAGRAMACIÓN SUGERIDA POR EL CLIENTE CON RESPECTO A LA PROPUESTA 3.

Fuentes

En cuanto al manejo de las fuentes, el cliente hizo referencia a que:

- A pesar de denotar la elegancia y modernidad, proporcionada por las fuentes myriad y helvética, que se estaba buscando y a pesar de haber reconfigurado la diagramación de la página; se requería de optimizar el uso de la fuente de texto de información para aprovechar al máximo el espacio, por lo tanto, una fuente en su versión regular ocasionaría la extensión natural de los textos. De esta manera, se sugirió buscar una fuente condensada que, al ser colocada en la página con la información de los libros, ésta ocupara la menor cantidad de renglones. Evitando así la generación de más páginas y contribuir a la economización de papel, logrando encajar en cada página de dos a tres obras, según su extensión o sólo una, si la información del libro era demasiada. Y, de ser posible, disminuir el tamaño de la fuente a 9 pts, sin disminuir su interlineado.
- Por tanto, se propuso la versión condensada de la misma fuente myriad (Myriad condensed) así como sus familias, para la visualización de los textos. Y se maneja el cuerpo del texto de 9/12 pts.
- En el manejo de la información se respetaron los tamaños y porcentajes de tinta, propuestos desde la primera muestra.

AaBbCcDdEeFfGHIiJjKkLIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 1234567890
 !"·\$%&/()=?;^*~Ç:~;"@ Myriad Condensed

AaBbCcDdEeFfGHIiJjKkLIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 1234567890!"
 ·\$%&/()=?;^*~Ç:~;"@ Myriad Condensed Itálica

AaBbCcDdEeFfGHIiJjKkLIMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890!"·\$%&/()=?;^*~Ç:~;"@ **Myriad Condensed Bold**

FIGURA 3.39 FUENTE MYRIAD CONDENSED Y SUS FAMILIAS.

Manejo de imágenes

En el manejo de imágenes, el cliente manifestó:

- Estar de acuerdo con el tamaño propuesto de las portadas, no así del tratamiento del fondo con el uso de las placas con relleno degradado. Solicitó que se eliminará y proponer otra solución que apoyará más a las cubiertas, en lugar de agregar distracción.

Para esta observación se propuso manejar una sombra del 15% de negro por detrás de cada portada, desfazada hacia la izquierda y abajo de esta, con una distancia de 0.6 picas de distancia y seguir conservando el contorno en la portada de 0.5 pts de grosor, para remarcar su importancia.

Ante esta propuesta el cliente observó que, a pesar de mostrar a las portadas más integradas al diseño, aún se notaba espacio blanco en los lugares destinados a la colocación de las cubiertas. Por lo tanto, sugirió el diseño y colocación de un elemento que las integrara de una manera más impactante, sin que les restara importancia y jerarquía.

Fue así como se decidió usar en los extremos del corte de cada página una mancha (a manera de simulación de un trozo de papel arrancado) con un porcentaje de 15% de negro, para evitar un contraste perjudicial para las portadas, y con una sombra difuminada de 60 a 0% negro detrás de esta mancha, para otorgarle dimensión y volúmen. Al agregar este elemento, se cambió la sombra de 15% de negro; colocada detrás de las portadas, pues se emplataba con la mancha; por un recuadro blanco que sirvió como marco para las portadas.

En cuanto al ícono de novedad, el cliente aprobó, sin ningún cambio, su uso para su colocación en los espacios designados para las obras que se encontraban en producción

Con este último tratamiento, el diseño quedó aprobado y quedó listo para realizar una evaluación de su funcionalidad que se tratará en el siguiente punto.

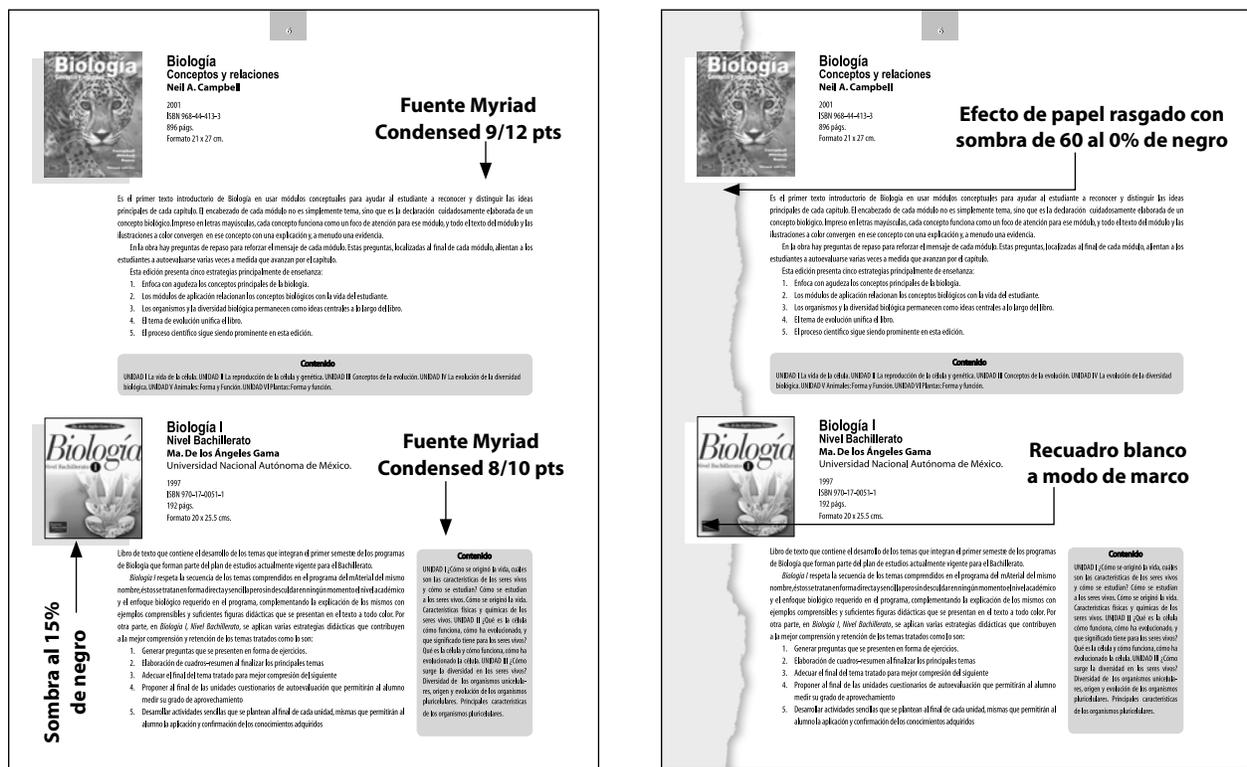


FIGURA 3.40 SECUENCIA DE CORRECCIONES EN EL TRATAMIENTO DE LAS IMÁGENES DEL CATÁLOGO.

3.3.1.2.4. Evaluación del diseño

El cliente (Pearson Educación) como una forma de evaluar el resultado de las modificaciones realizadas, se solicitó la formación de algunas páginas (8) aplicando el diseño aprobado. Utilizando la información real proveída por el cliente. De esta manera, se presentaron las siguientes páginas realizadas con imágenes y textos reales, después de su valoración, se determinó y autorizó a continuar la formación editorial del catálogo de acuerdo con este diseño. De esta etapa, se tratará el siguiente punto.



Página de la carta del Presidente de Pearson

Contenido	
CIENCIAS	
Biología	
Biología, Alexander 3	Tu y la química, Garitz 20
Biología, La vida en la Tierra, 4ª edición, Andriak 4	Química para el nuevo milenio, 1ª edición, MB 21
Biología 1, Unidad en la diversidad, 4ª edición, Andriak 4	Exploramos la química 1, Pedraza 22
Biología 2, Anatomía y fisiología animal, 4ª edición, Andriak 5	Exploramos la química 2, Pedraza 22
Biología 3, Evolución y ecología, 4ª edición, Andriak 5	
Biología, Conceptos y relaciones, Campbell 6	MATEMÁTICAS
Biología 1, Nivel Bachillerato, Gama 6	Álgebra
Biología 2, Nivel Bachillerato, Gama 7	Álgebra elemental, 4ª edición, Angel 27
Guía de estudio de biología, Salán 7	Álgebra intermedia, 4ª edición, Angel 28
Manual de prácticas de biología, Ramirez 8	Introducción al álgebra, G. Daffer 28
	Álgebra, Ortega 29
Ecología	Guía de estudio de álgebra, Ortega 29
Ecología, Gama 8	Álgebra, Smith 30
Educación para la salud	Álgebra, 4ª edición, Sebán 30
Educación para la salud, Sales 9	Álgebra con geometría analítica y trigonometría
Educación para la salud, Manual de prácticas de laboratorio y de campo, Sales 10	Álgebra y trigonometría con geometría analítica, 3ª edición, Fleming 31
Guía de estudio de educación para la salud, Valdéz 11	Álgebra y trigonometría con geometría analítica, Goodman 31
Física	Álgebra, trigonometría y geometría analítica, Smith 32
Fundamentos de física, 3ª edición, Blatt 11	Fundamentos de matemáticas
Física, Principios con aplicaciones, 4ª edición, Giancoli 12	Fundamentos de matemáticas básicas, Agente 32
Física conceptual, 3ª edición, Hewitt 12	Matemáticas 10 con tecnología aplicada, Beltrán 33
Física, Manual de laboratorio, 3ª edición, Robinson 13	Matemáticas 11 con tecnología aplicada, Beltrán 33
Física, Romanello 13	Matemáticas 10, Benavé 33
Física universitaria, 3ª edición, Volumen 1, Sears 14	Matemáticas 11, Benavé 34
Física universitaria, 4ª edición, Volumen 2, Sears 14	Funciones en contexto Pitt 34
Física, 5ª edición, Serway 15	Matemáticas 2, Ortega 35
Física, 2ª edición, Wilson 15	Geometría, geometría analítica y trigonometría
Química	Geometría, Clement 36
Química, Química en la comunidad, 2ª edición, American Chemical Society 16	Geometría analítica, 3ª edición, Fuller 36
Química orgánica, Conceptos y aplicaciones, 3ª edición, Bailey 17	Geometría analítica y trigonometría, Ortega 37
Fundamentos de química, 2ª edición, Burns 18	Trigonometría y geometría analítica, Sullivan 37
Experimentos en contexto, Química, manual de laboratorio, Cavetti 18	
Problemas de química, Chempig 19	Cálculo / Precálculo
Química, 3ª edición, Dub 19	Cálculo de una variable, 3ª edición, Finney 38
Química, Garitz 20	Cálculo de una variable, Fra 39
	Cálculo diferencial e integral, 4ª edición revisada, Purcell 40

Página del contenido

Página de inicio de sección

Biología

Biología
Peter Alexander
 St. Peter's College,
 Jersey City, New Jersey

Mary Jean Bahret
 Newburgh Free Academy,
 Newburgh, New York
 1992
 ISBN 0-13-078327-0
 724 págs.
 Formato 20 x 25.5 cm

Judith Claves
 University of Vermont,
 Burlington, Vermont

Gary Courts
 Mansburg High School,
 Mansburg, Ohio

Naomi Skelly D'Alonso
 University School of New
 University, Fort Lauderdale, Florida



En esta excelente obra el estudiante tendrá acceso a las teorías más importantes en el campo de la biología; el origen de las mitosis, cómo se han modificado y en qué forma las investigaciones actuales les pueden cambiar en el futuro.

Para facilitar su estudio, la obra se divide en unidades y capítulos. Todos los capítulos emplean en una lámina para que el estudiante se vaya familiarizando con lo que se explica.

Los objetivos que aparecen en cada capítulo proporcionan un panorama general del contenido, y al final se presenta un repaso que incluye un resumen de los temas más importantes estudiados. Dichos "repasos" contienen, además, una serie de preguntas con el fin de que el estudiante compruebe lo aprendido.

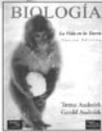
Cada capítulo incluye una investigación de laboratorio y una página de destrezas. Aparecen también artículos de especial interés relacionados con la biología. Por ejemplo, biografía de científicos, descubrimientos, poblaciones profesionales, etcétera.

La obra está profusamente ilustrada a todo color.

Contenido

- Unidad I. Conoce la biología.
- Unidad II. La continuidad de la vida.
- Unidad III. La microbiología.
- Unidad IV. Las plantas.
- Unidad V. Los invertebrados.
- Unidad VI. Los vertebrados.
- Unidad VII. La biología humana.
- Unidad VIII. La ecología.

Páginas interiores formadas con imágenes y textos reales



Biología
La vida en la Tierra
 4ª edición
Teresa Audeširš
Gerald Audeširš
 University of Colorado, Denver
 1997
 ISBN 0-08-883-968-3
 950 págs.
 Formato 21 x 27 cm

Este texto completo y actualizado de biología general representa el máximo esfuerzo realizado por los autores para conseguir un libro atractivo, riguroso y didáctico. Elaborado a cuatro colores y con gran riqueza de dibujos y fotografías, tiene además una impresionante página web que multiplica la utilidad y las posibilidades del libro.

Biología: La vida en la Tierra es una obra escrita y revisada con cuidado a fin de integrar los hechos biológicos a una amplia estructura conceptual que subraye los temas unificadores y las formas en las que la comprensión de la biología puede enriquecer e iluminar la vida cotidiana.

En este libro se relacionan los conceptos biológicos con las experiencias diarias y las consecuencias más importantes para la sociedad. Al final de cada capítulo estas aplicaciones se presentan dentro del texto a manera de preguntas en recuadros.

Hay dos temas que se relacionan a lo largo de la obra: la evolución y la adaptación al ambiente. Amplias referencias cruzadas en toda la obra permiten que el estudiante busque nuevo material relacionado o repase los áreas cubiertas.

Las nuevas características de final de capítulo comprenden preguntas de opción múltiple, de repaso y nuevas preguntas que relacionan específicamente los temas del capítulo con los problemas de la sociedad moderna y la vida diaria.

Al dar una cobertura relativamente completa de todos los temas biológicos, este libro se adapta tanto a cursos que ofrecen un amplio panorama como a los que ahondan en áreas específicas de la biología, impreso a todo color.

Contenido

Unidad I. La vida de la célula. Unidad II. Herencia. Unidad III. Evolución. Unidad IV. Anatomía y fisiología de las plantas. Unidad V. Anatomía y fisiología de los animales. Unidad VI. Comportamiento de los animales. Unidad VII. Ecología.



Biología 1
Unidad en la diversidad
 4ª edición
Teresa Audeširš
Gerald Audeširš
 University of Colorado, Denver
 1997
 ISBN 0-08-883-968-3
 314 págs.
 Formato 21 x 27 cm

Biología 1. Unidad en la diversidad es una obra escrita y revisada cuidadosamente a fin de integrar los hechos biológicos a una amplia estructura conceptual que subraye los temas unificadores y las formas en las que la comprensión de la biología enriquece e ilumina la vida cotidiana.

En esta obra se relacionan los conceptos biológicos con experiencias diarias y las consecuencias más importantes para la sociedad, estas aplicaciones se presentan dentro del texto a manera de preguntas en recuadros.

Amplias referencias cruzadas en toda la obra permiten que el estudiante busque nuevo material relacionado o repase las áreas cubiertas.

Las nuevas características de final de capítulo comprenden preguntas de opción múltiple, de repaso y nuevas preguntas que relacionan específicamente los temas del capítulo con los problemas de la sociedad moderna y la vida diaria.

El libro se presenta en un atractivo formato, impreso a todo color.

Contenido

Introducción a la vida en la Tierra. Unidad I. La vida de una célula. Animales, moléculas y vida. Moléculas biológicas. La energía fluye en todas las actividades celulares. Estructura y función celular. Estructura y función de la membrana celular. Captación de energía solar. Fotosíntesis. Producción de energía a partir de alimentos: glucólisis y respiración celular. Unidad II. Herencia. Reproducción celular. El DNA, la molécula de la herencia. Epistasia y regulación genética. Intercambio genético, meiosis y ciclos evolutivos. Patrones de herencia. Genética molecular y biotecnología. Genética humana.

Biología 2
Anatomía y fisiología animal
 4ª edición
Teresa Audeširš
Gerald Audeširš
 University of Colorado, Denver
 1997
 ISBN 0-13-078-006-3
 289 págs.
 Formato 21 x 27 cm



Biología 2. Anatomía y fisiología animal es una obra escrita y cuidadosamente revisada, a fin de integrar los hechos biológicos a una amplia estructura conceptual que subraye los temas unificadores y las formas en las que la comprensión de la biología enriquece e ilumina la vida cotidiana.

En este libro se relacionan los conceptos biológicos con experiencias diarias y las consecuencias más importantes para la sociedad, estas aplicaciones se presentan dentro del texto a manera de preguntas en recuadros.

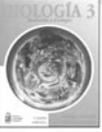
Amplias referencias cruzadas en toda la obra permiten que el estudiante busque nuevo material relacionado o repase las áreas cubiertas.

Las nuevas características de final de capítulo comprenden preguntas de opción múltiple, de repaso y nuevas preguntas que relacionan específicamente los temas del capítulo con los problemas de la sociedad moderna y la vida diaria.

El libro se presenta en un atractivo formato, impreso a todo color.

Contenido

Homeostasis y organización del cuerpo. Circulación. Respiración. Nutrición y digestión. El sistema estriario y la homeostasis. Defensas contra la enfermedad. La respuesta inmune. Control químico del organismo animal: sistema endocrino. Procesamiento de información: el sistema nervioso. Los sentidos: percepción. Acción y control de los músculos y el esqueleto. Reproducción animal. Desarrollo animal.



Biología 3
Evolución y ecología
 4ª edición
Teresa Audeširš
Gerald Audeširš
 University of Colorado, Denver
 1996
 ISBN 0-13-078-016-2
 480 págs.
 Formato 21 x 27 cm

Biología 3. Evolución y ecología es una obra escrita y revisada con cuidado a fin de integrar los hechos biológicos a una amplia estructura conceptual que subraye los temas unificadores y las formas en las que la comprensión de la biología enriquece e ilumina la vida cotidiana.

En este libro se relacionan los conceptos biológicos con las experiencias diarias y las consecuencias más importantes para la sociedad, estas aplicaciones se presentan dentro del texto a manera de preguntas en recuadros.

Amplias referencias cruzadas en toda la obra permiten que el estudiante busque nuevo material relacionado o repase las áreas cubiertas.

Las nuevas características de final de capítulo comprenden preguntas de opción múltiple, de repaso y nuevas preguntas que relacionan específicamente los temas del capítulo con los problemas de la sociedad moderna y la vida diaria.

El libro se presenta en un atractivo formato, impreso a todo color.

Contenido

Unidad I. Evolución. Principios de la evolución. Evolución de los organismos. El origen de las especies. Historia de la vida en la Tierra. Homeostasis. La impresión del serón en la diversidad. El mundo oculto de los microbios. Los hongos. El reino vegetal. El reino animal. Unidad II. Anatomía de las plantas y fisiología. La estructura de las plantas terrestres. Cómo adquieren y transportan los nutrientes. Las plantas terrestres. Reproducción y desarrollo de las plantas. Respuestas de las plantas al ambiente. Unidad III. Comportamiento animal. Bases del comportamiento animal. El comportamiento social de los animales. Unidad IV. Ecología. Crecimiento y regulación de la población. Interoacciones con la comunidad. Cómo funcionan los ecosistemas. Los diversos ecosistemas de la Tierra.



Biología
Conceptos y relaciones
Neil A. Campbell
2001
ISBN 968-444-413-3
186 págs.
Formato 21 x 27 cm

Es el primer texto introductorio de Biología en usar módulos conceptuales para ayudar al estudiante a reconocer y distinguir los ideas principales de cada capítulo. El embaucado de cada módulo no es simplemente un tema, sino que es la declaración cuidadosamente elaborada de un concepto biológico. Impreso en mayúsculas, cada concepto funciona como un foco de atención para su módulo, y todo el texto del módulo y las ilustraciones a color convergen en ese concepto con una explicación y, a menudo, una evidencia.

En la obra hay preguntas de repaso para reforzar el mensaje de cada módulo. Estas preguntas, localizadas al final de cada módulo, alientan a los estudiantes a autorevisarse varias veces a medida que avanzan por el capítulo.

Esta edición presenta cinco estrategias principales de enseñanza:

1. Eficacia con aplicaciones los conceptos principales de la biología.
2. Los módulos de aplicación relacionan los conceptos biológicos con la vida del estudiante.
3. Los organismos y la diversidad biológica permanecen como ideas centrales a lo largo del libro.
4. El tema de evolución unifica el libro.
5. El proceso científico sigue siendo prominente en esta edición.

Contenido

UNIDAD I La vida de la célula. UNIDAD II La reproducción de la célula y genética. UNIDAD III Conceptos de la evolución. UNIDAD IV La evolución de la diversidad biológica. UNIDAD V Animales: Forma y función. UNIDAD VI Plantas: Forma y función.



Biología I
Nivel Bachillerato
Ma. de los Angeles Gama
Universidad Nacional Autónoma de México
1997
ISBN 970-17-0051-1
192 págs.
Formato 20 x 25.5 cm

Libro de texto que contiene el desarrollo de los temas que integran el primer semestre de los programas de Biología que forman parte del plan de estudios actualmente vigente para el bachillerato.

Biología I respeta la secuencia de los temas comprendidos en el programa del material del mismo nombre, estos se tratan en forma directa y sencilla pero sin descuidar en ningún momento el nivel académico y el enfoque biológico requeridos en el programa, complementando la explicación de los mismos con ejemplos comprensibles y suficientes figuras didácticas que se presentan en el texto a todo color. Por otra parte, en Biología I, Nivel Bachillerato, se aplican varias estrategias didácticas que contribuyen a la mejor comprensión y retención de los temas tratados como:

- generar preguntas que se presentan en forma de ejercicios
- elaboración de cuadros-resumen al finalizar los principales temas
- adecuar al final del tema tratado para la mejor comprensión del siguiente
- proponer al final de las unidades cuestionarios de autoevaluación que permitan al alumno medir su grado de aprendizaje
- desarrollar actividades sencillas que se plantan al final de cada unidad, mismas que permitan al alumno la aplicación y confirmación de los conocimientos adquiridos.

Contenido

Unidad I. ¿Cómo se originó la vida, cuáles son las características de los seres vivos y cómo se estudian? ¿Cómo se estudia a los seres vivos. ¿Cómo se originó la vida. Características físicas y químicas de los seres vivos. Unidad II. ¿Qué es la célula, cómo funciona, cómo ha evolucionado y qué significado tiene para los seres vivos? ¿Qué es la célula y cómo funciona. ¿Cómo ha evolucionado la célula. Unidad III. ¿Cómo surge la diversidad en los seres vivos? Diversidad de los organismos unicelulares. Origen y evolución de los organismos pluricelulares. Principales características de los organismos pluricelulares.



Biología II
Nivel Bachillerato
Ma. de los Angeles Gama
Universidad Nacional Autónoma de México
1997
ISBN 970-17-0002-9
288 págs.
Formato 20 x 25.5 cm

Biología II, Nivel Bachillerato, es la continuación de Biología I, por lo que está programada para estudiarse en el semestre siguiente. Biología II también forma parte de los programas de Biología que integran el plan de estudio del Bachillerato.

En forma semejante al texto anterior, en Biología II, Nivel Bachillerato, se tratan los temas de acuerdo con el orden establecido actualmente en el programa, en forma directa y accesible. Justando éstos con ejemplos sencillos y conocidos (por ejemplo los que se mencionan en el texto que corresponden a su propia localidad y biodiversidad), ensayando también las explicaciones con el apoyo de figuras didácticas de gran calidad, que contribuyen a mantener el nivel académico y enfoque biológico solicitados en los programas.

Continuando con la organización del texto anterior, también se han aplicado en el presente las estrategias didácticas que facilitarían al estudiante la comprensión y aplicación de los conocimientos biológicos como:

- generar preguntas en los diferentes temas (ejercicios)
- la presentación de cuadros-resumen, al final de los bloques de los temas más importantes
- preparar el tema tratado para una secuencia lógica de los siguientes
- cuestionarios de autoevaluación que permitan verificar el grado de aprendizaje
- la realización de actividades sencillas al final de cada unidad que dan la oportunidad de aplicar y reforzar los conocimientos adquiridos. Las actividades que se proponen requieren de materiales muy económicos y fáciles de conseguir.

Contenido

Unidad IV. ¿Cuáles son, cómo están estructuradas y cómo funcionan los diversos organismos pluricelulares? ¿Cuáles son los diversos organismos? Diversos organismos pluricelulares. Estructuras implicadas en los procesos metabólicos. Reproducción. Ciclos de vida. Homeostasis. Unidad V. ¿Cómo se explican la diversidad y continuidad biológica? Principios básicos de genética. Evolución biológica. Teoría evolutiva de los cambios. Origen y evolución del hombre.



Guía de estudio de biología
Consuelo B. Salas Cuevas
Luis Mariel Álvarez Arredondo
2002
ISBN 970-26-0333-1
200 págs.
Formato 21 x 27 cm

En esta Guía de estudio se resumen los contenidos programáticos de diferentes sistemas educativos mediante de la conceptualización para lo que se han utilizado diversas estrategias de aprendizaje y actividades que facilitarían la construcción del aprendizaje básico de la Biología. Esta obra es un apoyo didáctico para auxiliar al docente y a los estudiantes a abordar exitosamente los diversos tópicos de la Biología para lo cual se han elaborado cuidadosamente mapas conceptuales, resúmenes, diagramas, y cuadros sinópticos, así como ejercicios y actividades didácticas atractivas, interesantes y motivadoras. Se ha dado en este texto gran importancia a la autoevaluación para que los alumnos puedan constatar sus progresos periódicamente.

Cada unidad temática presenta la siguiente estructura: Diagrama de entrada, Resumen, Términos biológicos empleados, Uso de los términos biológicos, Conceptos fundamentales, Comprensión de los conceptos fundamentales, Aplicación de los conceptos, Evaluación, Bibliografía.

Contenido

Unidad I. Introducción al estudio de la biología. Unidad 2. Biología celular. Unidad 3. Proceso para la continuidad de la vida. Unidad 4. La evolución de los seres vivos. Unidad 5. La diversidad biológica y sus causas. Unidad 6. Génesis de los seres vivos y su ambiente.



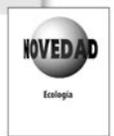
Manual de prácticas de biología
Jorge Eliseo Ramírez Luna
Rocío Andrea Reyes López
2002
ISBN 970-26-0335-4
132 págs.
Formato 21 x 27 cm

Las prácticas de biología son una parte fundamental en la enseñanza de dicha materia ya que permiten que los conocimientos teóricos aprendidos por el alumno se puedan aplicar. En este manual se ofrecen prácticas para los temas más importantes de cada unidad temática, el objetivo de las 38 prácticas es que el profesor pueda escoger la que desarrollará en el laboratorio de acuerdo con el enfoque que desea aplicar y con el material de apoyo y recursos con que cuenta la institución.

Cada práctica tiene la siguiente estructura: Introducción, Objetivo, Materiales y reactivos, Procedimiento, Preguntas, Bibliografía.

Contenido

Introducción.	Unidad 6. Los seres vivos y su ambiente.
Reglamento del laboratorio de biología.	Calentura de prácticas.
Unidad 1. El carácter científico de la biología.	Aprimoré 1. Temas sugeridos para investigaciones de largo plazo.
Unidad 2. La célula: unidad estructural y funcional de los seres vivos.	Aprimoré 2. Preparación de reactivos y materiales.
Unidad 3. Proceso para la continuidad de la vida.	Citocinesis.
Unidad 4. La evolución de los seres vivos.	Bibliografía general.
Unidad 5. Historia evolutiva de la diversidad biológica.	



Ecología
Ma. de los Angeles Gama Fuertes
Diana Fernández Gama
ISBN 970-260-050-2
370 págs.
Formato 19.5 x 25.5 cm

Ecología proporciona al estudiante los conocimientos ecológicos actualizados y de acuerdo con el nivel académico requerido, en forma clara y sencilla complementada con actividades simples en las que el alumno puede aplicar los conocimientos que va adquiriendo ya que por lo regular, dichas actividades están fundamentadas en hechos que suceden cotidianamente en la naturaleza, que están al alcance de su observación aunque no sea un observador experimentado.

Otra didáctica que presenta los cuadros sinópticos en los que se resume lo más importante de los principales temas, propone ejercicios y al finalizar cada unidad presenta cuestionarios de autoevaluación que permitan al alumno medir su grado de comprensión y aprovechamiento.

Contenido

Unidad I. 1. La ecología desde sus orígenes. 2. Componentes del ambiente. 3. Adaptaciones de los organismos al ambiente. 4. Adaptaciones al comportamiento de los seres vivos. 5. Concepto de hábitat y nicho ecológico.

Unidad II. 1. Conceptos, características y funcionamiento de las poblaciones. 2. Factores que modifican las características fundamentales de una población. 3. Dinámica de las poblaciones. 4. Resistencia ambiental. 5. Modelo demográfico de población. 6. Apoyamiento de los recursos naturales. 7. Poblaciones controladas por el hombre. 8. Población humana.

Unidad III. 1. La comunidad y los ecosistemas.

Unidad IV. 1. Estructura dinámica y reservas naturales de los ecosistemas terrestres y acuáticos.

3.3.1.2.5. Construcción del prototipo modificado (formación editorial)

Esta etapa, se enfocó a trasladar página por página el diseño aprobado por el cliente sobre la plataforma digital (Machintosh) en el programa (Quark Xpress 3.3, en ese entonces) solicitado por él. Para el desarrollo de la formación editorial, Pearson Educación proporcionó la información necesaria, constituida en textos e imágenes, facilitadas en dispositivos de almacenamiento de datos digitales (discos de 3 1/2 llamados diskkets o floppys y discos compactos).

Con el diseño aprobado, el cliente hizo algunas recomendaciones de la manera en cómo enfrentar los posibles problemas que tendría la formación de este catálogo:

- Tratar en lo posible de que en cada página quede la información completa de dos libros.
- En caso de que la información de una obra sea muy extensa y no permita en esa página la incorporación de otra, dejar esa página con la información de un solo libro.
- Por el contrario, si la información es muy corta, y llegase a permitir la colocación de un libro más, se podría formar la página con tres libros.
- Estas recomendaciones se llevaran a cabo, siempre y cuando se evite en la mayor parte de los casos, el forzar los espacios preestablecidos entre textos e imágenes como la reducción del espacio de la interlínea o los asignados entre dos obras. Sin embargo, sólo en casos excepcionales se podría recurrir a este recurso para encajar la información en cada página.

Dentro de la formación editorial, se señaló que se considerara el espacio de 2 páginas antes de cada sección para colocar a manera de *encartes*, los separadores propios de cada una de las partes. Estos separadores, realizados en otro despacho, fueron diseñados en cuatro tintas y utilizando programas de tercera dimensión. Por lo tanto, no fueron considerados dentro de la metodología tratada anteriormente.

Como parte de la formación editorial, se debe mencionar y observar algunos aspectos técnicos en cuanto al manejo de los textos. Y se deben evitar los siguientes defectos en cuanto a los bloques de la información textual.

- **Ríos o calles;** son espacios en blanco que se forman en las columnas en diferentes líneas debido a espacios coincidentes de cada línea.
- **Guiones consecutivos** (callejones) a final de línea en una misma columna o repetición de caracteres de una línea a otra.
- Cuando el texto de una página o una parte del texto se divide en dos columnas, deberemos intentar que éstas **sean iguales**. En el caso de que el contenido o la retícula no pueda ajustarse para conseguir que tengan el mismo número de líneas, deberemos entonces intentar que sea más larga la primera columna. En algún caso, sin embargo, la naturaleza de los datos imposibilita el cumplimiento de la norma, y entonces debe permitirse que la primera de las columnas sea más corta.
- Debe evitarse que **coincidan** a la misma altura **dos subtítulos**, ya que dividen la página en dos partes horizontalmente; la misma situación puede darse, y también debe evitarse, cuando se usan iniciales destacadas en varios párrafos del texto.
- **Viudas** son las palabras sueltas que quedan al final de un párrafo, los comienzos de párrafo al final de una columna, los finales de párrafos al comienzo de una columna.
- La descompensación de párrafos —unos demasiado extensos y otros demasiados cortos.
- Las **frases sueltas** antes o después de una imagen o ilustración.
- La utilización de subtítulos demasiado seguidos o excesivamente espaciados.
- Las páginas demasiado cortas de contenido.
- Estructurar párrafos consecutivos que visualmente sean muy densos para la lectura o con mucho espacio entre las palabras y los caracteres.

ENCARTE. Es una página que se diseña y produce aparte de la publicación. Pero que se compagina en el momento del armado de la obra.

3.3.1.2.6. Etapa de corrección hecha principalmente por la editorial.

Una vez concluida la etapa de formación, se procedió a mandar una impresión de toda la obra a Pearson Educación para su revisión. Con la finalidad de detectar los posibles errores en cuanto a la ortografía, de redacción y de precisión de datos, que tendrían los textos y las imágenes.

Para la realización de estas correcciones, los editores poseen algunos signos que utilizan para establecer el tipo de cambios que desean realizar. Algunos de éstos son los presentados en el siguiente cuadro.

	Utilizado para hacer notar que en ese lugar habría que agregar algún caracter.
) (Significa abrir un espacio.
()	Significa cerrar un espacio.
~	Es para unir dos párrafos en uno sólo.
└┘	Es para invertir el orden de palabras o de oraciones.
✓	Significa eliminar el caracter, la palabra, la oración, el párrafo o el contenido de la página.
<i>m</i>	Es para señalar que ese caracter, palabra o frase debe tener el estilo itálico.
m	Es para señalar que ese caracter, palabra o frase debe tener el estilo bold.
<i>m</i>	Es para señalar que ese caracter, palabra o frase debe tener el estilo bold/itálico.
<u>M</u>	Es para señalar que ese caracter, palabra o frase debe usar el estilo de versalitas.
<u><u>M</u></u>	Es para señalar que ese caracter, palabra o frase debe tener el estilo de versales.

En la etapa de corrección, se realizaron cuatro revisiones completas de toda la obra, cada una de ellas impresa en papel de color, de acuerdo con el número de revisión que se le otorga. Papel amarillo, primera revisión, azul la segunda, verde la tercera y blanca la cuarta. En esta última revisión se observa con especial cuidado todas las correcciones pasadas, pues de esta última impresión se desprenderá el archivo definitivo para mandar la obra a su etapa de preparación de negativos, es decir a la fase de pre-prensa.

3.3.1.2.7. Preparación de archivos para mandar a pre-prensa.

El término de la labor del diseño gráfico y la formación editorial llegan hasta esta etapa en la cual, Pearson Educación como cliente, recibe la última impresión de toda la obra, foliada, compaginada, con los textos y las imágenes proporcionadas por el, y formada de acuerdo con el diseño definido y corregido. Además, se le provee de un archivo digital almacenado en un disco compacto en el cual se grabaron, los archivos del programa que se utilizó para la elaboración del catálogo (QuarkXpress), cada una de las imágenes, ilustraciones e íconos colocados en cada página del documento digital y sobre todo, las fuentes con sus familias para que, en el buró de pre-prensa donde se le diera salida a negativos, éste no tuviera problemas de sustitución de fuentes.

Así, con la entrega de lo anterior, se dio por terminada la labor en cuanto a diseño y formación del Catálogo general de bachillerato 2002 de la editorial Pearson Educación.

CAPÍTULO

4

DISEÑO DE PROPUESTAS PARA RELACIONES PÚBLICAS

4.1. CONSIDERACIONES RELEVANTES DEL ANÁLISIS FORMAL

El libro *Relaciones Públicas*, del autor Carlos Bonilla Gutiérrez, fue solicitado por el Tec de Monterrey Campus Estado de México a través de Grupo Patria Cultural y producido bajo el sello de la Compañía Editorial Continental S.A. (CECSA). Esta publicación por ser nueva no contó con una edición anterior, por lo tanto el análisis se basó únicamente en los requerimientos proveídos por el cliente y el autor. Dichos requerimientos, son los que a continuación se mencionan:

- El diseño debe denotar elegancia y modernidad sin perder el estilo serio de un libro de esta índole.
- Debe mostrar elementos de apoyo visual que haga amena la lectura.
- Se debe aprovechar al máximo la utilización del espacio del papel (15.5 por 22.5 centímetros) y evitar excederse de 192 páginas.
- El aprovechamiento de una sola tinta (negro) y la utilización de porcentajes.
- Definir el diseño, formar la obra página por página, revisiones, correcciones y entrega de archivo digital para salida de negativos en un plazo máximo de tres meses.
- Debe diseñarse utilizando la plataforma Machintosh y el software especial para diseño como los programas *QuarkXpress*, *Illustrator* y *Photoshop*.
- Debe estructurarse con las siguientes secciones:
 - a) Preliminares, que estará dividida en la página falsa, portadilla, página de legales, dedicatorias, prólogo, presentación, referencias, introducción, contenido y una página dedicada para la biografía del autor.
 - b) Cuerpo del libro, conformado por ocho capítulos.
 - c) Dentro de cada capítulo marcar una jerarquía para un título principal y otro secundario.
 - d) Buscar la forma de estructurar gráficas y tablas para apoyar la información.
 - e) Cada capítulo debe contar con una entrada para iniciarlo, apoyado con una foto que haga referencia al tema a tratar. Teniendo la posibilidad de usar fotos de algún banco de imágenes o usar el collage.
 - f) Seguido de la foto, debe ir un epígrafe destacándolo del resto de la información.
 - g) Colofón.
 - h) Bibliografía

Con base en estos requerimientos se comenzaron a desarrollar las propuestas que se presentaran a continuación en el siguiente punto.

OBJETIVO:

Revisar puntualmente el proceso de diseño que llevo a la creación del libro "Relaciones Públicas."

4.2. MÉTODO DE DISEÑO APLICADO A LA GENERACIÓN DE LAS PROPUESTAS

El modelo que fue aplicado para desarrollar el diseño del libro Relaciones Públicas está basado, al igual que en el Catálogo General de Bachillerato 2002, en la metodología de proyectación de **Gui Bonsiepe**, pero donde en algunos casos se agregan etapas, en otras se suprimen pues no se adaptan a las circunstancias propias del diseño editorial y en especial a la realización y exigencia de esta publicación.

Retomando la metodología de proyectación de Gui Bonsiepe, en su forma íntegra aparece así:

1. Estructuración del problema

- 1.1. Localización de una necesidad. Declaración de objetivos a lograr o en el caso de proyectos existentes, objetivos no satisfechos.
- 1.2. Operación, valoración de la necesidad. Comparar la necesidad con otras respecto a su compatibilidad y prioridad.
- 1.3. Operación, análisis del problema proyectual respecto a su justificación.
- 1.4. Operación, definición del problema proyectual en términos generales.
- 1.5. Operación, precisión del problema proyectual
- 1.6. Operación, subdivisión de problemas en subproblemas.
- 1.7. Operación, jerarquización de los problemas
- 1.8. Operación, Análisis de soluciones existentes

2. Diseño

- 2.1. Operación, desarrollo de alternativas o ideas básicas
- 2.2. Operación, exámen de alternativas
- 2.3. Operación, selección de mejores alternativas
- 2.4. Operación, desarrollar alternativa seleccionada
- 2.5. Operación, construcción del prototipo
- 2.6. Operación, evaluación del prototipo
- 2.7. Operación, introducir modificaciones eventuales
- 2.8. Operación, construcción del prototipo modificado
- 2.9. Operación, validación del prototipo modificado
- 2.10. Operación, preparación de planos técnicos definitivos para la fabricación.

3. Realización

- 3.1. Operación, fabricación de pre-serie
- 3.2. Operación, elaboración de estudios de costos
- 3.3. Operación, adaptación del diseño a las condiciones específicas del productor
- 3.4. Operación, productos en serie
- 3.5. Operación, valoración del producto después de un tiempo determinado de uso
- 3.6. Operación, introducción de valoraciones eventuales con base en la valoración.

Esta metodología al ser adaptada para aplicarla a la solución del problema del diseño editorial quedó sintetizada en los siguientes puntos:

1. Estructuración del problema

- 1.1. Localización de la necesidad y la declaración de objetivos a lograr.
- 1.2. Subdivisión de problemas en subproblemas.
- 1.3. Jerarquización de los problemas
- 1.4. Análisis de soluciones existentes

2. Diseño

- 2.1. Desarrollo de alternativas o ideas básicas
- 2.2. Selección de mejores alternativas

- 2.3. Desarrollar alternativa seleccionada
- 2.4. Evaluación del diseño
- 2.5. Construcción del prototipo modificado (formación editorial)
- 2.6. Etapa de corrección hecha principalmente por la editorial.
- 2.7. Preparación de archivos para mandar a pre-prensa.

Al igual que en la metodología aplicada al Catálogo General de Bachillerato 2002, la etapa tres de la metodología, no se aplicó, pues la labor realizada no abarcó la etapa de pre-prensa (producción de negativos), impresión y encuadernado de la publicación ya que el servicio se concretó a diseñar, formar y entregar los archivos digitales en un disco compacto.

4.2.1. APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA AL DESARROLLO DEL DISEÑO DEL LIBRO RELACIONES PÚBLICAS

4.2.1.1. Estructuración del problema

4.2.1.1.1. Localización de las necesidades y la declaración de objetivos a lograr

La necesidad surgida en este caso es el diseño de los interiores del libro Relaciones Públicas, Factor de competitividad para empresas e instituciones, del autor Carlos Bonilla Gutierrez.

4.2.1.1.2. Subdivisión de problemas en subproblemas

Los problemas que surgieron a partir de la declaración de la necesidad por parte del cliente se pueden englobar en tres tipos de áreas: necesidades de tiempo, de forma y de producción.

En las *necesidades de tiempo* el cliente solicitó que desde el inicio de la pláticas, la generación de propuestas, la formación de la publicación (adaptación del contenido y las imágenes al diseño final), la etapa evaluativa y correctiva de lo presentado y la entrega de toda la publicación en archivos digitales compilados en un disco compacto debía ser en un plazo máximo de tres meses.

Las *necesidades de forma*, a su vez se pueden dividir en dos subcategorías: estéticas y de estructura.

- Estéticas, donde el diseño debe proveer una sensación de elegancia y modernidad, debe mostrar elementos de apoyo visual y que haga amena la lectura sin que pierda el estilo serio de un libro de este tipo.
- Estructura: se debe estructurar con las secciones **Preliminares**, que estará dividida en la página falsa, portadilla, página de legales, dedicatorias, prólogo, presentación, referencias, introducción, contenido y una página dedicada para la biografía del autor. **Cuerpo del libro**, conformado por ocho capítulos. Dentro de cada capítulo marcar una jerarquía para un título principal y otro secundario. Estructurar gráficas y tablas para apoyar la información. Cada capítulo debe tener una entrada para iniciarlo, apoyado con una foto que haga referencia al tema a tratar. Seguido de la foto, debe ir un epígrafe destacándolo del resto de la información y en la parte final el colofón y bibliografía.

Las necesidades de producción que se encontraron al analizar los requerimientos del cliente, pueden enmarcar en dos rubros que abarcan lo económico y lo técnico.

- En el aspecto económico se encuentran ubicadas las necesidades solicitadas por el cliente en cuanto a que se utilizaría una sola tinta (negro) y sus porcentajes y se debe aprovechar al máximo la utilización del espacio del papel (15.5 por 22.5 centímetros) y evitar excederse de 192 páginas.
- En el aspecto técnico se encontraron, a solicitud del cliente, la necesidad de que el diseño y la formación editorial de toda la obra se realizara en forma digital, por medio del uso de los programas de edición especiales para diseño (Illustrator, Phothoshop y QuarkXpress) y en plataforma Machintosh. Y una

vez concluida la obra se debería entregar en un disco compacto anexando los archivos desarrollados de todo el libro, las imágenes que se utilizaron, logotipos, iconos y fuentes. Para obtener de estos archivos los negativos que se ocuparían para imprimir la obra.

4.2.1.1.3. Jerarquización de los problemas

En estricto orden de importancia y de acuerdo con la premura de los tiempos, en orden descendente se enumera la prioridad de los problemas.

- a) Desarrollo de las propuestas del diseño.
- b) Selección de una de las propuestas y su optimización, según las necesidades y observaciones del cliente y la editorial.
- c) Aplicación del diseño aprobado y corregido a la formación estructurada del libro adaptando, texto, tablas y gráficas página a página (formación editorial).
- d) Etapa correctiva y de observaciones proporcionadas por el cliente (editorial CECSA y el autor) y su realización.
- e) Preparación de archivos digitales para la elaboración de negativos y su posterior impresión.

4.2.1.1.4. Análisis de soluciones existentes

Como se mencionó al principio de este capítulo, el libro Relaciones Públicas fue una primera edición, por lo tanto no cuenta con una publicación anterior la cual se tenga que mejorar o corregir.

4.2.1.2. Diseño

4.2.1.2.1. Desarrollo de alternativas o ideas básicas

Propuesta 1

Diagramación

La diagramación utilizada en esta propuesta, partió de la conversión del tamaño del papel impuesto por la editorial (que es de 15.5 centímetros de ancho por 22.5 centímetros de altura) a unidades de medición tipográficas, es decir en picas. La conversión resultante fue de: 36p7.37 picas de ancho por 53p1.795 de altura.

Posteriormente, se dividió el espacio en tercios, por la razón de que es un número impar y genera ritmo. Entonces, tenemos que:

$$36p7.37 \div 3 = 12 \text{ cuadros con } 0p7.37$$

$$53p1.795 \div 3 = 17 \text{ cuadros con } 2p1.795$$

Al obtener la cantidad de 12 por 17 cuadros, se buscó utilizar un área de mancha que sus lados fueran generados por múltiplos de tres. Es así que, se designó un área de 9 campos de ancho por 15 de altura. Y para obtener la ubicación de las distancias de los bordes del papel a la mancha, se restó el área de mancha designada menos el área sobrante:

$$9 \text{ cuadros} \times 3 \text{ picas} = 27 \text{ picas} - 36p7.37 = 9p7.37$$

$$15 \text{ cuadros} \times 3 \text{ picas} = 45 \text{ picas} - 53p1.795 = 8p1.795$$

El área obtenida tanto de ancho (9p7.37) como de largo (8p1.795), permitió ubicar la mancha designada de acuerdo con una relación matemática de tercios. Sin embargo, como resultaran cantidades con milésimas y centésimas de pica. Se trató de usar aproximados que dieran como resultado el área buscada. Por tanto, se asignaron los siguientes parámetros que dieron como resultado la ubicación de las distancias de los márgenes:

Márgen de cabeza: 3p2.37
 Márgen de pie: 4p11.42
 Márgen de corte: 6p2.37
 Margen de lomo: 3p5

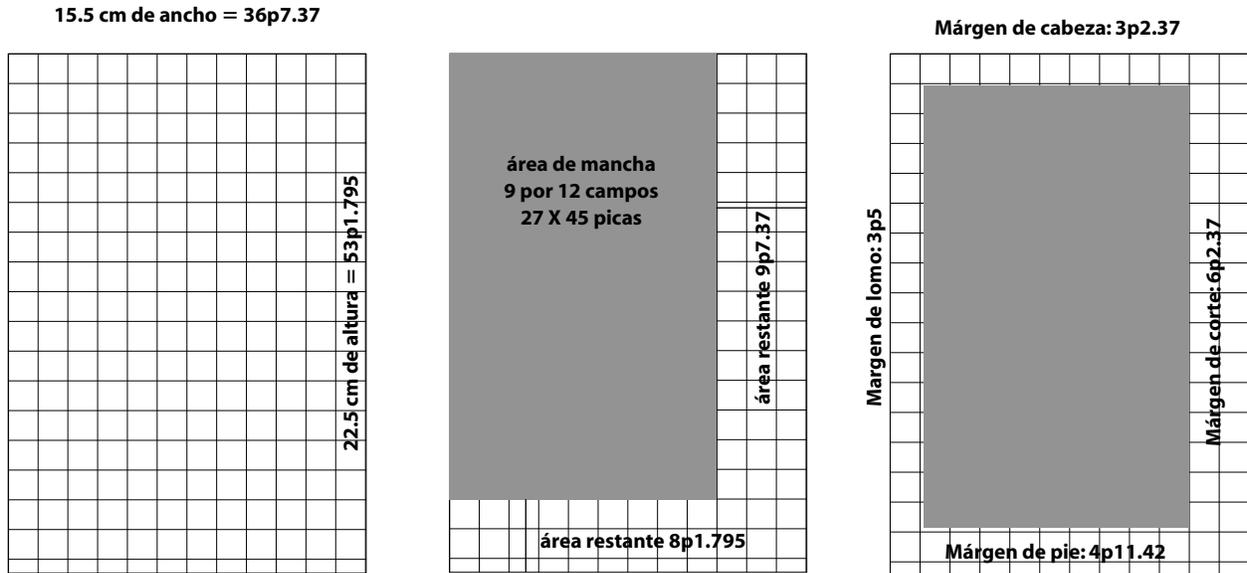


FIGURA 4.1 SECUENCIA DE DIAGRAMACIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS

Formato y retícula

En cuanto al formato de la propuesta, se decidió utilizar una sola columna, debido a que el espacio impuesto es pequeño en cuanto a su anchura y por lo tanto, si se dividía el espacio en más columnas, se generarían bloques de texto muy estrechos, ocasionando que el texto al ser vaciado sobre éstos, generaría divisiones de palabras por tener cajas tipográficas estrechas y para el lector, esto resultaría en un ejercicio de lectura muy tedioso y cansado.

Después de la elección del formato de una columna, se decidió reticular el espacio generado por la mancha en divisiones de una pica de separación. Para ajustar exactamente al espacio designado.

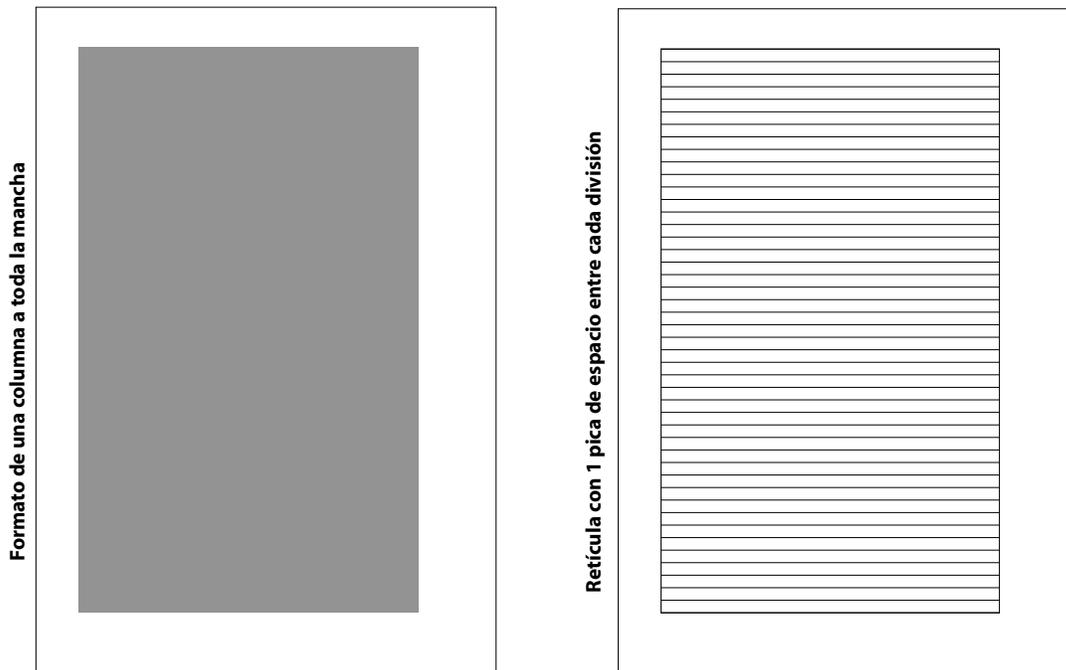


FIGURA 4.2 SECUENCIA DE DIAGRAMACIÓN PARA LA SELECCIÓN DEL FORMATO Y LA RETÍCULA

Selección de fuentes

La selección de fuentes para el diseño de *Relaciones Públicas* se basó en la intención del autor y la editorial de conferirle a esta publicación un carácter ameno sin perder la seriedad. Por tanto se eligió la combinación de fuentes serif y san serif, ya que una denota seriedad y estilo mientras que la otra le confiere características de modernidad y dinamismo. Las fuentes elegidas para esta propuesta fueron la Minion con sus familias Roman, Italic, Bold y Bold italic, y la fuente Trebuchet MS con sus familias Regular, Italic, Bold y Bold Italic.

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLmMnNñÑoOoPpQqRrSsTtUuVvWw
XxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?;^*~Ç:~;"@ **Minion Roman**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLmMnNñÑoOoPpQqRrSsTtUuVvWwXx
YyZz1234567890!"·\$%&/()=?;^*~Ç:~;"@ **Minion Italic**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLmMnNñÑoOoPpQqRrSsTtUuVv
WwXxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?;^*~Ç:~;"@ **Minion Bold**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLmMnNñÑoOoPpQqRrSsTtUuVvWw
XxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?;^*~Ç:~;"@ **Minion Bold italic**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLmMnNñÑoOoPpQqRrSsTtUuVvWw
XxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?;^*~Ç:~;"@ **Trebuchet MS Regular**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLmMnNñÑoOoPpQqRrSsTtUuVvWw
XxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?;^*~Ç:~;"@ **Trebuchet MS Italic**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLmMnNñÑoOoPpQqRrSsTtUuVvWw
XxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?;^*~Ç:~;"@ **Trebuchet MS Bold**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLmMnNñÑoOoPpQqRrSsTtUuVvWw
XxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?;^*~Ç:~;"@ **Trebuchet MS Bold italic**

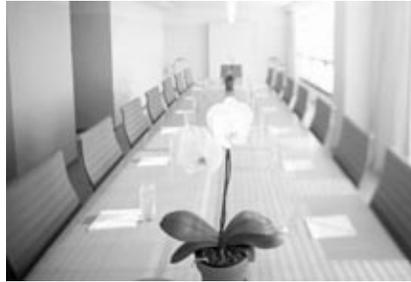
FIGURA 4.3 SELECCIÓN DE LAS FUENTES UTILIZADAS EN LA PRIMERA PROPUESTA DE RELACIONES PÚBLICAS.

Tratamiento de las imágenes

En el manejo de las imágenes, se estimó que esta publicación requeriría de gráficas y de fotografías. La información contenía una sola gráfica, que es un modelo explicativo realizado por el autor y se necesitarían 8 fotos que de alguna manera denotaran la intención del tema de cada capítulo y para esto, se decidió a utilizar un banco de fotografías. Es así como se seleccionaron las siguientes imágenes para colocarlas en la entrada de cada capítulo.



Gráfica del Modelo de relaciones públicas de Carlos Bonilla



Fotografía de portadilla



Capítulo 1: Las relaciones públicas y su contribución para la competitividad en las organizaciones



Capítulo 2: Relaciones Públicas y cambio cultural



Capítulo 3: Relaciones públicas y mercadotecnia



Capítulo 4: Relaciones públicas con público clave



Capítulo 5: El área interna de relaciones públicas



Capítulo 6: Consultoría externa en relaciones públicas



Capítulo 7: El gran orquestador (perfil del profesional en relaciones públicas)



Capítulo 8: Relaciones públicas en la sociedad virtual



FIGURA 4.4 TRATAMIENTO QUE SE DIÓ A CADA UNA DE LAS FOTOGRAFÍAS.

Después de seleccionar las fotografías anteriores, se buscó la manera de agregarles algún tratamiento gráfico para realzar su vistosidad.

Se decidió, realizar un contraste acromático manejando 2 imágenes de una misma fotografía en distintos tamaños y en diferentes porcentajes de negro. Una fotografía iría al 150% de tamaño y con un 30% de negro al fondo de una que tendría un tamaño de 50% menor al de la primera y con un porcentaje del 100%. Estas fotografías se colocarían una encima de la otra (la de 150% de tamaño y 30% de negro detrás de la que tenía un tamaño 50% menor y con el porcentaje de negro al 100%). A cada una de las fotografías se le dio el mismo tratamiento.

De esta manera, la propuesta número uno se presentó como se ejemplifica en las siguientes imágenes.

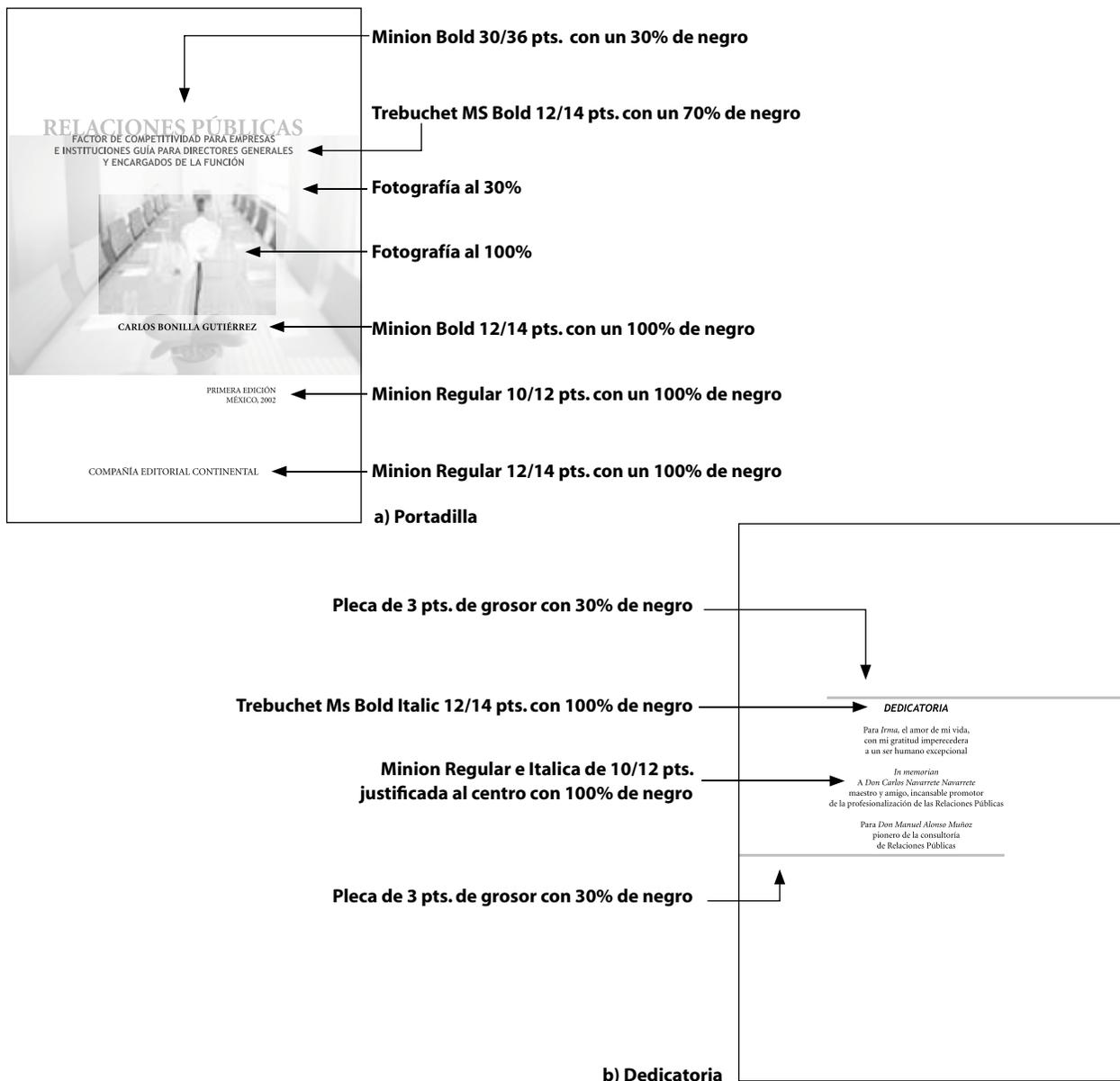


FIGURA 4.5 PROPUESTA 1 DEL LIBRO RELACIONES PÚBLICAS: A) PORTADILLA B) DEDICATORIA

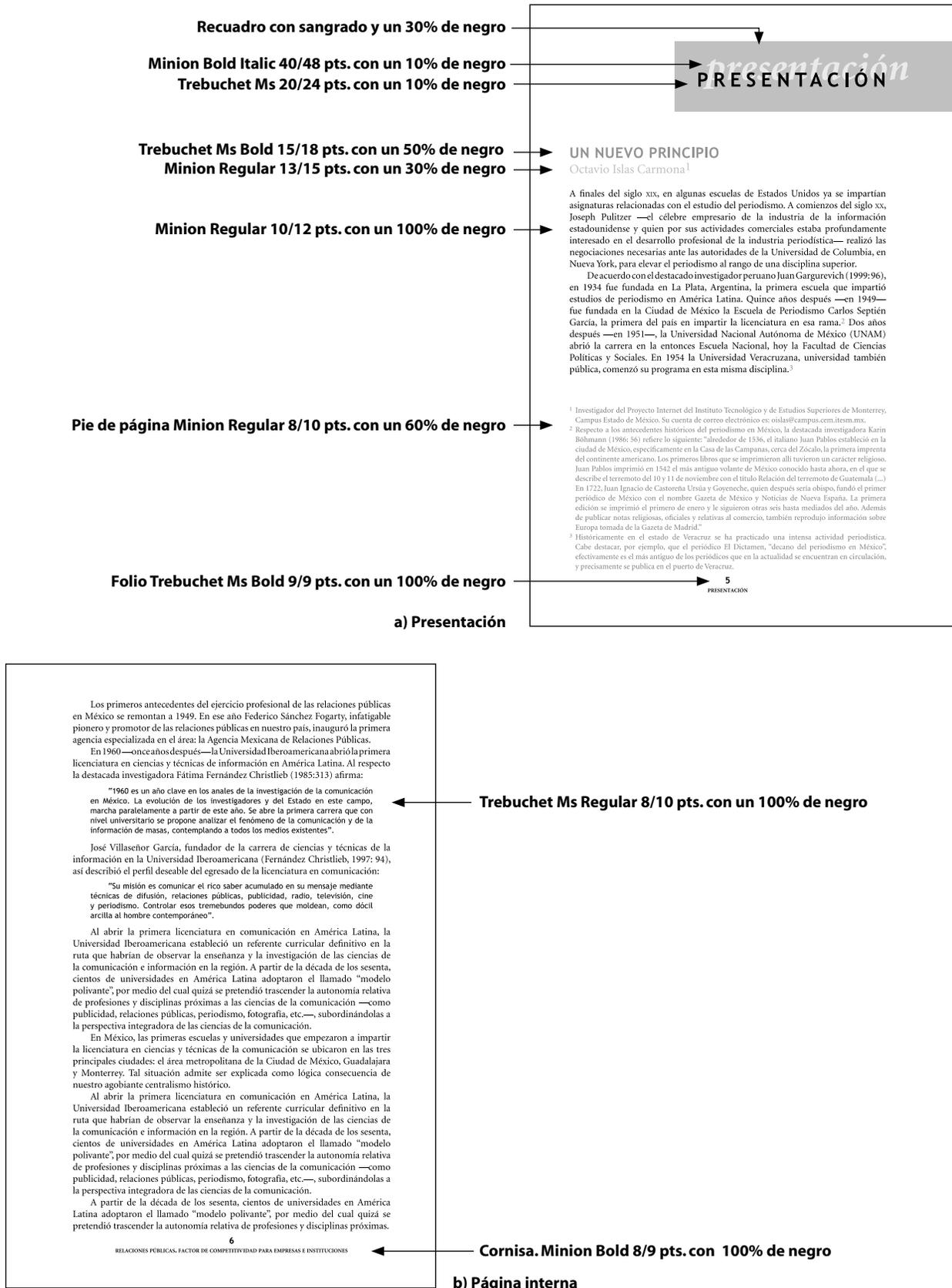


FIGURA 4.6 PROPUESTA 1 DEL LIBRO DE RELACIONES PÚBLICAS A) PRESENTACIÓN B) PÁGINA INTERNA.

Minion Regular 8/10 pts. con 50% y 100% de negro
Trebuchet Ms 8/9 pts. con 100% de negro
Trebuchet Ms 7/9 pts. con 100% de negro
30% de negro fondo
15% de negro fondo
Fuente: Minion Regular 8/10 pts.

a) Ejemplo de tabla

Entidad	Institución Educativa	Licenciatura
Distrito Federal (10)	Escuela de Periodismo Carlos Septién García	Periodismo
	Universidad Iberoamericana	Ciencias y técnicas de la información
	Escuela Nacional de Estudios Profesionales de Aragón (ENEP- Aragón)	Periodismo y comunicación colectiva
	Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco (UAM)	Ciencias de la comunicación
	Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)	Periodismo y comunicación colectiva
	Universidad Anáhuac ³	Ciencias de la comunicación social
	Universidad Latinoamericana	Comunicación y relaciones públicas
	Universidad del Tepeyac	Ciencias y técnicas de la comunicación
	Universidad del Valle de México	Ciencias de la comunicación
	Universidad Intercontinental	Ciencias de la comunicación
Durango (1)	Instituto Superior de Ciencia y Tecnología	Ciencias de la comunicación
Guanajuato (1)	Universidad del Bajío	Periodismo y ciencias de la comunicación
Jalisco (3)	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)	Ciencias de la comunicación
	Universidad Autónoma de Guadalajara	Periodismo y comunicación colectiva
	Instituto Superior del Valle de Atemajac	Comunicación
Estado de México (2)	Universidad del Nuevo Mundo	Comunicación
	Escuela Nacional de Estudios Profesionales de Acatlán (ENEP- Acatlán)	Periodismo y comunicación colectiva
Nuevo León (4)	Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey	Ciencias de la comunicación
	Universidad Autónoma de Nuevo León	Periodismo
	Universidad de Monterrey	Ciencias de la información
	Universidad Regiomontana	Ciencias de la comunicación
Sinaloa (2)	Universidad Autónoma de Sinaloa	Ciencias de la comunicación
	Universidad del Pacífico	Relaciones públicas
Tamaulipas (1)	Universidad del Noroeste	Ciencias de la comunicación
Veracruz (1)	Universidad Veracruzana	Periodismo

Fuente: Jesús Pablo Tenorio: "Las escuelas de periodismo ante la crisis". En Crisis y comunicación en México, IV Encuentro Nacional CONEICC, Tomo II, Marzo de 1986, México, Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.

³ Recuérdese que la Universidad Anahuac-Norte se localiza en el Municipio de Huixquilucan, Estado de México, y no en el Distrito Federal.

7
PRESENTACION

referencias
REFERENCIAS

Fuente: Trebuchet Regular y Bold 10/12 pts.

BENASSIN Félix, Claudia: "Problemas pedagógicos de la investigación de la comunicación: experiencias y propuestas". Ponencia presentada en el IV Encuentro CONEICC, México, León, Guanajuato, 1986.
 ——— "Escuelas de comunicación en México" En *Diálogos de la comunicación*. FELAFACS, Julio 2001. Número 62.
 BISCAL, Marcelino: "La nueva escena y el comunicador social". En *Diálogos de la comunicación*. FELAFACS, Julio 2001. Número 62.
 BOHMANN, Karin (1989): *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México, Alianza Editorial Mexicana y Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
 BONILLA, Carlos (2001): *La comunicación, función básica de las relaciones públicas*. México, Trillas.
 DE MORAGAS, Miquel (1997): "Las ciencias de la comunicación en la sociedad de la información". En *Diálogos de la comunicación*. Número 49. Octubre, 1997.
 FERNÁNDEZ Christlieb, Fátima (1985): *Los medios de difusión masiva en México*. México, Juan Pablos Editores.
 ——— "Escuelas de comunicación y tecnologías de información Binomio ¿de qué tipo?". En *Diálogos de la comunicación*. FELAFACS Número 49. Octubre de 1997.
 GARGUREVICH, Juan: "De periodistas a comunicadores". En *Diálogos de la comunicación*. FELAFACS, Número 54. Marzo de 1999.
 LÓPEZ Veneroni, Felipe (1989): *Elementos para una crítica de las ciencias de la comunicación*. México, Editorial Trillas.
 ——— "Cinco puntos para una crítica de la ciencia de la comunicación". En *Revista Mexicana de Comunicación*, Número 8, Noviembre-diciembre, 1989.
 MCLUHAN, Marshall (1977): *La comprensión de los medios como extensiones del hombre* (7ª Impresión). México, Editorial Diana.
 ——— y POWERS BR (1991): *La aldea global*. México, Editorial Gedisa.
 PRIETO Castillo, Daniel: "Educación, tecnologías y futuros" En *Chasqui*. CIESPAL, Segunda Época. Número 5, 1982, Ecuador.
 ——— "Sobre la teoría y el teoricismo en comunicación" En FERNÁNDEZ Fátima y YÉPES, Margarita (comps.) (1984): *Comunicación y teoría social*. México, UNAM.

8
RELACIONES PÚBLICAS. FACTOR DE COMPETITIVIDAD PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES

b) Referencias

FIGURA 4.7 PROPUESTA 1 DEL LIBRO RELACIONES PÚBLICAS: A) EJEMPLO DE TABLA B) REFERENCIAS

**Fuente: Trebuchet Ms Regular 10/12 pts.
con 60% de negro**

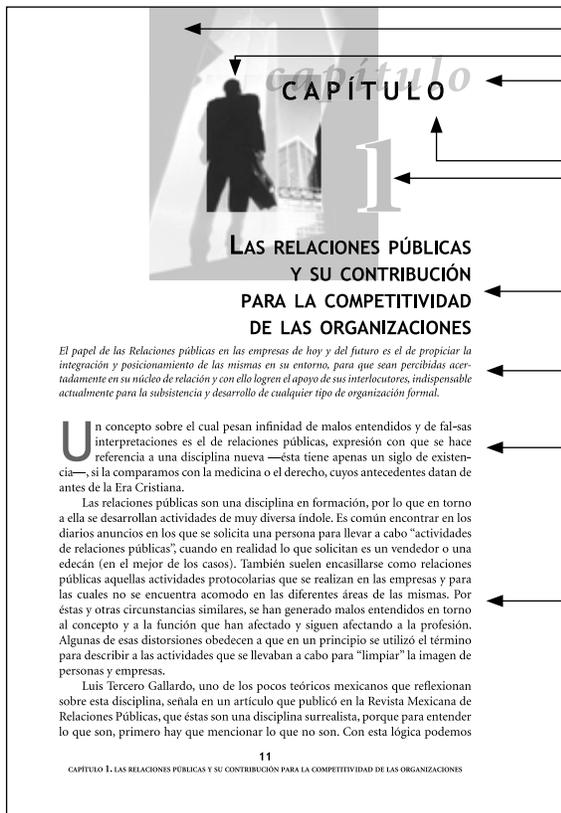
**Fuente: Trebuchet Ms Bold 10/12 pts.
con 60% de negro**

**Fuente: Trebuchet Ms Regular 10/12 pts.
con 60% de negro**

**Fuente: Minion Regular 9/12 pts.
con 100% de negro**

<i>Contenido</i> CONTENIDO	
Prólogo	VII
Presentación	XI
Introducción	XXI
Capítulo 1 Las relaciones públicas y su contribución para la competitividad en las organizaciones	1
1.1 Un apoyo para satisfacer necesidades de las empresas	6
1.2 El modelo de relaciones públicas	12
1.3 El león no es como lo pintan	16
1.4 Comunicar mejor con menos recursos	18
1.5 Las credenciales de la empresa	19
1.6 Cuida la reputación de su empresa	20
1.7 Buenos ciudadanos corporativos	22
1.8 Portarse bien, para ser bien percibidos	26
1.9 Para no dar "palos de ciego"	28
1.10 Los resultados pueden medirse	30
1.11 Manejo de la comunicación en situaciones de crisis	32
1.12 Las relaciones públicas, gestoras del consenso	36
Capítulo 2 Relaciones públicas y cambio cultural	39
2.1 La comunicación, catalizador para el cambio organizacional	40
2.2 Hacia la cultura de la competitividad	42
2.3 Ante el reto de la globalización, el cambio obligado	44
2.4 Por una nueva cultura laboral	46
2.5 Para posibilitar la coestión	48
2.6 Mercadotecnia política, ¿las antirrelaciones públicas?	50
Capítulo 3 Relaciones públicas y mercadotecnia	53
3.1 Relaciones públicas publicidad, suma que multiplica	56
3.2 Restricciones a la publicidad, una oportunidad para las relaciones públicas	57
3.3 Povermercado, una manera efectiva para retener clientes	59
3.4 De la dictadura de los mercadólogos, a la de los clientes	61
3.5 Las relaciones públicas y la satisfacción de los clientes	64
9 CONTENIDO	

a) Contenido



Fotografía al 30% de negro con sangrado

Segmento de la fotografía al 100% de negro

**Fuente Minion Bold Italic 40 pts. con 40% de negro
y un efecto de transparencia**

Fuente Trebuchet Ms Bold 20 pts. con 100% de negro

**Fuente Minion Bold 90 pts. con 30% de negro y un efecto de calado
con la misma tipografía y el mismo tamaño**

Título: Trebuchet Ms Bold 21/21 pts. con 100% de negro

Epígrafe: Minion Italic 9/11 pts. con 100% de negro

**Párrafo capitular con la letra capitular en familia Trebuchet Ms Regular
a tres líneas con 70% de negro**

Texto: Minion Regular 10/12 pts. con 100% de negro

b) Entrada capitular

FIGURA 4.8 PROPUESTA 1 DEL LIBRO DE RELACIONES PÚBLICAS A) CONTENIDO B) ENTRADA CAPITULAR.

citar que existen más de dos mil definiciones de relaciones públicas, la mayoría plagadas de inexactitudes. Por citar algunas de ellas que pueden aportar algo, me referiré primero a la que llamo la elemental, "Hacer relaciones públicas es portarse bien y que lo sepan los demás". Es una definición muy simplista.

1.1 Un apoyo para satisfacer necesidades de las empresas

Sin embargo, contiene dos conceptos fundamentales para el ejercicio profesional de las relaciones públicas: la conducta ética, el comportamiento que responde a los intereses de los interlocutores y la comunicación sistemática con éstos. Aunque esta definición es correcta, le faltan muchos otros componentes. El ejercicio profesional de las relaciones públicas abarca tantos aspectos que no es posible contenerlos en una definición.

Otra definición que llama la atención fue acuñada por Edward L. Bernays, uno de los pioneros en la consultoría en relaciones públicas. Bernays describe a esta disciplina como la "ingeniería del consentimiento". Es decir, una actividad orientada más a la tolerancia que a la búsqueda del consenso, lo que la aleja de la esencia que ahora tiene, más enfocada a la autocritica y a la aceptación de responsabilidad compartida entre entidades que interactúan para la solución de problemas que aquejan a una comunidad.

1.1.1 La revista interna no es la panacea

Las relaciones públicas no se limitan a un esfuerzo propagandístico para convencer de algo, sino que se basan en la coparticipación y en el respeto de los intereses legítimos de todos los miembros de la comunidad. La idea de que construyen fachadas o sirven para dar la cara bonita de personas u organizaciones ya ha sido superada. Por ello, la ingeniería del consentimiento de Bernays, que no incluye la ética ni la autocritica, también ya se ha rebasado.

Modelo de relaciones públicas de Carlos Bonilla

12
RELACIONES PÚBLICAS. FACTOR DE COMPETITIVIDAD PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES

**Título 1: en Trebuchet Ms de 12/15 pts. con 60% de negro
Plea de 3 pts. de grosor con 30% de negro**

Título 2: en Trebuchet Ms Regular de 10/12 pts. con 100% de negro

Título de figura en Trebuchet Ms Regular de 10/12 justificado al centro con 100% de negro

Texto de la figura en Trebuchet Ms Regular de 8/10 pts con 100% de negro

a) Página con jeraquía de títulos

Texto: Trebuchet Ms Regular de 8/12 con 100% de negro

b) Bibliografía

bibliografía

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, Manuel et al., Relaciones Públicas, editado por la Academia Nacional de Relaciones Públicas, EDAMEX, México, 1996, 180 pp.
- Asociación Mexicana de Profesionales en Relaciones Públicas, Manual de Relaciones Públicas, editado por el Colegio de Profesionales en Relaciones Públicas, México, 1967, s/n.
- Baena Paz, Guillermina, Credibilidad Política y Marketing Mix, McGraw-Hill, México, 1997, 172 pp.
- Bernays, Edward L., Relaciones Públicas, traducción de Emilio M. Sierra, Troquel, Buenos Aires, 1966, 484 pp.
- Black, Sam, Practical Public Relations, 3a. ed., Pitman Publishing Ltd., Londres, 1970, 279 pp.
- Bonilla Gutiérrez, Carlos, La Comunicación, función básica de las Relaciones Públicas, 2a. ed., Trillas, México, 2001, 120 pp.
- Bornman, E. G. et al., La Comunicación, un Problema de la Organización Moderna, traducción de M.P. Ferrer, Deusto, Bilbao, 1974, 357 pp.
- Caloca, Eloy, El Proceso de la Difusión Oficial, tesis profesional EPCS, México, 1982, 191 pp.
- Cirigliano, Gustavo, Relaciones Públicas, Humanitas, Buenos Aires, 1978, 172 pp.
- Cutlip, Scott y Center, H. Allen, Effective Public Relations, 4a. ed., Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, 1952, 701 pp.
- Duhait Krauss, Miguel, Técnicas de Comunicación Administrativa, UNAM, México, 1974, 136 pp.
- Fernández, José Antonio, El Proceso Administrativo, Diana, México, 1979, 249 pp.
- Flores Bao, Francisco, Relaciones Públicas, Imprenta Deso, Miraflores, 1982, 326 pp.
- Flores de Gortari, Sergio y E. Orozco, Hacia una Comunicación Administrativa Integral, Trillas, México, 1973, 350 pp.
- Frazier Moore, H. et al., Relaciones Públicas, CECSA, México, 1980, 542 pp.
- García, Manuel Molero, Las Relaciones Públicas, Edvisión-Agata, México, 1999, 159 pp.
- García Valencia, Antonio, Relaciones Públicas y Reforma de la Administración, Porrúa, México, 1961, 222 pp.
- Ginebra, Joan, R. Arana de la Garza, Dirección por Servicio, McGraw-Hill, México, 2000, 258 pp.
- Goldhaber, Gerald, Comunicación Organizacional, traducción de José Manuel Balaguer, Logos Consorcio Editorial, México, 1981, 423 pp.
- González de Alameda, Manual de Introducción a las Relaciones Públicas, Minerva Books, Ltd., Nueva York, 1970, 95 pp.
- Gordoa, Victor, El Poder de la Imagen Pública, EDAMEX, México, 1999, 295 pp.

FIGURA 4.9 PROPUESTA 1 DEL LIBRO RELACIONES PÚBLICAS: A) PÁGINA INTERNA CON JERARQUÍA DE TÍTULOS B) BIBLIOGRAFÍA

Con las anteriores muestras de la primera propuesta de diseño del libro de Relaciones Públicas, se comunicó un mensaje de elegancia y modernidad a través de sus elementos compositivos. Y evitando que la información, transmitida por los textos, figuras y tablas, fuera concebida como algo monótono y cansado.

**Propuesta 2
Diagramación**

Para la diagramación de esta propuesta, se decidió retomar la obtenida de la propuesta uno, debido a que se trataba del mismo formato y la subdivisión en campos equivalentes a tercios, permitió mucha maleabilidad en cuanto al manejo de elementos compositivos.

Sin embargo, para diferenciar un poco la diagramación de la propuesta uno con la dos, se definió manipular la posición de los márgenes, no así el tamaño de la mancha tipográfica. De esta manera teníamos un formato de 15.5 X 22.5 cms. que al convertirlo en picas, obtuvimos 36p7.37 picas de ancho por 53p1.795 de altura. Y continuando su división en tercios se obtuvieron los resultados de:

$$36p7.37 \div 3 = 12 \text{ cuadros con } 0p7.37$$

$$53p1.795 \div 3 = 17 \text{ cuadros con } 2p1.795$$

Con dichos resultados (12 por 17 campos) se utilizó una área de mancha que tuviera sus dimensiones en múltiplos de tres. Así, se asignó un área de 9 campos de ancho por 15 de altura. Y para obtener la ubicación de las distancias de los bordes del papel a la mancha, se restó el área de mancha designada menos el área sobrante:

$$9 \text{ cuadros} \times 3 \text{ picas} = 27 \text{ picas} - 36p7.37 = 9p7.37$$

$$15 \text{ cuadros} \times 3 \text{ picas} = 45 \text{ picas} - 53p1.795 = 8p1.795$$

Con estos resultados obtenidos desde la primera propuesta, se manipuló la distancia de los márgenes, es decir, se intercambiaron las distancias entre el margen de cabeza y de pie. Pues como en la propuesta uno, se le daba más espacio blanco en el pie de la página, ahora se le daría más espacio al margen de cabeza, cambiando la configuración de la página, más no así sus medidas de mancha. Es así que tenemos:

- Márgen de cabeza: 4p11.42
- Márgen de pie: 3p2.37
- Márgen de corte: 6p2.37
- Márgen de lomo: 3p5

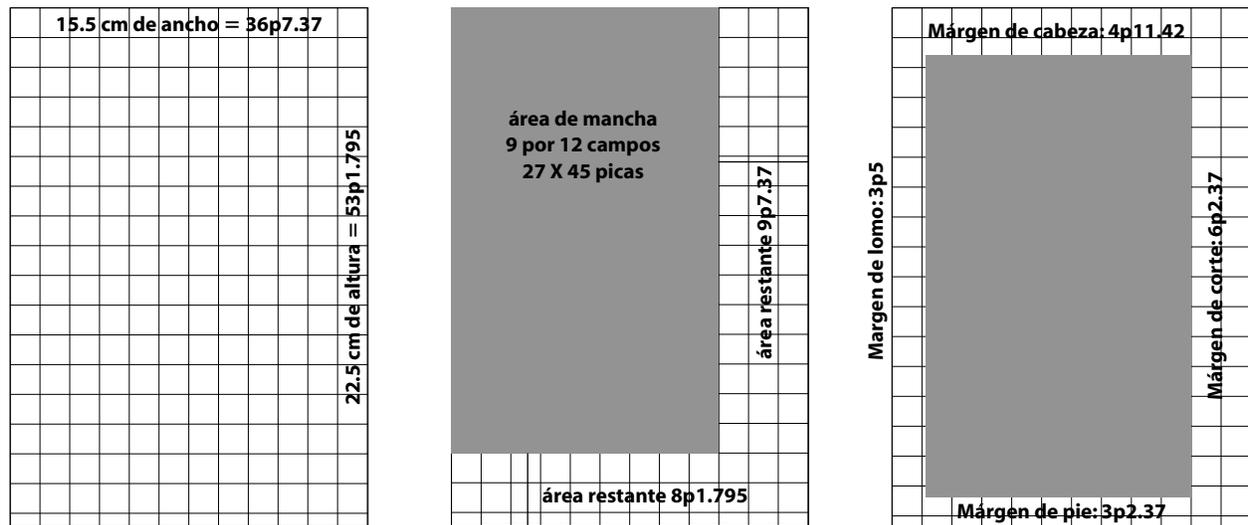


FIGURA 4.10 SECUENCIA DE DIAGRAMACIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS DE LA PROPUESTA DOS

Formato y retícula

De igual manera que la propuesta uno, se decidió a utilizar el formato de una sola columna para colocar todos los elementos. Y para la retícula, se siguió utilizando la división de 1 pica por cada subdivisión.

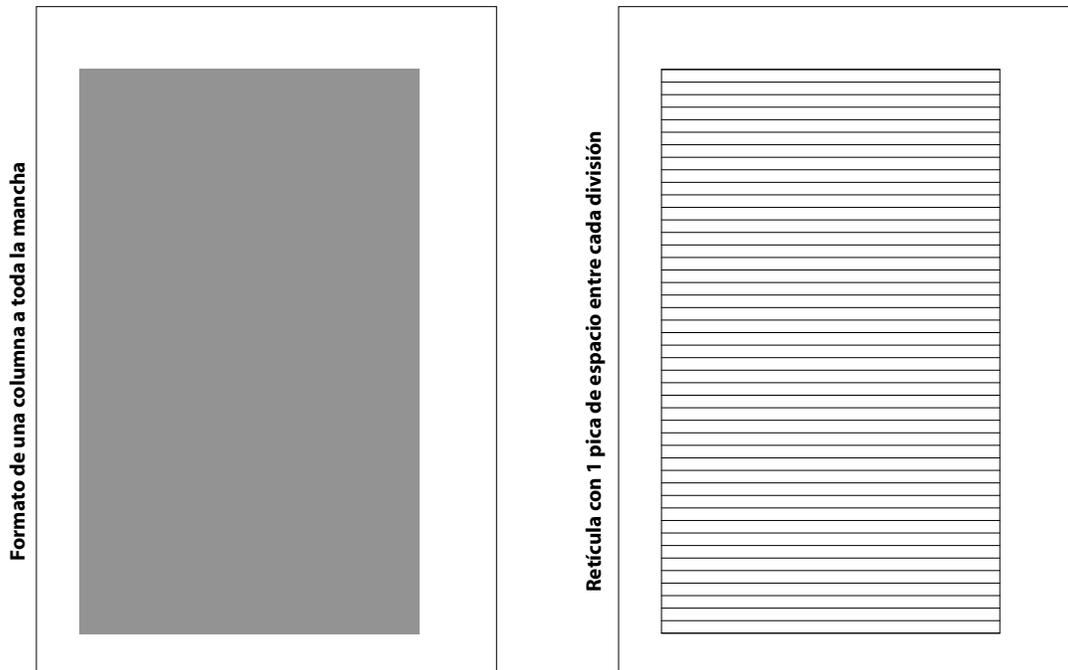


FIGURA 4.11 SECUENCIA DE DIAGRAMACIÓN DE LA PROPUESTA DOS DE RELACIONES PÚBLICAS

Fuentes

Para la selección de fuentes de esta propuesta, se decidió conservar el concepto de combinar una fuente san serif y otra serif. Así que se buscarón familias tipográficas que denotaran, por sus rasgos, elegancia, modernidad y seriedad. Fue así que se seleccionaron las fuentes Diotima y Avenir, cada una con sus respectivas familias, que a continuación se muestran.

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVv
 WwXxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?;^*“Ç:~;”@ **Avenir 35 Light**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVv
 WwXxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?;^*“Ç:~;”@ **Avenir 35 Light Oblique**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVv
 WwXxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?;^*“Ç:~;”@ **Avenir 45 Book**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVv
 WwXxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?;^*“Ç:~;”@ **Avenir 55 Roman**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVv
 WwXxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?;^*“Ç:~;”@ **Avenir 45 Book Oblique**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?¿^*~Ç:~;"@ **Avenir 55 Oblique**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?¿^*~Ç:~;"@ **Avenir 65 Medium**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?¿^*~Ç:~;"@ **Avenir 65 Medium Oblique**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?¿^*~Ç:~;"@ **Avenir 85 Heavy**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?¿^*~Ç:~;"@ **Avenir 95 Black**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?¿^*~Ç:~;"@ **Avenir 85 Heavy Oblique**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?¿^*~Ç:~;"@ **Avenir 95 Black Oblique**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?¿^*~Ç:~;"@ **Diotima OSF**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?¿^*~Ç:~;"@ **Diotima Roman**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?¿^*~Ç:~;"@ **Diotima SC**

AaBbCcDdEeFfGHIIjJkKlLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz1234567890!"·\$%&/()=?¿^*~Ç:~;"@ **Diotima Italic**

FIGURA 4.12 PROPUESTA 2. FUENTES AVENIR Y DIOTIMA CON SUS FAMILIAS.

Tratamiento de las imágenes

En el manejo de las imágenes para esta propuesta, al igual que en la uno, se buscaron fotografías en un archivo de arte (art explosion 96). En esta ocasión, y para obtener una diferencia mayor entre los dos diseños, se utilizaron más fotografías que sirvieran como decoración, haciendo de la propuesta 2 un ejercicio de lectura agradable.

Sin embargo, debido a que resultó difícil encontrar fotos que denotaran fielmente la intención del tema de cada capítulo, se decidió realizar collages con los elementos principales que se mencionan en el título de cada uno. Una vez seleccionados los elementos, se les dio un tratamiento digital para unirlos en el programa Photoshop 5.5 y se le aplicaron efectos para realizar su intención y se convirtieron de imágenes en color a escala de grises. Los efectos aplicados fueron con base en difuminados y filtros.

Para la única gráfica que existe en este libro y que es el modelo de estudio hecho por el autor, como no se pudo variar su estructura, se utilizaron porcentajes de negro para diferenciar sus niveles.

De esta manera, las imágenes capitulares así como otras que aparecen dentro del diseño son las siguientes.



**Fotografía utilizada para la portadilla.
Efecto utilizado: difuminado de los
bordes hacia la imagen.**



**Fotografía utilizada para la dedicatoria.
Efecto utilizado: difuminado de abajo
hacia arriba de la imagen.**



**Fotografías utilizadas para el área arriba
de la cornisa y sangradas hacia el lomo.
Efecto utilizado: difuminado de abajo
hacia arriba de la imagen.**



**Fotografías utilizadas para el área de
los cortes de la página par e impar con
sangrado.
Efecto utilizado: difuminado del interior
de la página hacia el corte.**

FIGURA 4.13 IMÁGENES UTILIZADAS EN LA PROPUESTA 2 DEL DISEÑO DEL LIBRO RELACIONES PÚBLICAS.



a) Capítulo 1: Las relaciones públicas y su contribución para la competitividad en las organizaciones.

b) Capítulo 2: Relaciones públicas y cambio cultural.



c) Capítulo 3: Relaciones públicas y mercadotecnia.

e) Capítulo 5: El área interna de relaciones públicas.



f) Capítulo 6: Consultoría externa en Relaciones Públicas.



d) Capítulo 4: Relaciones Públicas con públicos clave.



g) Capítulo 7: El gran orquestador (perfil del profesional en relaciones públicas).



h) Capítulo 8: Relaciones públicas en la sociedad virtual.



i) Modelo de relaciones públicas de Carlos Bonilla.

FIGURA 4.14 PROPUESTA 2. FOTOGRAFÍAS CAPITULARES.

Una vez obtenidas y trabajadas la imágenes, se dispuso a armar el diseño utilizando las fuentes seleccionadas, la información y los demás elementos señalados anteriormente y cuyos resultados se observan a continuación.

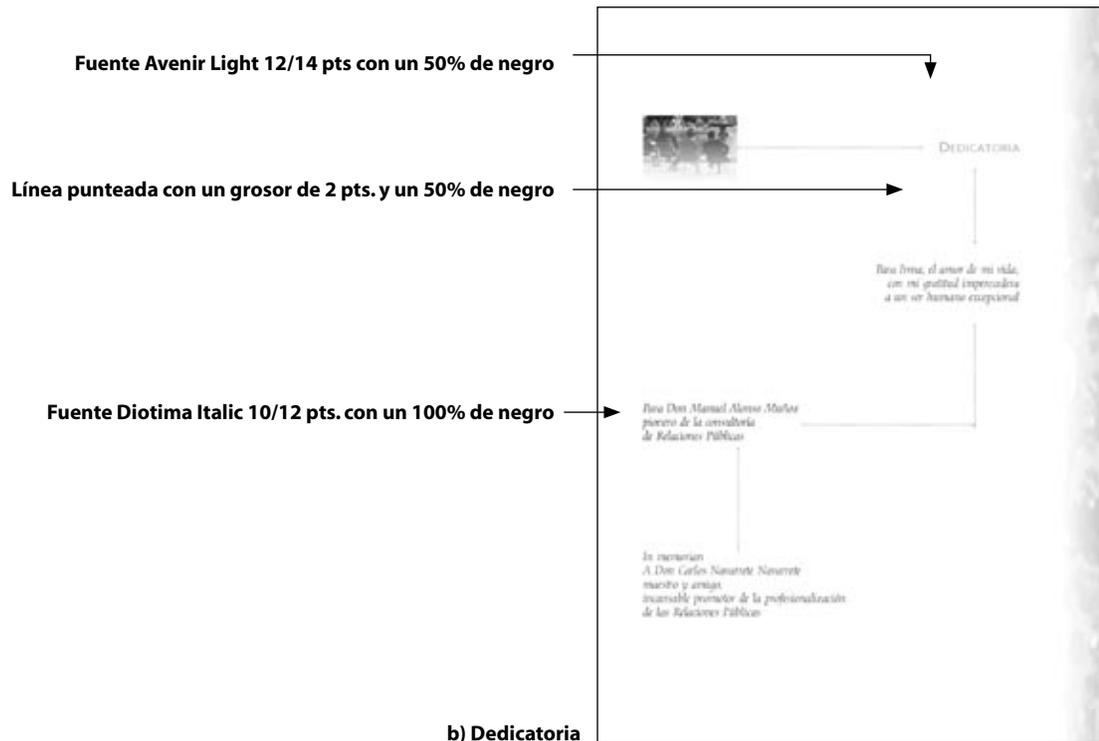
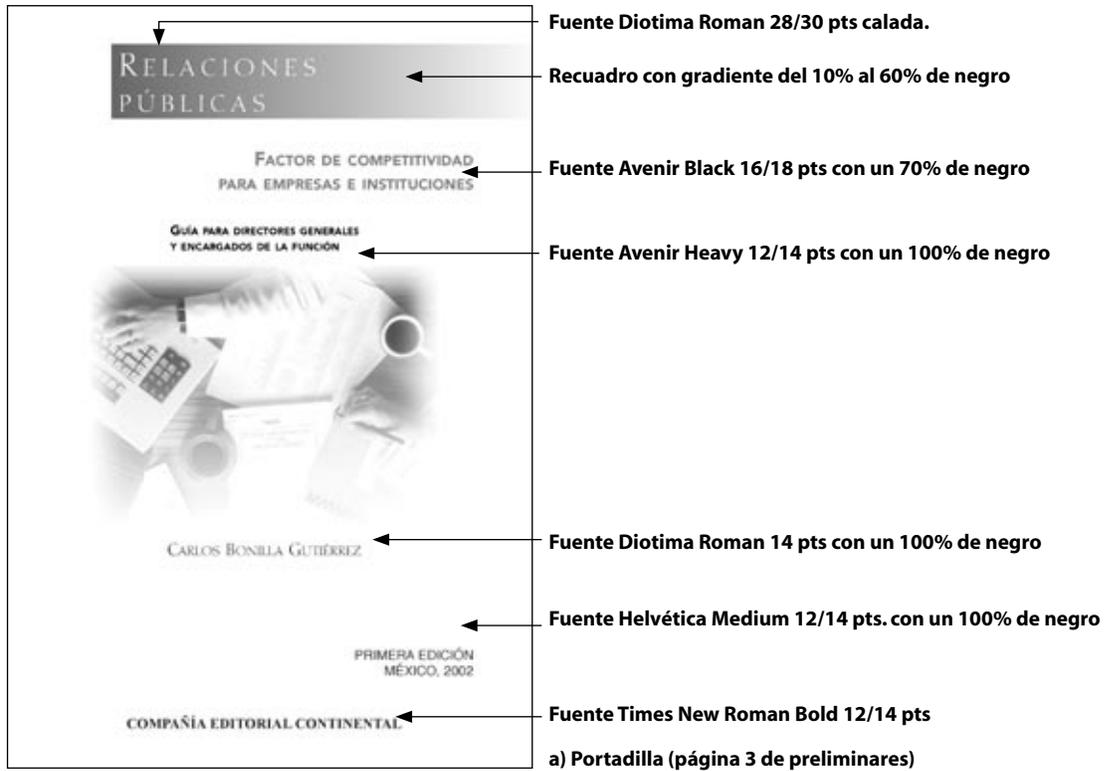


FIGURA 4.15 PROPUESTA 2 A) PORTADILLA B) DEDICATORIA.

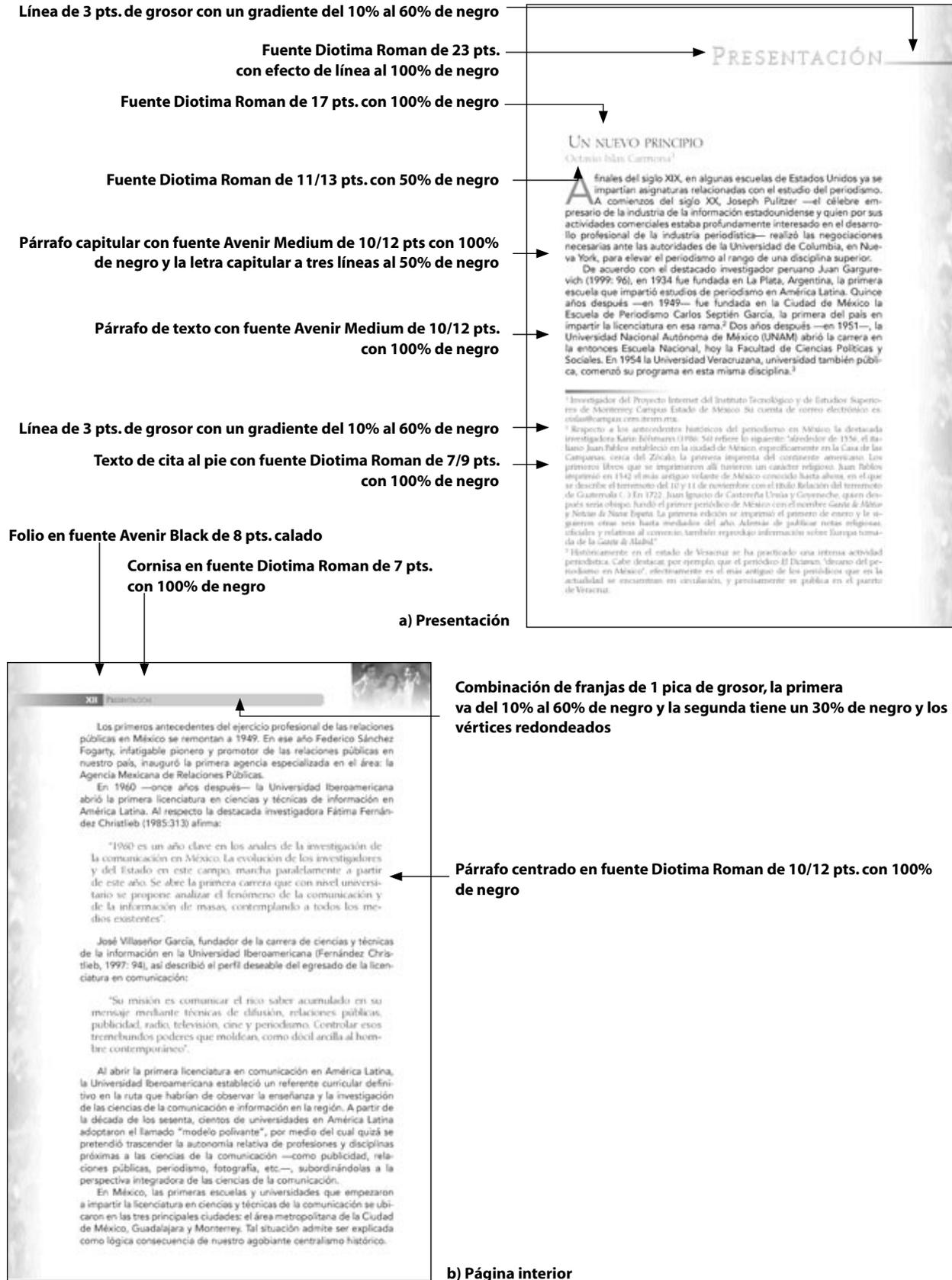


FIGURA 3.15 PROPUESTA 2 A) PRESENTACIÓN B) INTERIOR DE UNA PÁGINA PAR.

Texto de tabla en Diotima Roman de 8/10 pts. con 100% de negro →

Recuadro de fondo con 50% de negro →

Líneas de 0.5 pts. de grosor →

Texto interno de tablas en Diotima Roman de 7/9 pts. con 100% de negro →

Fuente de la tabla en Diotima Roman de 8/10 pts. con 100% de negro →

XIV Presentación

Tabla 1 Distribución de las escuelas y universidades que impartían la licenciatura en ciencias de la comunicación, periodismo o licenciaturas afines, por entidad federativa en 1976.

Entidad	Institución Educativa	Licenciatura
Ciudad Federal (DF)	Escuela de Periodismo Carlos Gallo García	Periodismo
	Universidad Nacional Autónoma de México	Comunicación y técnicas de la información
	Escuela Nacional de Estudios Profesionales de Inglés (ENEP)-Anglés	Periodismo y comunicación científica
	Universidad Autónoma Metropolitana, Ciudad de México (UAM)	Ciencias de la comunicación
	Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)	Periodismo y comunicación científica
	Universidad Anáhuac ²	Ciencias de la comunicación social
	Universidad Latinoamericana	Comunicación y relaciones públicas
Guatemala (G)	Universidad del Siglo XXI	Ciencias y técnicas de la comunicación
	Universidad del Valle de Guatemala	Ciencias de la comunicación
	Universidad Interamericana	Ciencias de la comunicación
	Escuela Superior de Ciencias y Tecnología	Ciencias de la comunicación
Honduras (H)	Universidad del Valle de Guatemala	Periodismo y comunicación científica
	Facultad Superior del Valle de Guatemala	Comunicación
	Universidad del Nuevo Mundo	Comunicación
Estado de México (E)	Escuela Nacional de Estudios Profesionales de Inglés (ENEP)-Anáhuac	Periodismo y comunicación científica
	Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey	Ciencias de la comunicación
Nuevo León (NL)	Universidad Autónoma de Nuevo León	Periodismo
	Universidad de Monterrey	Ciencias de la información
	Universidad Regiomontana	Ciencias de la comunicación
	Universidad del Valle de México	Ciencias de la comunicación
Sonora (S)	Universidad Autónoma de Sonora	Ciencias de la comunicación
	Universidad del Sur	Relaciones públicas
Toluca (T)	Universidad de México	Ciencias de la comunicación
Veracruz (V)	Universidad Veracruzana	Periodismo

Fuente: Jesús Baldo Tinero: "Las escuelas de periodismo ante la crisis". En *Orde y comunicación en México. IV Encuentro Nacional CONECC*. Tomo II. Agosto de 1984. México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.

²Recuérdese que la Universidad Anáhuac-Norte se localiza en el Municipio de Huixtla, Estado de México y no en el Distrito Federal.

a) Ejemplo de página con tabla

REFERENCIAS

BENASSIN Félix, Claudia: "Problemas pedagógicos de la investigación de la comunicación: experiencias y propuestas". Ponencia presentada en el IV Encuentro CONECC México, León, Guanajuato, 1986.

———. "Escuelas de comunicación en México". En *Diálogos de la comunicación*. FELAFACS. Julio 2001. Número 62.

BISCAL, Marcelino: "La nueva escena y el comunicador social". En *Diálogos de la comunicación*. FELAFACS. Julio 2001. Número 62.

BOHMANN, Karin (1989): *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México. Alianza Editorial Mexicana y Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

BONILLA, Carlos (2001): *La comunicación, función básica de las relaciones públicas*. México. Trillas.

DE MORAGAS, Miquel (1997): "Las ciencias de la comunicación en la sociedad de la información". En *Diálogos de la comunicación*. Número 49. Octubre, 1997.

FERNÁNDEZ Christlieb, Fátima (1985): *Los medios de difusión masiva en México*. México. Juan Pablos Editores.

———. "Escuelas de comunicación y tecnologías de información Binomio ¿de qué tipo?". En *Diálogos de la comunicación*. FELAFACS. Número 49. Octubre de 1997.

GARGUREVICH, Juan: "De periodistas a comunicadores". En *Diálogos de la comunicación*. FELAFACS. Número 54. Marzo de 1999.

LÓPEZ Veneroni, Felipe (1989): *Elementos para una crítica de las ciencias de la comunicación*. México. Editorial Trillas.

———. "Cinco puntos para una crítica de la ciencia de la comunicación". En *Revista Mexicana de Comunicación*, Número 8, Noviembre-diciembre, 1989.

MCLUHAN, Marshall (1977): *La comprensión de los medios como extensiones del hombre (7ª Impresión)*. México, Editorial Diana.

———. y POWERS BR (1991): *La aldea global*. México, Editorial Gedisa.

PRIETO Castillo, Daniel: "Educación, tecnologías y futuros". En *Chasquí*. CIESPAL, Segunda Época. Número 5, 1982, Ecuador.

———. "Sobre la teoría y el teorismo en comunicación". En *FERNÁNDEZ Fátima y YÉPES, Margarita (comps) (1984): Comunicación y teoría social*. México, UNAM.

SANCHEZ Ruiz, Enrique (1988): *La investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*. México, Edicom-Universidad de Guadalajara.

Título en Diotima Roman 16/19 pts. con 100% de negro →

Texto en Avenir Medium, Italic y Heavy de 10/12 →

b) Referencia

FIGURA 4.16 PROPUESTA 2: A) EJEMPLO DE UNA TABLA B) REFERENCIAS DE LA PRESENTACIÓN.

CONTENIDO

Prólogo VII
 Presentación XI
 Introducción XXI

Capítulo 1
 Las relaciones públicas y su contribución para la competitividad en las organizaciones 1

1.1 Un apoyo para satisfacer necesidades de las empresas 6
 1.2 El modelo de relaciones públicas 12
 1.3 El león no es como lo pintan 16
 1.4 Comunicar mejor con menos recursos 18
 1.5 Las credenciales de la empresa 19
 1.6 Cuida la reputación de su empresa 20
 1.7 Buenos ciudadanos corporativos 22
 1.8 Portarse bien, para ser bien percibidos 26
 1.9 Para no dar "palos de ciego" 28
 1.10 Los resultados pueden medirse 30
 1.11 Manejo de la comunicación en situaciones de crisis 32
 1.12 Las relaciones públicas, gestoras del consenso 36

Capítulo 2
 Relaciones públicas y cambio cultural 39

2.1 La comunicación, catalizador para el cambio organizacional 40
 2.2 Hacia la cultura de la competitividad 42
 2.3 Ante el reto de la globalización, el cambio obligado 44
 2.4 Por una nueva cultura laboral 46
 2.5 Para posibilitar la cohesión 48
 2.6 Mercadotecnia política, ¿las antrelaciones públicas? 50

Capítulo 3
 Relaciones públicas y mercadotecnia 53

3.1 Relaciones públicas + publicidad, suma que multiplica 56
 3.2 Restricciones a la publicidad, una oportunidad para las relaciones públicas 57
 3.3 Posmercadeo, una manera efectiva para retener clientes 59

a) Contenido

CAPÍTULO 1

Las relaciones públicas y su contribución para la competitividad de las organizaciones

El papel de las Relaciones públicas en las empresas de hoy y del futuro es el de propiciar la integración y posicionamiento de las mismas en su entorno para que sean percibidos acertadamente en su rol de relación y así logren el apoyo de sus interlocutores, indispensable actualmente para la subsistencia y desarrollo de cualquier tipo de organización formal.

Un concepto sobre el cual pesan infinidad de malos entendidos y de falsas interpretaciones es el de relaciones públicas, expresión con que se hace referencia a una disciplina nueva —esta tiene apenas un siglo de existencia—, si la comparamos con la medicina o el derecho, cuyos antecedentes datan de antes de la Era Cristiana.

Las relaciones públicas son una disciplina en formación, por lo que en torno a ella se desarrollan actividades de muy diversa índole. Es común encontrar en los diarios anuncios en los que se solicita una persona para llevar a cabo "actividades de relaciones públicas", cuando en realidad lo que solicitan es un vendedor o una edecán (en el mejor de los casos). También suelen encasillarse como relaciones públicas aquellas actividades protocolarias que se realizan en las empresas y para las cuales no se encuentra acomodo en las diferentes áreas de las mismas. Por éstas y otras circunstancias similares, se han generado malos entendidos en torno al concepto y a la función que han afectado y siguen afectando a la profesión. Algunas de esas distorsiones obedecen a que en un principio se utilizó el término para describir a las actividades que se llevaban a cabo para "limpiar" la imagen de personas y empresas.

Luis Tercero Gallardo, uno de los pocos teóricos mexicanos que reflexionan sobre esta disciplina, señala en un artículo que publicó en la Revista Mexicana de Relaciones Públicas, que éstas son una disciplina surrealista, porque para entender lo que son, primero hay que mencionar lo que no son. Con esta lógica podemos citar que existen más de dos mil definiciones de relaciones públicas, la mayoría plagadas de inexactitudes.

b) Página capitular

FIGURA 4.17 PROPUESTA 2 A) CONTENIDO B) PÁGINA DE INICIO DE CAPÍTULO

Recuadro con gradiente del 30% al 10% de negro

Título 1 en Diotima Roman de 18/20 pts. con 100% de negro

Recuadro segmentado con 30% de negro

Título 2 en Diotima Roman de 14/16 pts. con 100% de negro

Título de la gráfica en Diotima Roman de 12/14 pts. con 100% de negro

Texto de la gráfica en Diotima Roman de 8 pts. con 100% de negro

a) Página con gráfica

Texto de la Bibliografía en Avenir Medium de 7/9 pts. con 100% de negro

b) Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA

Alonso, Manuel et al., *Relaciones Públicas*, editado por la Academia Nacional de Relaciones Públicas, EDAMEX, México, 1996, 180 pp.

Asociación Mexicana de Profesionales en Relaciones Públicas, *Manual de Relaciones Públicas*, editado por el Colegio de Profesionales en Relaciones Públicas, México, 1967, s/n.

Baena Paz, Guillermina, *Credibilidad Política y Marketing Mix*, McGraw-Hill, México, 1997, 172 pp.

Bernays, Edward L., *Relaciones Públicas*, traducción de Emilio M. Sierra, Troquel, Buenos Aires, 1966, 484 pp.

Black, Sam, *Practical Public Relations*, 3a. ed., Pitman Publishing Ltd., Londres, 1970, 279 pp.

Bonilla Gutiérrez, Carlos, *La Comunicación, función básica de las Relaciones Públicas*, 2a. ed., Trillas, México, 2001, 120 pp.

Borrmann, E. G. et al., *La Comunicación, un Problema de la Organización Moderna*, traducción de M.P. Ferrer, Deusto, Bilbao, 1974, 357 pp.

Caloca, Eloy, *El Proceso de la Difusión Oficial*, tesis profesional EPCS, México, 1982, 191 pp.

Crigliano, Gustavo, *Relaciones Públicas*, Humanitas, Buenos Aires, 1978, 172 pp.

Cutlip, Scott y Center, H. Allen, *Effective Public Relations*, 4a. ed., Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, 1952, 701 pp.

Duhalt Krauss, Miguel, *Técnicas de Comunicación Administrativa*, UNAM, México, 1974, 136 pp.

Fernández, José Antonio, *El Proceso Administrativo*, Diana, México, 1979, 249 pp.

Flores Bao, Francisco, *Relaciones Públicas*, Imprenta Desa, Miraflores, 1982, 326 pp.

Flores de Gortari, Sergio y E. Orozco, *Hacia una Comunicación Administrativa Integral*, Trillas, México, 1973, 350 pp.

Frazier Moore, H. et al., *Relaciones Públicas*, CECSA, México, 1980, 542 pp.

FIGURA 4.18 PROPUESTA 2 A) PÁGINA INTERIOR CON GRÁFICA B) BIBLIOGRAFÍA.

Como se puede apreciar en las imágenes anteriores, la intensión de esta propuesta fue crear una visualización de cada página más vistosa y por lo tanto, generar al lector una sensación de interés en la lectura por el manejo de los contrastes acromáticos y el uso decorativo de la fotografías. Además de resolver los problemas planteados por el cliente.

**4.2.1.2.2. Selección de mejores alternativas
Propuesta 1**

La presentación de la primera propuesta al cliente y al autor, trajo consigo la evaluación y revisión de los lineamientos que se habían proveído para su elaboración. Tanto el autor como la editorial (CECSA) manifestaron sus comentarios, los cuales se resumen en los siguientes puntos.

- La diagramación que estructura a todo el diseño es apropiada para desarrollar en ella los textos y las imágenes, sin embargo, se deja mucho espacio en blanco sin utilizar en las áreas de pie y corte de cada una de las páginas. Y es a su vez un desperdicio (ver figura 4.19).
- En cuanto al uso de las fuentes, se observa una agradable combinación tipográfica con y sin patines. La fuente elegida para el texto (Minion) denota mucha elegancia pero tiende a lo clásico y lo que se buscaba era la modernidad. Además, la fuente sin patines (Trebuchet Ms) a pesar de tener rasgos agradables para su lectura, en el momento de usar su familia Bold, ocupa mucho espacio y causa una atención mayor que el resto de los textos y una sensación desagradable cuando se requiere su uso frecuente en una sola página.
- El manejo de las imágenes, a pesar de resultar atractivo por el contraste entre los porcentajes usados en la misma fotografía, éstas no reflejan y dan a entender fielmente el título y el tema de cada capítulo. La gráfica, a pesar de ser un modelo que no se puede cambiar en su estructura, debió darsele un mayor tratamiento y no solo delinarse. Y la tabla presentada, a pesar de tener contrastes de distinto porcentaje haciéndola interesante a la lectura, llega a cansar pues en un espacio de una sola página hay demasiados elementos que llegan a la vista del lector.

Debido a estos comentarios, la propuesta uno fue rechazada por el autor y la editorial para desarrollar el libro de Relaciones Públicas.

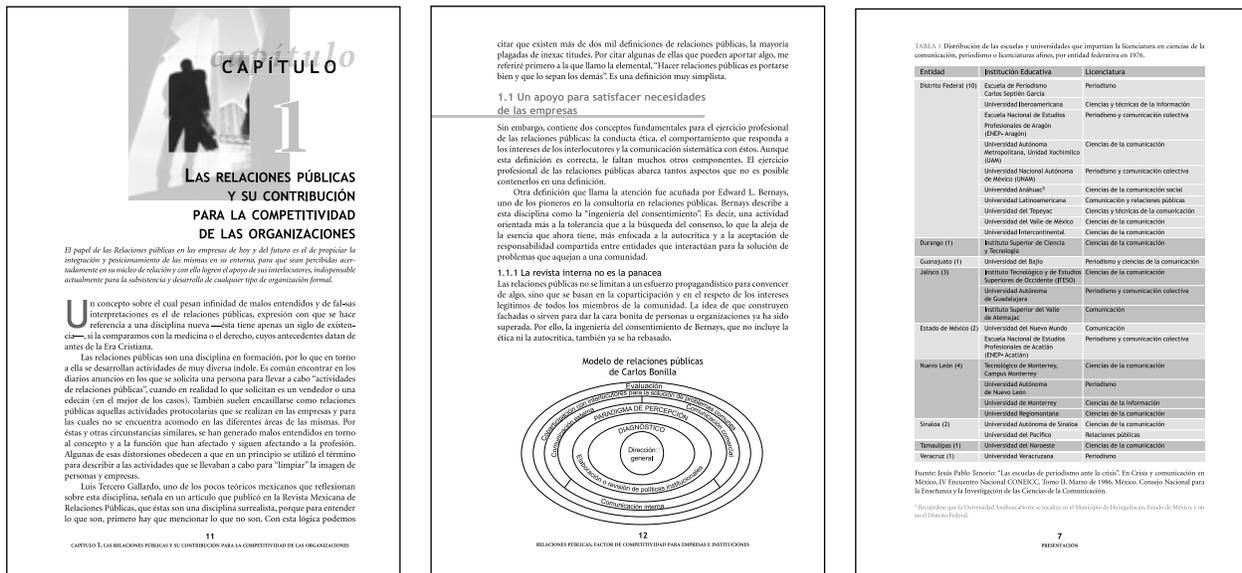


FIGURA 4.19 ALGUNAS RAZONES POR LAS CUALES LA PROPUESTA UNO FUE RECHAZADA.

Propuesta 2

Al presentar la propuesta dos ante el autor y al editorial se recibieron los siguientes comentarios:

- La diagramación y estructura de este diseño, a pesar de poseer las mismas dimensiones que la anterior, esta más aprovechada por la ubicación de sus elementos y da una sensación de equilibrio visual y los espacios que en la otra se presentaban como vacíos ahora los ocupan imágenes que le dan mayor vistosidad.
- El uso de las fuentes a pesar de haberse repetido la combinación de serif y san serif, las tipografías seleccionadas eran de un uso poco frecuente. Así que, en la medida, se le confirió al diseño la modernidad y elegancia solicitada a través de las fuentes Avenir y Diotima y su variedad de familias.
- En el uso de imágenes se manifestó que, en este diseño, el uso del recurso del *collage* para producir las fotografías capitulares permitió un acercamiento más fiel al tema que el autor trataba de comunicar a través del título, y el uso de efectos digitales, como los filtros de Photoshop y los difuminados de los bordes, les confería mayor vistosidad e interés que las colocadas de manera austera donde solo se manejaban tamaños y contrastes de porcentajes. El manejo de la tabla, ahora presentada de una manera más limpia y sin manejar excesivamente los porcentajes resultó una opción más adecuada para evitar el cansancio de su lectura. La gráfica, a pesar de ser la misma estructura vista en la propuesta uno, se diferenció mayormente por el manejo de los porcentajes de tinta en los cuales, cada segmento de ella se encuentra apoyado por un tono de gris, lo cual ayuda al lector a distinguir la importancia de cada uno de sus componentes. Además, por el uso de fotografías decorativas así como elementos con porcentajes de la tinta, daban al diseño una sensación más cálida y moderna. Características que se buscaron desde el inicio de las negociaciones.

Las razones anteriores, permitieron que el diseño número dos fuera aceptado, salvo la aplicación de algunos ajustes, tanto por el autor como por la editorial. Y de esta depuración, se tratará el siguiente punto.

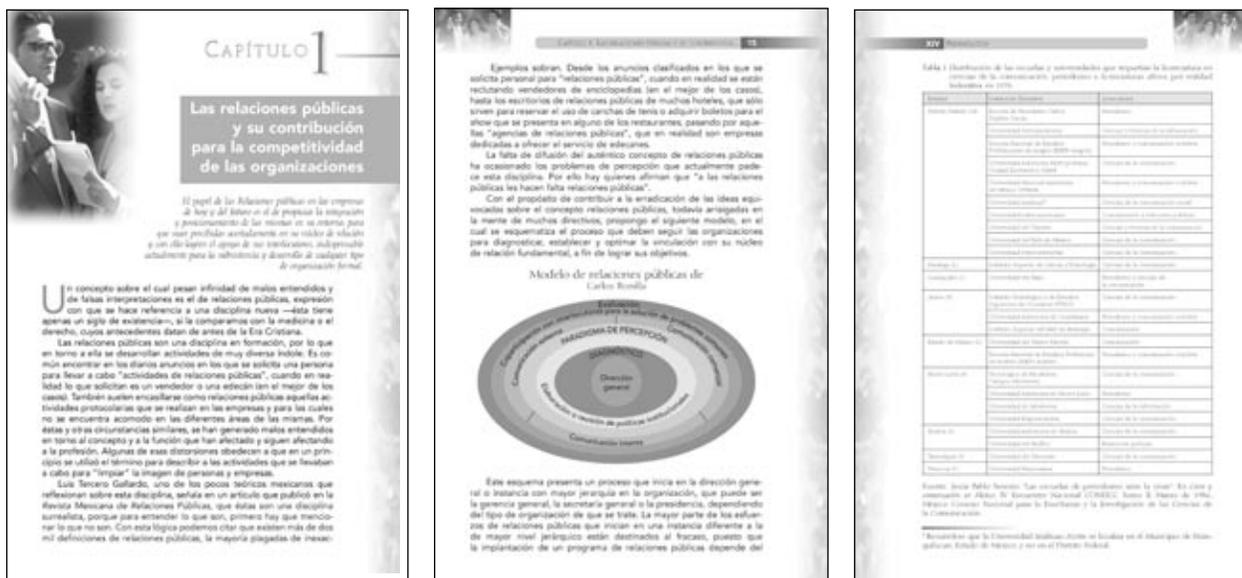


FIGURA 4.20 ALGUNAS RAZONES POR LAS QUE LA PROPUESTA DOS FUE ACEPTADA PARA REALIZAR EL LIBRO RELACIONES PÚBLICAS

4.2.1.2.3. Desarrollar alternativa seleccionada

En el momento de la elección de la propuesta número dos de *Relaciones Públicas*, se hicieron anotaciones para que se depurara el diseño y optimizar su funcionalidad. En virtud de un mejor aprovechamiento de los recursos. Dichas observaciones tuvieron relación principalmente con la diagramación, pues según autor y editor, sólo habría una corrección, ya que a su modo de ver, el diseño cumplía con las especificaciones solicitadas y no serían necesarias correcciones en cuanto a fuentes o imágenes.

La única corrección señalada consistió en desplazar hacia afuera, las fotografías con difuminado colocadas en los cortes de ambas páginas. Es decir, ensanchar la separación entre la mancha tipográfica y dichas imágenes. La distancia sugerida fue de tres picas, para que así, se formará un descanso visual entre la mancha y las fotos. Pues de conservar la misma distancia, ocasionaría un cansancio a medida que el lector fuera recorriendo las páginas.

Con esta única observación, se realizó la corrección y el diseño quedó como se muestra a continuación.

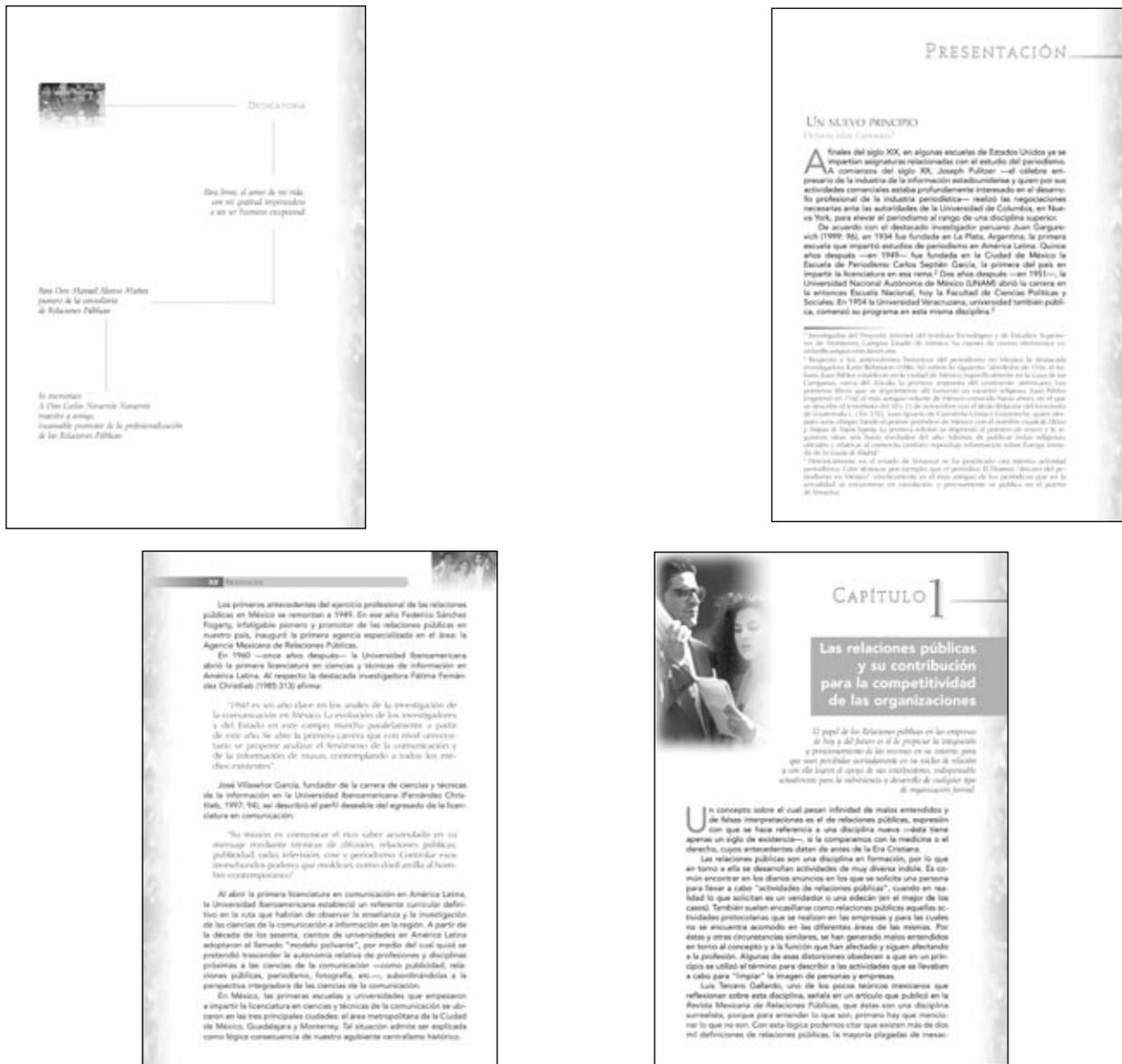


FIGURA 4.21 CORRECCIONES HECHAS AL DISEÑO DOS DE RELACIONES PÚBLICAS

4.2.1.2.4. Evaluación del diseño

Una vez aprobado el diseño y su corrección se continuó con la evaluación del diseño, es decir, la editorial solicitó, la formación completa de la parte de las preliminares (página falsa, portadilla, dedicatoria, prólogo, presentación, introducción, a cerca del autor y contenido) un total de 27 páginas para observar la funcionalidad del diseño al aplicar la información y las imágenes en un contexto real. Por cuestión de espacio, sólo se mostrará una página por cada sección de preliminares mencionada, es decir, se presentaran a continuación 8 páginas del diseño aprobado y corregido de *Relaciones Públicas*.



FIGURA 4.22 EVALUACIÓN DEL DISEÑO DOS APLICADO A LAS PRELIMINARES

XXIV INTRODUCCIÓN

Tabla 1 Distribución de las escuelas y universidades que imparten la licenciatura en ciencias de la comunicación, periodismo o licenciaturas afines, por entidad federativa en 1996.

Entidad	Institución Educativa	Dedicación
Distrito Federal (DF)	Escuela de Relaciones Públicas Agustín García	Periodismo
	Universidad Bicentenario	Ciencias e historia de la información
	Escuela Nacional de Estudios Profesionales de Aragón (ENEP-Aragón)	Periodismo y comunicación colectiva
	Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco (UAM)	Ciencias de la comunicación
	Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)	Periodismo y comunicación colectiva
	Universidad Anáhuac*	Ciencias de la comunicación social
	Universidad Latinoamericana	Comunicación y relaciones públicas
	Universidad del Trabajo	Ciencias e historia de la comunicación
	Universidad del Valle de México	Ciencias de la comunicación
Universidad Intercontinental	Ciencias de la comunicación	
Morelos (M)	Instituto Superior de Ciencias e Investigación	Ciencias de la comunicación
Coahuila (C)	Universidad del Bajío	Periodismo y ciencias de la comunicación
México (E)	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)	Ciencias de la comunicación
	Universidad Autónoma de Coahuila	Periodismo y comunicación colectiva
	Instituto Superior del Valle de Guzmán	Comunicación
Estado de México (E)	Universidad del Nuevo Estado	Comunicación
	Escuela Nacional de Estudios Profesionales de Aragón (ENEP-Aragón)	Periodismo y comunicación colectiva
Nuevo León (NL)	Instituto Superior de Monterrey Campus Saltillo	Ciencias de la comunicación
	Universidad Autónoma de Nuevo León	Periodismo
	Universidad de Monterrey	Ciencias de la información
	Universidad Regiomontana	Ciencias de la comunicación
Veracruz (V)	Universidad Autónoma de Veracruz	Ciencias de la comunicación
	Universidad del Golfo	Relaciones públicas
Tamaulipas (T)	Universidad del Istmo	Ciencias de la comunicación
Veracruz (V)	Universidad Veracruzana	Periodismo

Fuente: Jesús Pablo Toranzo "Las escuelas de periodismo ante la crisis". En Ocas y Compañía en México, IV Encuentro Nacional CONECC, tomo II, marzo de 1996. México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.

*Reconocida por la Universidad Anáhuac-Norte se localiza en el Municipio de Ixcapalcan, Estado de México y no en el Distrito Federal.

XXV INTRODUCCIÓN

namiento y la otra es la integración de las empresas a su entorno de relación, es decir, a la comunidad de la que forman parte.

El papel de las relaciones públicas en las empresas de hoy y del futuro es el de propiciar dicha integración y posicionamiento de las empresas en su entorno, para que sean percibidas acertadamente en su núcleo de relación y con ello logren el apoyo de sus interlocutores, indispensable actualmente para la subsistencia y desarrollo de cualquier tipo de organización formal.

Mucho se habla de la importancia de llevar a cabo una acción sistemática de relaciones públicas dentro de una empresa; sin embargo, poco se menciona acerca de las contribuciones tangibles que la implantación de un programa de relaciones públicas aporta a las organizaciones, independientemente de su giro o tamaño. Las más importantes se resumen en cinco puntos:

- Por el gran conocimiento que tiene de la empresa, el profesional de relaciones públicas puede predecir el impacto de las políticas y acciones de la misma sobre sus grupos de interés. A partir de ello diseña programas estratégicos de comunicación para soportar los objetivos comerciales de la empresa.
- Las relaciones públicas construyen la base para una comunicación efectiva, en otras palabras, actúan como catalizador en los procesos comunicativos internos y externos.
- Las relaciones públicas interpretan el entorno de una empresa. Son la antena, el radar y la conciencia de la misma para la toma de decisiones relacionadas con la integración de la empresa a la comunidad.

Esta consideración trae a la mente el ya célebre desastre en Bhopal, India, donde cientos de personas murieron o resultaron heridas por el derrame de gas venenoso de Unión Carbide. Tres años antes del accidente, uno de los registros de seguridad internos de la empresa advertía sobre la existencia de posibles riesgos. Un consejo oportuno en materia de relaciones públicas bien pudo evitar el accidente.

- El profesional de relaciones públicas contribuye para que los directivos comprendan la importancia de la prensa. Actúa como mediador entre ella y la empresa.
- La función de las relaciones públicas ayuda a las empresas a anticipar y enfrentar crisis organizacionales.

Ahora, más que antes, la interdependencia es condición necesaria para los negocios. Reconocerlo puede significar un factor de sobrevivencia. En este contexto destaca el papel protagónico de las relaciones públicas como promotoras de la integración de las empresas a la comunidad a la que pertenecen.

ACERCA DEL AUTOR

Egresado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, Carlos Bonilla se ha desempeñado desde hace más de veinte años en la docencia. Ocupó la dirección de la Escuela de Comunicación y Relaciones Públicas de la Universidad Latinoamericana. Formó parte de la mesa directiva del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación. Es profesor fundador del Centro Avanzado de Comunicación Eulalio Ferrer y actualmente es miembro del cuerpo docente de los programas de maestría de las universidades Panamericana, Anáhuac, del Centro Avanzado de Comunicación Eulalio Ferrer y del Colegio de Consultores en Imagen Pública, así como del Diplomado en Comunicación Empresarial Estratégica del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Forma parte del Consejo Consultivo de la Escuela de Comunicación de la Universidad Anáhuac.

Es Académico Fundador y Número de la Academia Nacional de Relaciones Públicas. En su trayectoria profesional ha conducido las relaciones públicas de Minera Carbonífera Río Escondido, del Centro de Investigación Aplicada para el Desarrollo Industrial, de la Cámara Nacional de la Industria de Transformación, de la División Farmacéutica de Ciba-Geigy Mexicana y de Transportación Marítima Mexicana. Como consultor, funge actualmente como asesor de relaciones públicas de la presidencia de importantes corporaciones como Aeroméxico, American Express Company (México), Bridgestone Firestone, EADS Telecom, Merck Sharp & Dohme, LG Electronics y Oracle, entre otras, así como de la Presidencia de la Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA).

Conferencista sobre temas de comunicación empresarial en foros nacionales e internacionales, ha sido comentarista en programas especializados en negocios en MVS Radio y en el canal financiero de Televisa. Actualmente es columnista de la sección de Consultoría de la Revista Mundo Ejecutivo.

XXVI CONTENIDO

2.4 De la dictadura de los mercadólogos, a la de los clientes 61

2.5 Las relaciones públicas y la satisfacción de los clientes 64

Capítulo 4

Relaciones públicas con públicos clave 69

4.1 El personal, principal embajador de buena voluntad 72

4.1.1 La revista interna no es la panacea 74

4.1.2 Comunicación interna e innovación tecnológica 76

4.1.3 Lo que debe y quiere saber el personal 78

4.1.4 También hay que comunicar las malas noticias 80

4.1.5 El ombudsperson, un recurso para mejorar la comunicación interna en las empresas 83

4.2 Atención, también los ecionistas existen 86

4.3 Orientarse al cliente, paso obligado 87

4.4 Los proveedores, importantes socios de negocios 90

4.5 El gobierno, interlocutor prioritario 92

4.6 Las difíciles relaciones con los sindicatos 94

4.7 Haga a la prensa su aliada 96

4.7.1 Las once ideas equivocadas en torno a la relación con los medios de comunicación colectiva 98

4.7.2 Lo que interesa a la prensa 102

4.7.3 Responda mejor en sus entrevistas con la prensa 105

4.7.4 Desmentir a la prensa, arma de dos filos 108

4.7.5 Diez consejos para organizar una conferencia de prensa exitosa 110

4.8 La impostergable relación con el cuerpo legislativo 114

4.8.1 Las tres fases del cabideo 116

4.8.2 ¿Es posible el cabideo en México? 119

Capítulo 5

El área interna de relaciones públicas 123

5.1 Hagamos la tarea 124

5.2 ¿En dónde encaja la función de relaciones públicas? 126

5.3 Propuesta de un área tipo 128

Capítulo 6

Consultoría externa en relaciones públicas 131

6.1 Mercado de las agencias de relaciones públicas en México 133

FIGURA 4.23 EVALUACIÓN DEL DISEÑO DOS APLICADO A LAS PRELIMINARES

4.2.1.2.5. Construcción del prototipo modificado (formación editorial)

Esta etapa, se trasladó página por página el diseño aprobado por el cliente sobre la plataforma digital (Machintosh) y el programa (Quark Xpress 4.1, además del Illustrator 8 para realizar las gráficas y el Photoshop 5.5 para trabajar y manipular las imágenes) solicitados por la editorial CECSA para la conformación de los archivos. Para el desarrollo de la formación editorial, el autor proporcionó la información contenida en diskettes de 3 1/2 además de originales impresos como galeras de captura.

Debido a que esta publicación no contiene muchos elementos por los que hubiera causado conflictos en su formación (pues su mayor parte se compone de texto), el cliente sólo comentó algunas recomendaciones para la formación editorial del libro Relaciones Públicas, las cuales son las siguientes:

- Tratar en lo posible de que en cada página el texto fluya legible y ordenado evitando en lo posible de dar espacios estrechos o abiertos entre las palabras y entre los tipos.
- Si en alguna ocasión aparece un subtítulo que se corte al final de una página o llegue a quedar sólo, tratar de reducir o aumentar los espacios blancos (si los hay) generados por los subtítulos o en caso extremo la interlínea. Ya sea con la finalidad de encajar en la página el título con unas líneas del párrafo que le sigue (mínimo tres) o en su defecto pasarlo íntegramente a la siguiente hoja.

Y como parte de la formación editorial, se deben evitar los defectos que se generan en el flujo del texto y que ocasionan espacios o repetición de caracteres al final o principio de la mancha, entre otras cosas mencionadas en el capítulo anterior los cuales se anotarán solamente.

- **Ríos o calles**
- **Guiones consecutivos**
- **Viudas**
- **Frasas sueltas**
- **Subtítulos seguidos o excesivamente espaciados**
- **Páginas cortas en contenido**

4.2.1.2.6. Etapa de corrección hecha principalmente por la editorial

Al concluir la etapa de formación, se mandaron una serie de pruebas de impresión de toda la obra a la editorial CECSA y al autor para su revisión. Con la finalidad de detectar los posibles errores en cuanto a la ortografía, de redacción y de precisión de datos, que tendrían la información, las gráficas y las tablas.

En total, se enviaron cuatro impresiones de toda la obra, cada una distinguida por un color específico que señalaba el número de prueba que correspondía.

- Papel amarillo, primera revisión
- Papel azul la segunda
- Papel verde la tercera
- Papel blanco la cuarta.

En algunas ocasiones se llegó a tener conflicto entre las correcciones realizadas por el autor y el corrector de estilo de la editorial, pues al estar supervisada una obra bajo dos criterios, algunas de las indicaciones marcadas sobre el papel resultaban contradictorias a tal grado que fue necesario llamar varias veces tanto al autor como a la editorial para conciliar esas correcciones.

De nueva cuenta, y como se señaló y presentó en el capítulo anterior, a continuación se muestra un cuadro con las principales señales o marcaciones que se utiliza en el medio editorial para señalar los errores y su corrección.

	Utilizado para hacer notar que en ese lugar habría que agregar algún caracter.
) (Significa abrir un espacio.
()	Significa cerrar un espacio.
2	Es para unir dos párrafos en uno sólo.
└┘	Es para invertir el orden de palabras o de oraciones.
∅	Significa eliminar el caracter, la palabra, la oración, el párrafo o el contenido de la página.
<u>m</u>	Es para señalar que ese caracter, palabra o frase debe tener el estilo itálico.
m	Es para señalar que ese caracter, palabra o frase debe tener el estilo bold.
<u>m</u>	Es para señalar que ese caracter, palabra o frase debe tener el estilo bold/itálico.
<u>M</u>	Es para señalar que ese caracter, palabra o frase debe usar el estilo de versalitas.
<u>M</u>	Es para señalar que ese caracter, palabra o frase debe tener el estilo de versales.

4.2.1.2.7. Preparación de archivos para mandar a pre-prensa

Con el término de la etapa de revisión y corrección, se continuó con la recopilación de los archivos digitales en un disco compacto para enviarlo a pre-prensa.

En esta etapa la editorial CECSA y el autor recibieron la última impresión de toda la obra foliada, compaginada y formada de acuerdo con el diseño seleccionado y corregido. Además, se le entregaron los archivos digitales almacenados en un disco compacto en el cual se grabaron, los archivos del programa que se utilizó para la elaboración del catálogo (QuarkXpress), cada una de las fotografías trabajadas en Photoshop a 300 *dpis* (*dots per inches*, puntos por pulgadas en inglés) en escala de grises y guardadas con el formato TIF. La gráfica realizada en Illustrator 8, guardada como archivo EPS (encapsuled postcript) y las fuentes con sus familias para que, en el buró de pre-prensa donde se le diera salida a negativos, este no tuviera problemas de sustitución de fuentes.

Así, con la entrega de lo anterior, se dio por terminada la labor en cuanto a diseño y formación del libro *Relaciones Públicas, Factor de competitividad para empresas e instituciones*, del autor Carlos Bonilla Gutiérrez de la Compañía Editorial Continental S.A.

CAPÍTULO

CONCLUSIONES

5

5.1. ALCANCE Y PROYECCIÓN DEL "CATÁLOGO GENERAL DE BACHILLERATO 2002"

El "Catálogo general de bachillerato" de la editorial en su momento, fue un trabajo planeado y desarrollado con el fin de alcanzar los objetivos planeados por un cliente y llevados a cabo paso a paso por un método. Los objetivos enunciados en el primer capítulo, los cuales involucran las necesidades estéticas, de forma, de tiempo y de economía, fueron analizados y resueltos por medio de la problematización de cada una de sus dimensiones.

De cierto modo, las características solicitadas como la modernidad, la elegancia, el dinamismo y la competitividad, se reflejaron por medio de una diagramación maleable que permitió el control de los elementos compositivos de una forma menos rígida y convencional. Además, las mezclas de tipografías modernas, el uso de imágenes que reforzaron las intensiones y los propósitos buscados por el cliente y el aprovechamiento al máximo de los contrastes proporcionados por los porcentajes de una sola tinta, formaron una imagen que dotó de personalidad a cada página del catálogo.

En cuanto a la economía y producción de la publicación, como se manifestó desde el capítulo uno, se desarrolló estrictamente bajo las peticiones del cliente, pues como él tenía previsto un plan de gasto que cubría todas las etapas de producción de este tipo de publicación, no podía solicitar un diseño o algún tipo de impresión que rebasara dicho presupuesto.

Además, el desarrollo óptimo de este catálogo fue producto de la retroalimentación surgida entre cliente y diseñador, pues al generar el intercambio de propuestas y réplicas, se obtuvo un objeto cuya finalidad es la de transmitir información específica a un determinado segmento de la población. Objetivo que al final se cumple cuando llega a manos del lector.

De acuerdo con las anteriores razones, y desde el punto de vista editorial, el Catálogo general de bachillerato 2002, cumplió con los objetivos planteados por el cliente por medio de la solución de sus requerimientos, en el plazo de entrega fijado para atender el proceso de pre-prensa y de impresión, para presentarlo en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara del 2001 como novedad para el año 2002.

Ahora bien, el diseño realizado para esta publicación fue importante para EG Corporación (empresa donde laboré hasta el 16 de agosto de 2004), porque fue el primer trabajo realizado de esta empresa para la editorial Pearson Educación. Y con el cual entró a formar parte de los proveedores de servicios de dicha editorial, después de un periodo de 10 meses de intentar conseguir un proyecto de ellos.

OBJETIVO:

El objetivo es nombrar los alcances y la proyección del "Catalogo general de bachillerato 2002" y el libro "Relaciones Públicas" en el ámbito profesional y editorial.

En el aspecto particular, el Catálogo general de bachillerato 2002, representó el primer trabajo profesional aceptado, primero por el empleador (EG Corporación) para presentarlo como propuesta ante un cliente (Pearson Educación) y segundo, un diseño aceptado por un cliente, el cual se desarrolló y depuró conjuntamente. Lo cual significó un momento de aprendizaje para entender y conocer la forma de negociar, proponer y en algunos casos rebatir lo sugerido e impuesto por un cliente.

Finalmente, el diseño de este catálogo resultó tan funcional y fue del agrado de los directivos del área de bachillerato que se mantuvo como diseño oficial durante tres años consecutivos, realizando únicamente actualizaciones de la información introduciendo las nuevas obras, rediseñando la cubierta y los separadores.



FIGURA 5.1 PORTADAS DEL CATÁLOGO GENERAL DE BACHILLERATO DEL AÑO 2002 Y 2003.

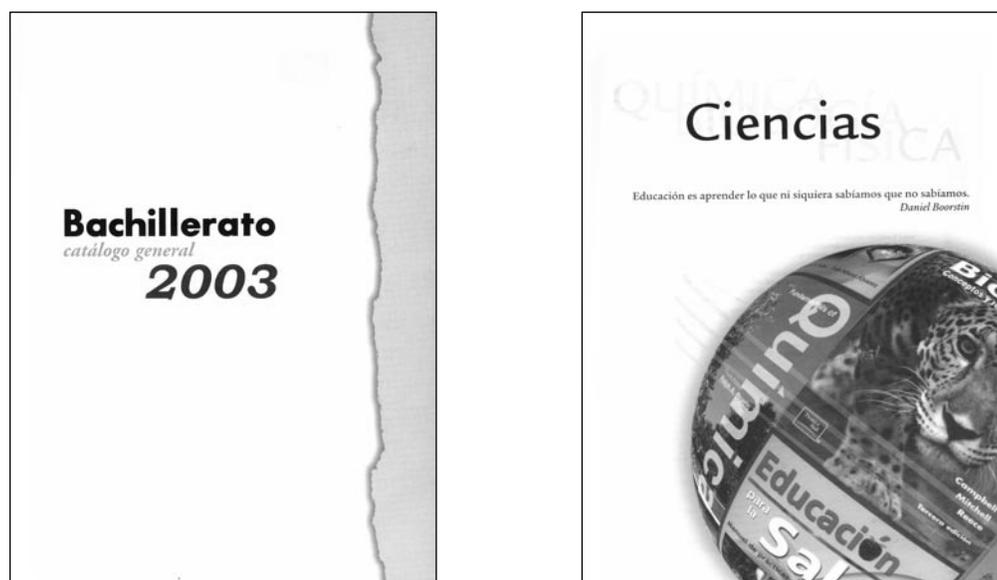


FIGURA 5.2 EJEMPLOS DE ALGUNAS PÁGINAS TOMADAS DE LA EDICIÓN 2003 DEL CATÁLOGO..

5.2 ALCANCE Y PROYECCIÓN DEL LIBRO RELACIONES PÚBLICAS

En cuanto al libro Relaciones Públicas, debido a que fue un proceso para producir un medio impreso totalmente nuevo y no contar con un antecedente publicado, caso contrario al del *Catálogo General de Bachillerato* el cual fue un rediseño, contribuyó a la búsqueda de una forma distinta de abordar el problema a la utilizada en el catálogo. Aunque se utilizó la misma metodología, las necesidades requeridas por la editorial (CECSA) y el autor (Carlos Bonilla) fueron distintas y enfocadas a obtener otros objetivos.

Estos objetivos, desde el punto de vista del cliente, consistieron en solicitar un diseño que estuviera encaminado a satisfacer necesidades de información a través de la solución de los problemas estéticos, de forma, de economía y de producción. Requerimientos tales como: ofrecer una publicación amena al lector utilizando tipografías e imágenes que transmitan una sensación de modernidad y elegancia en el diseño, utilizar la gama de porcentajes proporcionados por una sola tinta (negra) y restringir la formación a un determinado número de páginas, fueron los principales puntos de anclaje que sirvieron de apoyo para estructurar cada uno de los problemas a resolver.

Además los requerimientos en cuanto al modo de producción (medios digitales) y los tiempos de entrega para revisión fueron exigencias que se adecuaron al seguimiento de la metodología expuesta para obtener el producto final.

De acuerdo con lo anterior, en cuanto a los objetivos que tenían la editorial y el autor, tanto en cuestiones de forma, tiempo y producción, fueron cumplidos de acuerdo con lo estipulado.

En cuanto a los objetivos que tenía EG Corporación para con CECSA y el autor, se puede decir que con el diseño y la formación de *Relaciones Públicas*, se reafirmó el compromiso entre cliente y servidor. Compromiso que obliga a ofrecer un producto de calidad y funcional siempre de acuerdo con las necesidades propias de cada trabajo y circunstancias. En este campo, la elaboración del diseño y su formación fueron cumplidos los objetivos visualizados por la empresa prestadora del servicio.

Por el lado de los alcances personales, dicho diseño y su formación figuró como un trabajo sobresaliente entre las obras de la misma índole del Grupo Editorial Patria y aun en competencia con las publicaciones de otras editoriales. De esta publicación se conserva el mismo diseño y solo se realizan las actualizaciones de la información y las reimpressiones de cada año.

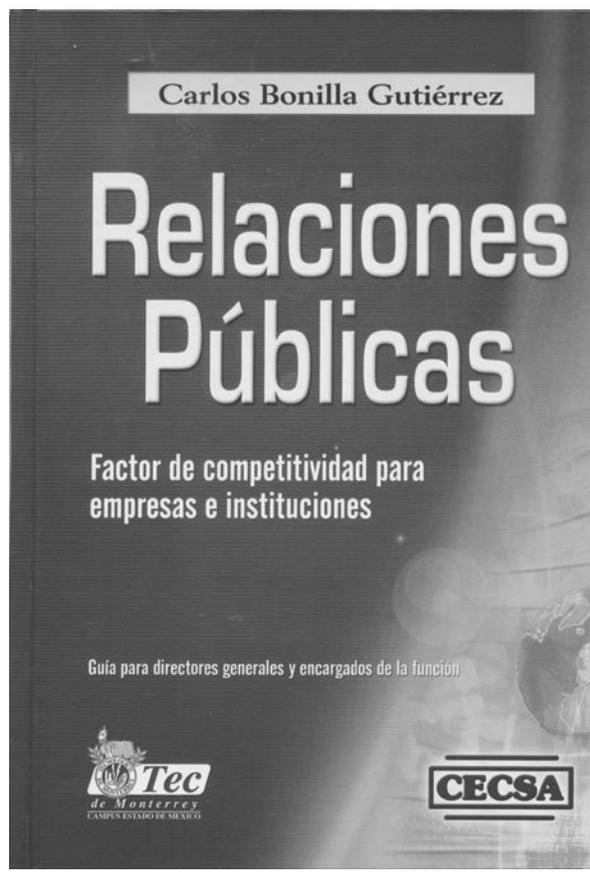


FIGURA 5.4 PORTADA DEL LIBRO RELACIONES PÚBLICAS

BIBLIOGRAFÍA

37 Publication desing annual 2001. *The society of publications designer.* Rockport, Estados Unidos, 2001.

Balis, Andrew. *Type at work, usos de la tipografía en el diseño editorial.* Index book, Barcelona , España, 2003, pp. 219.

Coyne, Patricks. *Communications arts: Ca 91 design anual.* Ed. Patrick Coyne. California: Communications arts, 1991. 270 p.

Cullen, Cheryl. *Photography: creating effective graphic desing with photography.* Serie Graphiciden resource. Rockport, Gloucester, Massachussets, 1999.

Design from Scandinavia. Copenhagen; Word Pictures, 1992-1999.

Finke Deibler, Gail y Warmke, Clare. *Power full page desing, How desing book.* Cincinnatti, Estados Unidos, 2002.

Fox, Martin. *The best in exhibition design.* Washington, d.c. RC. pub 1975.

Randolph Karck, R. *Manual de artes gráficas.* Editorial Trillas. 2a edición, México, 1992.

Shimizu, Yoshiharu. *Marker works from Japan.* 146 p. p.

The best of the best of brochures desing, Rockport, Estados Unidos, 2003.

The graphic designer´s index 10. Rotovisión. Singapur, 1996. 327 p. p.

Typographics 5. Graphics fusion, magazine, desing + more. Editor Roger Walton. New York, Estados Unidos, 2003.

Vilchis, Luz del Carmen, *Metodología del Diseño, Fundamentos teóricos.*

Zappaterra, Yolanda. *Editorial desing, print and electronic media.* Rotovisión, Suiza, 2002.