



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

“Diseño editorial vs. medios electrónicos”
Propuesta editorial de boletín electrónico

Tesina

Que para obtener el título de:
Licenciada en Diseño y Comunicación Visual

Presenta:
Nayeli Alejandra Espinosa Rangel

Director de tesina:
MAV Luis Enrique Betancourt Santillán

México, D. F., 2011



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.

Índice_

Introducción

Capítulo 1. Inmersión de los medios electrónicos en el siglo XXI

1.1 Tecnologías de la imagen

1.1.1 Fotografía

1.1.2 Cine

1.1.3 Televisión

1.1.4 *Web*

1.2 El impacto de las tecnologías de la información
y comunicación en la sociedad contemporánea

1.3 Planteamiento y requerimientos de diseño
con enfoque tecnológico

Capítulo 2. Diseño editorial

2.1 Contexto de la aparición del diseño editorial

2.2 Autoedición

2.3 Diseño editorial y los soportes electrónicos

Capítulo 3. Proyecto

- 3.1 Abordando el diseño editorial desde la perspectiva tecnológica
- 3.2 Determinaciones para la propuesta de boletín electrónico (*newsletter*)
- 3.3 Bocetaje
- 3.4 Resultado final

Conclusiones

Glosario

Bibliografía

*La entrada al mundo de un nuevo medio de comunicación no
elimina los medios que ya existían, implica siempre
una nueva acomodación entre los personajes de la cena;
no se trata de un ángel exterminador sino de
un ángel estimulador que atrae más gente
hacia el mundo de la información...*

Franklin Martins
Congreso Internacional del Mundo del Libro, 2009

Introducción_

¿En realidad existe una confrontación entre los medios electrónicos y el diseño editorial? ¿será imposible encontrar un punto de convergencia entre ambos? ¿hasta qué punto puede haber un paralelismo en la concepción tanto de los medios electrónicos como de los impresos? ¿qué tanto puede verse involucrado un diseñador editorial durante el diseño de un soporte electrónico?

Éstas son las preguntas que resumen los objetivos que se persiguen con la tesina que se encuentra a punto de leer y hojear; impresa, a color, con un total de 80 páginas, cada una de ellas palpable; o bien, a través de un archivo de formato electrónico como puede ser un PDF que podrá fácilmente visualizar si se cuenta con una computadora de por medio.

“*Diseño editorial vs. medios electrónicos*”. *Propuesta editorial de boletín electrónico* es el nombre del trabajo presentado con el cual se pretende ahondar en el surgimiento de soportes electrónicos, entre ellos el *newsletter*, que son reflejo de la inmersión que la tecnología ha tenido en la vida cotidiana. Resulta necesario entonces cavar en la historia para contextualizar la inmersión de la tecnología: un recorrido por el surgimiento de la fotografía en 1826, la industria cinematográfica con lo que la imagen puede captarse en movimiento, así como la televisión y sus transmisiones en directo, o finalmente la web donde la tecnología adquiere un entorno totalmente autónomo, dinámico e interactivo.

Desde el punto de vista histórico vale la pena fundamentar estos sucesos y entender cómo han modificado nuestro quehacer diario, cómo es que este nuevo entorno viene a contraponer los parámetros de concepción de la imagen que hasta ese momento se tenían, y lo más interesante: el proceso de adaptación por parte de la sociedad.

Si de diseño editorial estamos hablando, inevitable será hablar de las publicaciones impresas y su historia; comenzando por la invención de la imprenta, un hecho que así como facilitó el acceso a la cultura y alfabetización dejando de lado al clero, también fue

factor importante que contribuyó a la existencia del diseño editorial; teniendo cuenta desde 1455 cuando es impreso por Johann Gutenberg donde tiene lugar el primer proyecto editorial con una planeación previa de por medio; así también caminaremos por la senda del periodismo mexicano, ahondando en publicaciones que en su momento tuvieron dificultades para ser impresas debido a las pocas imprentas que en esa época existían en México, aunado a una limitada libertad de expresión.

En este segundo capítulo observaremos unas primeras aproximaciones en el paralelismo histórico entre lo que sucede en tema de publicaciones impresas y el desfase hasta la llegada de la autoedición, con lo que se vislumbra la posibilidad de diseñar por medio de una computadora, donde se vuelve más que evidente lo que la tecnología ha venido a impregnar en todos los sectores y profesiones. Posteriormente, veremos la convergencia entre el diseño editorial y los medios electrónicos, siendo partícipes —como ahora lo somos—, de la relación del diseño editorial en los soportes electrónicos.

Más interesante se torna aún, o lo es por obvias razones como autora de esta tesina, al establecer los paralelismos existentes en los distintos procesos tanto de una publicación impresa como de una publicación electrónica a lo cual tendría que reconocer las valiosas aportaciones obtenidas del 2o. Seminario de Producción Editorial y el Congreso Internacional del Mundo del Libro, ambos eventos citados en la bibliografía, eventos de temática editorial, entendiéndose por ello diseño de materiales impresos, donde fue inevitable no hablar del tema de las publicaciones electrónicas como punto crucial, como algo que está sucediendo y que estamos viviendo.

Y finalmente, siguiendo con este panorama general, los objetivos perseguidos en esta tesina desembocan en un proyecto gráfico una publicación electrónica, que en este caso se trata de un boletín electrónico o *newsletter* cuyo destino será la bandeja de entrada del correo electrónico. Para ello será presentado el proceso de realización, es decir, desde los factores imprescindibles, bocetaje y diseño hasta llegar al resultado final. —

Capítulo 1_

Inmersión
de los medios
electrónicos
en el siglo XXI

Cualquier persona que se encuentre leyendo este o cualquier otro texto mediante una pantalla de cristal líquido, que probablemente tendrá una resolución máxima de 1024x768, con altavoces integrados, cuya fuente de alimentación tenga una frecuencia de 50-60Hz (que no es más que el monitor de nuestra computadora) o ya sea a través de una hoja impresa (producto de la información procesada por una computadora) ya ha sido testigo de la clara evolución que las nuevas tecnologías han traído consigo a nuestra nueva *cotidianidad* desde finales del siglo xx y con ello a un nuevo modo de mirar, leer, percibir e interactuar.

Partiremos de la imagen como pretexto para ahondar un poco en cómo ésta se ha visto afectada mediante las implicaciones que la tecnología ha tenido en este último siglo. La imagen, desde el punto de vista social, ha venido a jugar un valor de referencia y de representatividad que siempre formará parte de la generación de un canal comunicativo; único factor que permanecerá constante a lo largo del cambio permanente en el que la imagen se verá involucrada durante el surgimiento de nuevas tecnologías.

La tecnología traerá consigo nuevas exigencias y requerimientos, además de la “parafernalia” que implica su participación en todos los ámbitos del quehacer humano; con esto me refiero al proceso de adaptarnos a algo que nos es nuevo, mismo que será determinante a la hora de enfrentarnos a un entorno dinámico e interactivo. Transiciones que poco a poco nos llevarán a nuevas formas de percibir como resultado de los nuevos horizontes que la tecnología ha traído consigo.

1.1 Tecnologías de la imagen

1.1.1 Fotografía

La fotografía, percepción de la realidad obtenida a través de procesos físicos y químicos —no vendría al caso describir el mecanismo gracias al cual se obtiene una fotografía ya que esos no son los objetivos principales que persigue esta tesina—, tiene lugar en 1826 cuando Nicéphore Niépce consigue captar una imagen a través de la cámara obscura, mecanismo que ya era utilizado por los pintores alrededor del siglo xv para captar una fiel reproducción de la perspectiva.

Como referente social y cultural, la fotografía, viene a instalarse como una representación “fidedigna” de la realidad, razón por la que se advierte como sustituta de la pintura. La fotografía y su capacidad de captar el instante serán entonces puntos clave para dar pauta al desarrollo que las tecnologías de la imagen tendrán tiempo después.

De pronto pareciese como si esta instantaneidad que nos proporciona la fotografía, se tratara de detener el tiempo tan sólo presionando un botón, no hablemos ya de palabras como óleo, pinceles, realismo, modelos anatómicos, dibujo de la figura humana; sino de términos como tiempos de exposición, lentes, películas, revelado, entre otros.

Es curioso como esta representación comienza a tomar partido en nuestra vida cotidiana, pública y privada; se ha convertido ahora en la historia de las sociedades contemporáneas en la que es un elemento fundamental de las redes sociales cibernéticas, gracias a las cuales podemos mantenernos al tanto de nuestras vidas mediante este instante que puede ser tan descriptivo como para saber unas pocas o demasiadas cosas sobre alguien: expresión de la cara (estado de ánimo), vestimenta y lugar (nivel socioeconómico), clima, etc.

1.1.2 Cine

La fotografía, gracias a su posibilidad de capturar múltiples imágenes por segundo será capaz de captar el movimiento, es ahora

cuando llegamos a una suma de cualidades que darán origen al cine. Es en el siglo XIX cuando la captura del instante que nos ofrece la fotografía y el seguimiento del movimiento tendrán como resultado la captación de movimiento ocasionada por una secuencia de imágenes, dicha evolución desembocará en lo que ahora conocemos como películas cinematográficas.

Es curioso acentuar la nueva percepción que el cine viene a implementar, basta con mencionar que durante la exhibición de la película *Arrivée d'un train en gare à La Ciotat* —*Llegada de un tren a la estación de La Ciotat*—, una de las primeras exhibiciones cinematográficas una vez exploradas las posibilidades del cine, en la que no se observa nada más que la llegada de un tren a la estación —hablamos de una toma frontal en la que la posición de la cámara es clave para observar el buen uso de la perspectiva— en la que vemos como el tren se va acercando cada vez más a la pantalla hasta salirse del encuadre, para que unos 20 segundos después —de los 48 segundos totales de duración—, se observe a la gente abordando y desabordando el tren). Mucho se habla de la reacción de espanto de muchos de los espectadores, quienes al ver cómo el tren se acercaba cada vez más a la pantalla éstos corrían asustados por la sala, hasta darse cuenta que aquello sólo se trataba de una proyección, en la que los sucesos no trascendían más allá del encuadre de la película. Con este fenómeno se sugiere entonces una nueva forma de mirar, como ahora se nos exige con las proyecciones en tercera dimensión, en las que sucederá un tiempo y proceso de adaptación.

Podemos hablar que durante este siglo XXI las grandes taquillas y revolución creativa surgen a partir de las nuevas herramientas informáticas, se habla sobretodo —dejando de lado el entretenimiento—, de la comunicación de masas cuyo fenómeno será causa de la infinita intervención de los recursos publicitarios que se desarrollan a la par de la creatividad tecnológica digital.

Finalmente los avances tecnológicos son un fenómeno que nunca dejará de evolucionar, sin embargo, esto implica que conforme se crean maquinarias que sean más eficientes y que reducen el capital monetario y humano, llegue el temor ante una pronta sustitución de trabajadores por máquinas; este es el caso de la producción digital en el cine, los nuevos equipos de rodaje traerán como consecuencia una reducción tanto de recursos humanos como de los costos de producción ya que en ella no interviene nadie más que un operador.

1.1.3 Televisión

Siguiendo con esta secuencia llegamos ahora a la televisión, en la que la ecuación queda de la siguiente manera: radio + cine = televisión. Una vez que ya se ha descubierto que mediante el cine es como podemos captar una imagen en movimiento, y que mediante la radio es como podemos tener las noticias o cualquier otro acontecimiento al instante, se unen estos ingredientes a manera de receta de cocina, y tenemos el resultado final, la televisión.

Históricamente la televisión inicia desde 1860 cuando Paul Nipkow presenta su telescopio eléctrico como sistema mecánico de transmisión de imágenes, que es el primer antecedente del que se tiene nota ya que es hasta 1925 cuando John Lodgie Bird transmite una imagen por primera vez mediante un dilatado periplo experimental, que en consecuencia finalmente traerá la primera transmisión de una imagen de Londres a Nueva York en 1928.

Esta nueva forma de entretenimiento social será un vehículo fundamental para la transmisión de ideas, y en consecuencia, un centro de atención del poder político y económico: una instantaneidad que predominará en la segunda mitad del siglo xx; y que será el medio de comunicación dominante, como resultado de las condiciones de vida hogareña tras largas jornadas de trabajo.

El fenómeno televisivo cuenta con la transmisión instantánea, la temporalidad de las imágenes se transcribe por la emisión en directo, y con ello el poder ilimitado de registro de eventos; dotando a la televisión de la capacidad de transmisión y retransmisión de lo efímero y de la recreación de experiencias o de transmisiones.

Este medio propone cierto grado de interactividad entre el consumidor y la programación ya que a pesar de la inmediatez de la transmisión, todo se encuentra estratégicamente planeado; es decir, se trata de una escena cinematográfica clásica puesto que todo lo que se emite está previsto y planeado para ser visto por el espectador que se encuentra del otro lado del televisor.

En cuanto a esta nueva propuesta exploramos entonces un efecto televisivo en el que se incentiva un placer por mirar, ya que no se trata de un medio en el que el proceso de comunicación se retroalimente; sino que este fenómeno habla del simple hecho de recibir mensajes en forma de programas televisivos en los que no se nos exige más allá que el simple placer de mirar.

1.1.4 Web

Es aquí cuando la secuencia que me he dado a la tarea de desarrollar hasta ahora se rompe, ya que la *web* se establece como nuevo medio de comunicación durante la última década del siglo xx, y con ello a la realidad mostrada por la televisión no se le suma ni resta ningún ingrediente ya que los parámetros de representación quedarán alterados respecto a la fotografía, el cine y la televisión; creando con la *web* una nueva realidad, con total autonomía en donde el espectador se convierte en partícipe del proceso comunicativo.

Este medio llega como consecuencia del perfeccionamiento de las técnicas de reproducción, ya que es aquí en donde la biblioteca visual tendrá una infinidad de modos, maneras, formas, entre otros, no se confrontarán escenarios reales incluso ni se intentará representarlos, más bien se logrará una interacción con ellos; siendo este poder de intervención la novedad que disparará los límites entre el usuario y el operador.

El esquema que entraría en curso para interpretar la triangulación que ahora puede existir gracias al ori-

gen de la *web* —misma que expone las ventajas que más adelante entraran en curso para generar un *espacio de flujos*— estaría conformada de acuerdo a la figura 1.

Se entiende entonces que la *web* implementa un nuevo modo comunicativo en el que mientras el cine y la televisión mantienen siempre a un espectador del otro lado de la pantalla, en este caso se implementa también un nuevo lenguaje en el que comenzamos a familiarizarnos con términos como usuario, *login*, correo electrónico, e-mail, etc. Es con este nuevo medio comunicativo cuando se rompe con los paradigmas implementados con el cine y la televisión con respecto al espectador que se mantiene siempre pasivo del otro lado de la pantalla (ver figura 2).

en primer lugar este espectador —que en términos de la Real Academia Española se define como *aquel que mira con atención un objeto o quien asiste a un espectáculo público*— es ahora nombrado “usuario”, el cual ya cuenta con autonomía y control. Además de espectador será también creador de los contenidos, programas, e interfaces, entre otras cuestiones en las que los límites se extienden como en el caso de las comunidades *peer to peer* en las que el flujo libre de la información tendrá lugar gracias a las páginas colaborativas, en las que términos como interactividad, usabilidad y funcionalidad tienen un punto de encuentro.

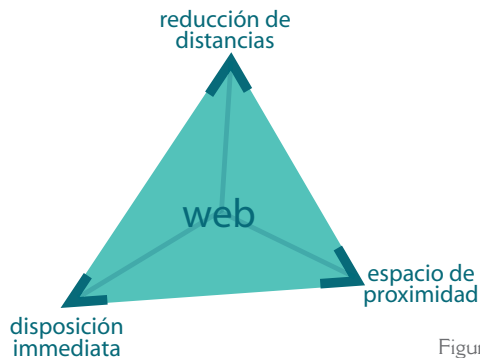


Figura 1



Figura 2

1.2 El impacto de las tecnologías de la información y comunicación en la sociedad contemporánea

Bien es sabido que los debates y conferencias en torno a este tema no son nada novedosos ya que esto ha sido planteado hasta hoy en tantas investigaciones de sociólogos, antropólogos e historiadores que en esta última década se han ocupado ya del tema. No podríamos comenzar a hablar de cantidades, actividades y procesos producto de estas nuevas tecnologías sin antes analizarlo desde una perspectiva individual, y es que basta solamente con observar un día laboral común para darse cuenta de cómo nos hemos apropiado de lo que las nuevas tecnologías han implementado en nuestra vida cotidiana.

Todo comienza desde el momento en el que despegamos nuestra cabeza de la almohada para apagar el celular que emite un sonido muy peculiar —a nuestra elección— como parte de su función como despertador, encendemos la radio o televisión que seguro ya estará sintonizada en algún canal de nuestra preferencia —que ahora ya podemos editar como parte de nuestros “favoritos”, programables en algún *software* producto de un servicio de televisión por cable o de la televisión misma—, mientras tanto y a la par de las noticias mañaneras estaremos tomando un baño y haciendo otras labores necesarias ya se trate de desayunar o alistar nuestras cosas antes de salir. Podemos entonces continuar con el transporte que nos llevará a nuestro centro de trabajo, en el automóvil podemos tomar en cuenta un GPS —Global Positioning System— que nunca nos fallará a la hora de ubicar una dirección o la conexión del reproductor MP3 a nuestro sistema de sonido para escuchar alguna lista de canciones, producto de unos cuantos días, de búsqueda y descarga de la red, lista para reproducirse en este dispositivo de almacenamiento.

Una vez que llegamos a nuestro centro de trabajo, basta con presentar la tarjeta de identificación de la empresa frente a un visor que lo valide para permitirnos ingresar, para que inmersos en cuestiones laborales la comunicación entre los integrantes del

equipo de trabajo esté mediada por extensiones telefónicas, correo electrónico, intervención de archivos modificables y con posibilidad de ser compartidos mediante la red en tiempo real, entre otros tantos.

En un descanso pensemos tal vez en ir a una máquina de la cual podremos obtener un café express, capuccino ó una golosina con tan sólo seleccionar el producto de nuestra preferencia e insertar las monedas hasta completar el costo de lo que nos hará entretener el hambre o calmar un poco el estrés laboral. Evadiendo el horario de la comida, en el cual procesos automatizados también los puede haber, como el lavaplatos, llegamos ahora al regreso a casa después de una larga jornada de trabajo en la que ver la TV, checar nuestro correo electrónico personal, chatear y compartir fotografías en alguna red social con amigos que no hemos visto hace años o que la distancia es la que nos separa de ellos, son actividades sino distintas dependiendo de la edad del sujeto del que se hable pero que bien pueden ser comunes en una mayoría de entre un rango de edad de los 18 y 35 años.

Castells describe las nuevas tecnologías de la información y comunicación como un acontecimiento histórico de tal magnitud a lo acontecido en una revolución industrial, en este caso tecnológica, en la que desde finales del siglo XX hemos estado viviendo la transformación de nuestra cultura a causa de un nuevo paradigma tecnológico en el que el círculo de la retroalimentación ha venido a ocuparse en todos los ámbitos de la actividad humana:

la primera revolución industrial, si bien no se basó en la ciencia, contó con un amplio uso de la información, aplicando y desarrollando el conocimiento ya existente. Y la segunda revolución industrial, a partir de 1850, se caracterizó por el papel decisivo de la ciencia para fomentar la innovación¹

Con esta aportación de Castells y a modo de una mejor explicación pudiéramos entonces, sintetizando y rescatando lo más destacable de cada revolución, secuenciar de la siguiente manera:

Ira. Revolución – Revolución industrial

Último tercio del siglo XVIII

Desarrollo del conocimiento ya existente

Sustitución de las herramientas por máquinas

Nuevas tecnologías: máquinas de vapor, hiladora de varios husos

2da. Revolución – Revolución Industrial

Finales del siglo XIX

La ciencia aplicada a la innovación. Desarrollo de la electricidad, motor de combustión interna, fundición de acero eficiente y el comienzo de las tecnologías de la comunicación con la difusión del telégrafo y la invención del teléfono.

1 Castells, Manuel. *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. 7ª. edición, México: Siglo Veintiuno, 2006, 58p

3ra. Revolución – Revolución tecnológica

Finales del siglo xx

La aplicación del conocimiento e información a aparatos de generación de conocimiento y procesamiento de la información y comunicación en un círculo de retroalimentación acumulativo.

Con esta secuencia podemos deducir cambios importantes entre cada revolución, existiendo por mínimo un siglo de diferencia entre la sucesión de cada una; en las primera y segunda se habla del desarrollo y aplicación de la ciencia y el conocimiento en la generación de innovaciones, gran diferencia de lo sucedido en la tercera revolución citada, en la cual el cambio se verá reflejado, además, por la posibilidad de esas innovaciones para generar más conocimiento, es por ello que se habla de una retroalimentación en la que el conocimiento se aplica para generar otro tanto más. En esta nueva revolución, de la que aún seguimos viendo frutos, tendrá lugar la integración de diferentes medios y el potencial interactivo que estos nuevos medios pueden generar.

Ahora bien, para tener en claro el proceso de adaptación que estas nuevas tecnologías están teniendo en la sociedad contemporánea tomaré como guía la pirámide que plantea Cristóbal Cobo en su tesis doctoral titulada *Organización de la información y su impacto en la usabilidad de las tecnologías interactivas*, misma en la que sugiere que son tres etapas por las que la sociedad atraviesa para poder hablar de una implementación de estas mismas tecnologías: acceso, adopción y apropiación;

mismas que pudieran aplicarse en el surgimiento de cualquier novedad en la sociedad.

El acceso se refiere a cuestiones técnicas que van desde la adquisición de un equipo de cómputo, *software* instalado, conexión a ciertas redes, acceso a Internet, ancho de banda, dispositivos tales como *webcams*, impresora, dispositivos de almacenamiento, etc., así como el enfrentamiento con una nueva lógica y un nuevo lenguaje; es decir, una vez que estas tecnologías vienen a innovar nuestros medios de comunicación e información se comienza por *acceder* enfrentándonos así a lo que estos medios ofrecen.

Adopción, la segunda etapa, es el proceso en el que una vez que ya contamos con el equipo necesario procedemos a explorar, aprendiendo el uso de estas tecnologías, para más tarde involucrarlo a nuestro quehacer diario. Es aquí donde cualquier alteración sucedida en la etapa anterior se verá reflejada, es decir, cualquier variable en las cuestiones mencionadas en la etapa anterior será determinante para facilitar o dificultar el desempeño en estas nuevas tecnologías.

Castells nos hace ver que los inicios de las tecnologías de la información y comunicación partieron de la interactividad que comenzaron por darnos los videojuegos a mediados de los noventa. En un principio y con fines de entretenimiento nos mantuvimos al margen como usuarios:

Las compañías de software, de Microsoft a los creadores de videojuegos japoneses como Nintendo y Sega, estaban generando los nuevos conocimientos interactivos que des-

encadenarían la fantasía de sumergirse en la realidad virtual del entorno electrónico. Las cadenas de televisión, las compañías musicales y los estudios cinematográficos no daban abasto para alimentar a todo un mundo supeuestamente hambriento de infoentretenimiento y líneas de productos audiovisuales. El control empresarial sobre los primeros estadios del desarrollo de los sistemas multimedia habrá tenido consecuencias duraderas sobre las características de la nueva cultura electrónica (...) la estrategia prevaleciente apunta hacia el desarrollo de un gigantesco sistema de entretenimiento electrónico.²

Finalmente llegamos a la tercera etapa, la apropiación, en la que interviene el uso de las tecnologías con mayor alcance, en el que el usuario no se mantiene al margen sino que ya está en posibilidades de utilizar estas tecnologías para generar su propio conocimiento:

Además, el nuevo hogar electrónico y los aparatos de comunicación portátiles aumentan las posibilidades de que cada miembro de la familia organice su propio tiempo y espacio. Por ejemplo, los hornos microondas, al permitir el consumo individual de alimentos precocinados, ha reducido la frecuencia de las comidas familiares colectivas. Los aparatos de vídeo y walkman, junto con el descenso

del precio de los aparatos de televisión, radio y discos compactos, permiten a un gran segmento de la población conectarse de forma individual con los mundos audiovisuales seleccionados. El cuidado familiar también se ve ayudado / transformado por la electrónica: los niños son vigilados a distancia mediante control remoto; los estudios muestran un uso cada vez mayor de la televisión como canguro, mientras los padres realizan sus tareas domésticas; las personas mayores que viven solas están provistas de sistemas de alarmas para situaciones de urgencia.³

Y no sólo esto ya que durante la trayectoria de las nuevas tecnologías se tendrá gran interés en aplicar el ambiente interactivo y multimedia para el acceso a la información, asuntos de comunidad, participación política y educación. En el sector de ventas las áreas comerciales se complementarán ofreciendo al consumidor servicios en línea, sustituyendo así los pedidos por catálogo postal; la industria bancaria dispone de cajeros automáticos, servicio telefónico al cliente así como transacciones en línea; en el campo de la medicina tendrá lugar la concentración y centralización de los servicios como la interconexión a distancia de asistencia médica o la supervisión de operaciones o cirugías a través de la videoconferencia; informes interactivos y acceso a material de consulta como el acceso a información sobre servicios gubernamentales

2 Ibid: 399p

3 Ibid: 403p

tendrán gran demanda así como servicios de cursos educativos / instructivos a distancia en el campo de la educación en el que la incorporación casi universal de ordenadores en las aulas es ahora notable.

A continuación presentaré unas cifras rescatadas por Cristóbal Cobo, en las que se ve el ascenso constante del Internet, una de las tecnologías de la información y comunicación de crecimiento más rápida de todos los tiempos:

- Cada 4 segundos aparece un nuevo documento en el mundo en Internet.
- Se ha calculado que el uso de Internet se duplica cada 100 días
- A principios del año 2001 incluía unos 2,500 millones de documentos, creciendo a un ritmo de unas 7,3 millones de páginas por día.
- En Google, uno de los principales buscadores de información en Internet en la actualidad, cada minuto acceden a su base de datos usuarios de 90 idiomas diferentes, requiriendo hasta 138,000 tareas en ese lapso. Esto alcanza diariamente a 200 millones de búsquedas en 6 mil millones de páginas *web*, imágenes y grupos de discusión.

Es el surgimiento de medios alternos de comunicación, que inevitablemente replantean un nuevo proceso de trabajo, ya que así como contamos con mapas, menús, periódicos, revistas, libros de bolsillo, trípticos y documentos técnicos; ahora podemos también disponer de formato de sindicación de RSS para

suscribirnos a noticias, blogs, calendarios de eventos, resultados de búsqueda, y cualquier otro tipo de contenido *web* dinámico, sitios *web*, mapas de sitio, preguntas frecuentes, blogs, etc.

Notable también sería destacar las cualidades que estas nuevas tecnologías han traído consigo, y de las cuales algunos individuos continúan en el proceso de adaptarse: “digitalización”, como reducción de espacio; convergencia tal como la vinculación entre medios y organizaciones en el que las empresas pueden establecer una comunicación más directa entre clientes y usuarios a través de ciertos soportes gráficos que serán mencionados en el siguiente capítulo; “fácil desplazamiento” refiriéndonos a las redes y con esto alcances en los que la información es capaz de desplazarse y concentrarse conectándose así a otras redes de cualquier rincón del planeta; “tiempo-espacio” en el que las barreras no existen y cuya característica está relacionada con el fácil desplazamiento; y finalmente la “interactividad”, que es la mayor contribución de estas tecnologías, ya que con ello la participación de los usuarios se va a incrementar permitiéndole así definir contenidos.

Igualmente, se implementa una ruptura de los patrones espaciales y una dispersión de los centros de trabajo, como consecuencia de la flexibilidad que nos ofrecen estos nuevos dispositivos laborales y redes sociales —ver tabla de comparativa de los medios de comunicación utilizados en México— con lo que se genera un patrón más dinámico y móvil en la gente; dando lugar al *espacio de flujos* (ver Figura 3).

Para finalizar este apartado, y a manera de nota, es importante destacar que estas tecnologías de la información y comunicación son un fenómeno transformacional que inevitablemente modificarán los procesos de producción en las distintas áreas del quehacer humano.

Medios de comunicación utilizados en México ⁴

Fuente: IAB, Interactive Advertising Bureau. México

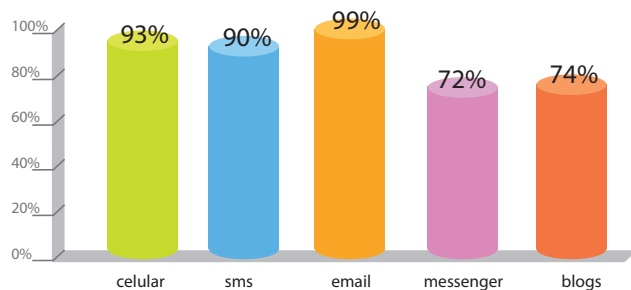


Figura 3

⁴ Los resultados arrojados por el Estudio de Consumo de Medios Digitales 2009 reflejan que una de las principales razones por las que los internautas mexicanos se han acercado más a Internet es debido a la evolución de los dispositivos de comunicación, capaces de conectarse a Internet entre otras aplicaciones importantes y la proliferación de redes sociales; así como también el incremento durante el 2009 de la posesión de artículos con acceso a Internet como computadoras, celulares y Smartphones entre los internautas. (Fuente: IAB, Interactive Advertising Bureau. México)

1.3 Planteamiento y requerimientos de diseño con enfoque tecnológico

Hablar de un diseño con enfoque tecnológico es referirnos directamente a la *web*, o a las ediciones *on-line* específicamente, como mejor vendría al caso para centrar los objetivos de esta tesina. Es ahora cuando se contraponen dos términos nuevos, las ediciones *on-line* y las *off-line* —impresas—.

El uso de ediciones *on-line* surge a mediados de los noventa, teniendo como antecedente los fanzines que suponían un medio con posibilidades de bajos coste y gran distribución por medio de la red. Las ediciones *on-line* pasarán primero por una transición de lo impreso a lo completamente digital, es decir una fase de mimetismo, en el que los primeros prototipos tendrán lugar solo como versiones electrónicas de la versión impresa mediante ciertas interfaces informáticas, previo al lenguaje HTML de los navegadores, reproduciendo exactamente las ediciones convencionales.

A finales de los noventa aparecen publicaciones *on-line* dirigidas y producidas específicamente para el entorno *web*. Hacia 1998, México ya se ubicaba como el país con mayor número de medios *on-line* con 93, seguido por España con 54 y Argentina con 42; de manera que para el 2000 ya gran porcentaje de publicaciones habían producido sus ediciones exclusivas para la *web*.

Es en esta fase de mimetismo en la que se concibe y comprende que la elaboración de este “nuevo producto” —“nuevo” en el sentido de que existe el producto impreso pero se creará su versión digital— implementa ciertos cambios en las rutinas de quienes producen ambas ediciones, ya que este medio se asume con total autonomía gozando de contenidos y servicios propios, demandando crear un diseño más apropiado para satisfacer las necesidades de este nuevo soporte pero también del nuevo usuario.

En primera instancia, en cuanto a diseño se refiere, va a cambiar el formato y diseño de las páginas, que dejarán la presentación lineal que nos proporciona la versión impresa para engrandecerse con en-

laces o links que conectados entre sí proporcionarán al lector más aspectos informativos simplificando la ampliación de las noticias. Y en cuanto a lectura, esta nueva posibilidad traerá consigo la llegada de un nuevo hábito de lectura.

Hablando en términos de interactividad, inmediatez, rapidez y calidad los medios *on-line* implementan una lectura no lineal, es decir sucede algo contrario a lo que ocurre mientras leemos un formato tradicional —entendiéndose el impreso—, ya que mientras en el *on-line* tendemos a mirar los encabezados de las noticias para determinar el artículo a leer en el impreso sucede exactamente lo contrario dejándonos impactar por los gráficos llamativos o dinámicos que cada noticia nos ofrece para tomar la decisión de leerlo. Así mismo intervienen otros factores que cambian estos hábitos de lectura como la interactividad facilitada a través de la posibilidad de acceder a otros contenidos

y profundizar sobre el tema, la inmediatez y rapidez de la que ahora podemos gozar al tener las noticias de último minuto en el portal del periódico de nuestra preferencia.

Como recordaremos, en el primer apartado de este capítulo, en el que la secuencia de las tecnologías con las que se ha alterado nuestra percepción de la imagen desemboca en el entorno *web*, se menciona que uno de los cambios que implementó esta última tecnología viene es la introducción de un nuevo lenguaje; mismo lenguaje con el que ahora ya estamos mucho más familiarizados, pero que sin descartar a aquellos que aún estén en el proceso de familiarización, se presenta una serie de determinantes a considerar durante el desarrollo y planeación de un diseño tecnológico, cualquiera del que se trate, y su correcta visualización en la pantalla. Véase glosario. —

Capítulo 2.

Diseño Editorial

El diseño editorial es partícipe en cualquier soporte de comunicación, que al ser parte fundamental de la sociedad se verá afectado por cualquier cambio en esta misma; por esta razón será imprescindible recorrer un poco de historia para entender cómo se hace posible la intervención del diseño editorial en los nuevos soportes electrónicos.

Los soportes electrónicos, a los que se les dará su debida presentación más adelante, serán consecuencia más como parte de la intervención que la tecnología tendrá en nuestro quehacer como diseñadores, nombrándose *autoedición*. El diseñador tendrá a su alcance una herramienta que le abrirá nuevos horizontes con amplias posibilidades, y por lo tanto nuevas formas y recursos para diseñar, como parte de la ola de nuevos soportes de comunicación electrónica concebidos en la actualidad.

2.1 Contexto de La aparición del diseño editorial

El diseño, como reflejo de nuestra sociedad, se verá afectado por cualquier cambio en ella, es decir, situaciones políticas, culturales, económicas, etc.; por lo cual sería erróneo decir que el diseño editorial, como una de las ramas pertenecientes al diseño sea la excepción.

El diseño editorial estará enmarcado por el surgimiento de la imprenta y de sus posibilidades en consecuencia a la demanda en la producción económica y múltiple de la comunicación escrita, causada en gran medida por el arrebato de la alfabetización de parte de una clase media culta y de estudiantes universitarios que confrontaban esta monopolización al clero. Este adelanto en la producción editorial y por lo tanto mayor acercamiento a la cultura escrita traerá a colación un avance en la sociedad, permitiendo una expansión de la cultura que facilitará la educación —siendo la alfabetización una de sus mejores consecuencias iniciales.

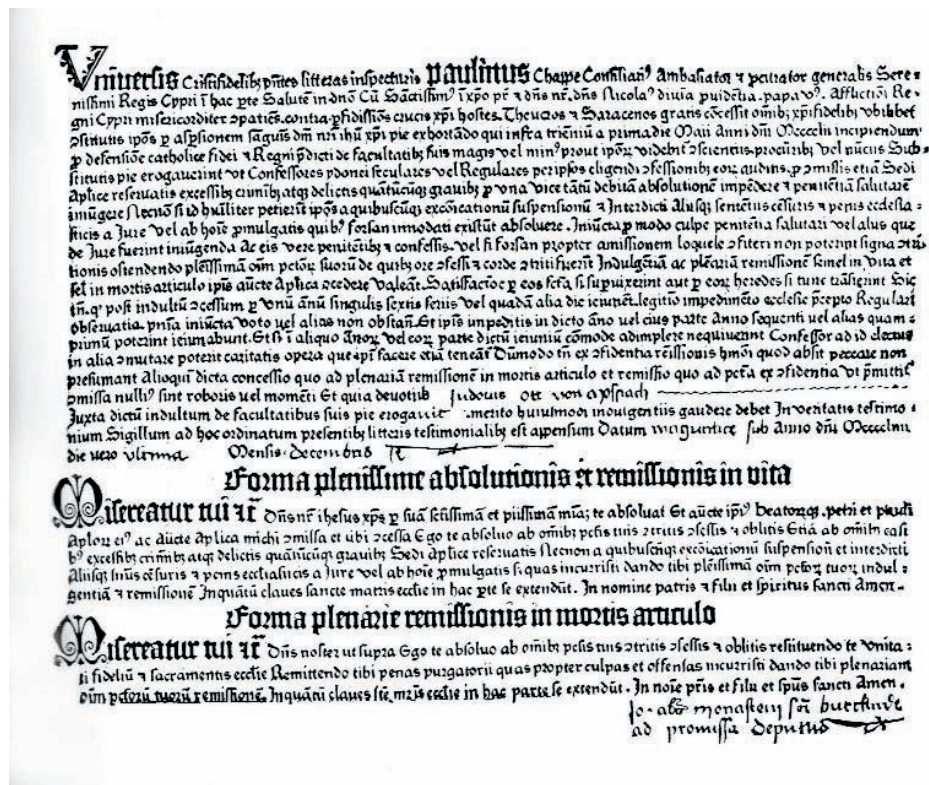
Como sabemos la imprenta tendrá lugar en 1450 gracias a Johann Gutenberg, exitoso tallador de gemas y metales exiliado de Maguncia y establecido en Estrasburgo; este cambio en la producción del conocimiento impreso no se basa a partir de la impresión en bloque —como en el caso de los libros de bloque en los que se observan las primeras composiciones impresas de imágenes y texto breve grabados en madera e impresos en los países bajos en el siglo XV, cuyos contenidos eran exclusivamente religiosos— ya que la madera era demasiado frágil, por lo que Gutenberg utilizó un metal suave para fundirse pero lo suficientemente duro para ser capaz de soportar miles de impresiones. Esta serie de ajustes en la aleación dieron como resultado la fundición de tipos independientes, móviles y reusables, con una alineación exacta gracias a que cada carácter tenía la misma altura, de tal manera que el tipo podía guardarse en cajas con compartimientos y así al momento de imprimir ir formando las líneas sacando letra por letra; aunado a unos cuantos ajustes

más para producir una densidad de tinta adecuada para el tipo de metal y la adaptación a la plancha de imprimir.

En 1454 tendrá lugar el primer diseño tipográfico e impreso, se trata de las “*Cartas de Indulgencia*”⁵ que fueron impresas durante el proceso de perfeccionamiento de Gutenberg en la impresión con tipos móviles, en las que el Papa Nicolás V emite el perdón de los pecados a todos los cristianos que habían apoyado a la guerra contra los turcos.

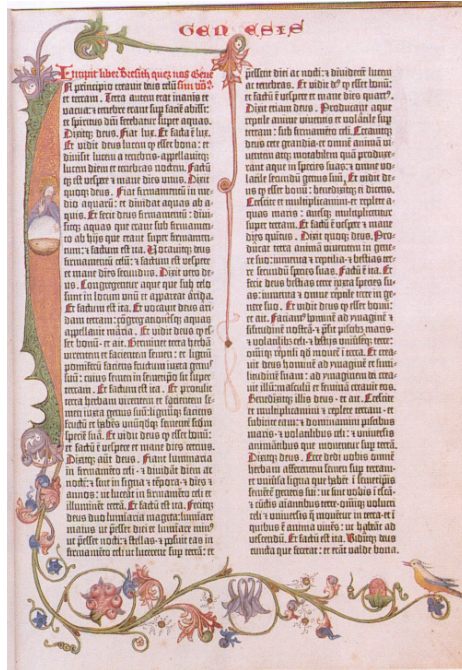
Finalmente es en 1455 cuando gracias a esta serie de gastos continuos en la investigación y perfeccionamiento es producido el primer libro tipográfico: la Biblia de 42 líneas; en la que se puede observar el resultado de una primera planeación editorial:

- el uso de 42 líneas por columna a partir de la onceava página, permitió un ahorro de 60 páginas —mismo dato que le dará el nombre—,
- planeación de los espacios en blanco para un posterior trabajo por parte del copista quien enriquecería las páginas con iniciales decorativas,
- rigurosa justificación del formato a dos columnas en vista de que las palabras en latín podían ser abreviadas libremente,
- el uso de caracteres alternos y ligaduras le permitirán alcanzar la riqueza y variedad de la página manuscrita,



Cartas de Indulgencia

5 B. Meggs, Philip. *Historia del diseño gráfico*. 1ª. Edición en español, México: Trillas, 2008, 94p



Biblia Gutenberg de 42 líneas

- uso del estilo de *valla puntiaguda*⁶ desarrollado en los caracteres, cualidad que será difícil de distinguirse de la caligrafía misma y que más tarde propiciará que esta biblia impresa se intente vender como manuscrito.

Es aquí donde se habla también de la intervención de un primer diseñador gráfico y de tipos, Peter Schoeffer,⁷ quien como asistente y capataz de Gutenberg puede ser probable que haya jugado un papel determinante en el desarrollo del formato y diseño del tipo para la Biblia de 42 líneas, ya que se desempeñaba como artista, iluminador, comerciante, y copista de manuscritos. Será este mismo personaje quien en 1457 continuará con la industria de la impresión junto a Fust, después de desplazar a Gutenberg entre líos de demandas, llegando a ser la firma más importante en el mundo y la que aportará elementos que hasta la fecha tenemos presentes en la concepción de un libro.

En este mismo año, la misma firma publicará *Psalter in Latin* —libro de Salmos—, en el que se presentan ciertos elementos como la marca comercial del impresor y de la imprenta, la fecha de publicación y el colofón; mismos que poco a poco se irán aportando hasta tener un libro más en forma, sin dejar aparte la mención de la innovación por parte de sus grandes iniciales decoradas en dos colores presentadas en esta

6 Término que describe la cualidad de los tipos: la pluma pasó a tener una posición cada vez más perpendicular con objeto de escribir letras más estrechas, lo que hizo que las letras presentaran arcos apuntados.

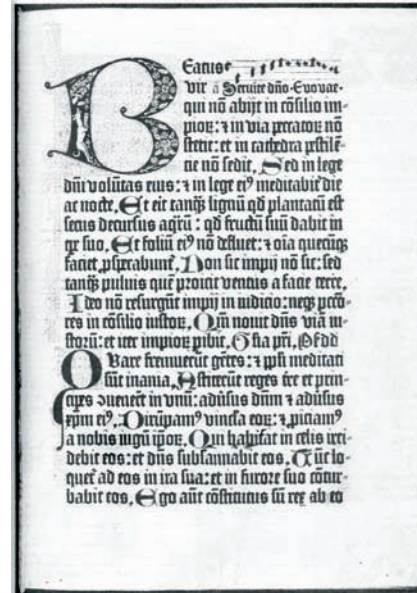
7 Ibid: 95p

misma publicación junto a otras innovaciones más como la que tendrá lugar seis años después, en 1463 al ser los primeros en imprimir la primera portada.

La propagación de la impresión estará determinada por las guerras posteriores, una de ellas propiciada por Adolf de Nassau quien con un ejército de jinetes y soldados asalta Maguncia, lugar en el que hasta ese momento se mantuvo centrada la industria de la imprenta y cuyas advertencias en otros poblados causarán que tanto comerciantes como artesanos, entre ellos impresores jóvenes, se dispersaran y establecieran con imprentas en Italia y Francia.

Cercanos al siguiente siglo, en 1495, Aldo Manuzio establece una imprenta publicando los trabajos más importantes de los grandes pensadores del mundo griego y romano, entre ellos *Hypnerotomachia Poliphili*⁸ —El sueño de Poliphili— mismo en el que se refleja una elegante armonía de tipografía e ilustración y por consiguiente una estrecha colaboración entre impresor, diseñador de tipos, autor y artista. Poco después, en 1501, el mismo Aldo Manuzio propondrá una edición de libros más pequeños y económicos publicando un primer prototipo de lo que ahora conocemos como *libro de bolsillo*.

Más adelante y entrando en cuestiones periodísticas, que como parte del diseño editorial también nos incumben, Alemania será un punto clave para el desarrollo dentro de este ámbito ya que en 1609 se imprime en Asburgo el periódico más antiguo llamado

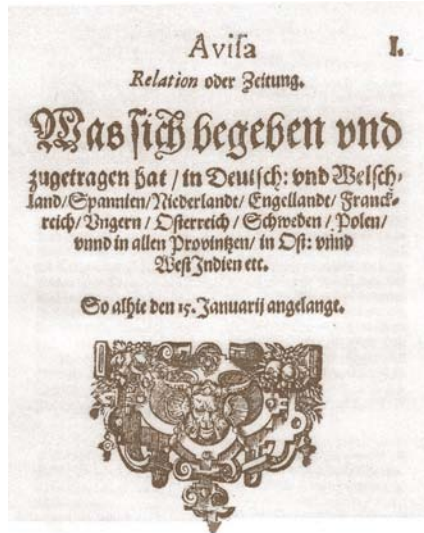


Psalter in Latin



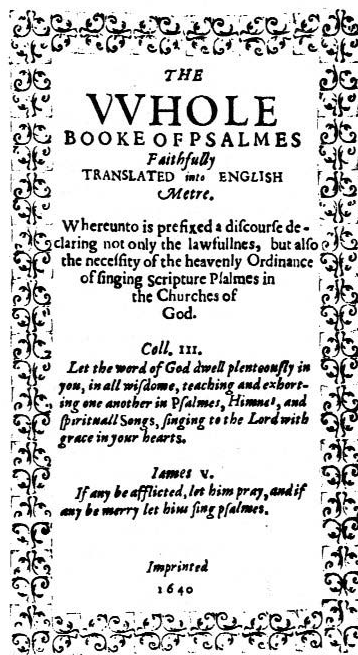
Hypnerotomachia Poliphili

8 Ibid: 132p



Gedruckt im Jahr/ 1609.

Avisa Relation oder Zeitung



The Whole Book of Psalmes

*Avisa Relation oder Zeitung*⁹ y en 1663 se publica, también en este país, *Erbauliche Monaths-Unterredungen*¹⁰ —Discusiones mensuales edificantes—, considerada la primera revista del mundo.

De esta secuencia, me extendo a intercalar otra de manera paralela a fin de presentar e inmiscuirnos así en la situación del diseño editorial en México, país con la tradición de diseño más antigua de Iberoamérica, cuya tradición comienza a partir de 1539 cuando el italiano Giovanni Paoli —conocido también por su nombre en castellano: Juan Pablos— se coloca como el primer impresor de América,¹¹ siendo enviado por Juan Cromberger —impresor de Sevilla— para viajar a México y establecer una imprenta ahí mismo a fin de ampliar su negocio a causa de la competencia entre los europeos por colonizar nuevos territorios, una vez que Cristóbal Colón ya había descubierto estas nuevas tierras.

En cuanto a publicaciones se refiere, se tiene dato hasta 1640 de la publicación de “*The Whole Book of Psalmes*” —El Libro Completo de los Salmos—¹², el primer libro diseñado e impreso en las colonias inglesas de América en cuya portada se puede observar cierta variedad tipográfica al jerarquizar y separar mediante el uso de diferentes tamaños, tipografías en

⁹ Ibid: 148p

¹⁰ Zapaterra, Yolanda. *Diseño editorial. Periódicos y revista*. España: Gustavo Gili, 2008, 23p

¹¹ Benitez, Jose Antonio. *Los orígenes del periodismo en nuestra America*. México: Lumen, 2000, 36p

¹² Blumenthal, Joseph. *The printed book in america*. Estados Unidos: Dartmouth College, 1989, lámina 1

altas, bajas e itálicas. De este momento en el que se data la primera publicación en el continente Americano nos dirigimos a México en donde el diseño editorial tendrá lugar, primeramente, en gacetas manuscritas, hojas volantes, boletines y demas publicaciones que comienzan a tener cierta periodicidad; siendo hasta el siglo XVIII, en 1722 cuando surge la primera publicación mensual mexicana nombrada *La Gazeta de México* y *Noticias de Nueva España*, formada por ocho páginas y cuyo nombre sufrió algunas alteraciones así como su publicación constante la cual fue interrumpida a los seis meses de haber salido el primer número para volver a publicarse hasta 1728.

El *Mercurio Volante*¹³ fue también una de las primeras publicaciones semanales de octubre de 1772 que trataba noticias importantes relacionadas con la medicina y la física, misma que puede considerarse la primera revista médica de América.

En 1802 tiene lugar el primer libro recreativo infantil llamado *Fábulas morales que para la provechosa recreación de los niños que cursan las escuelas de primeras letras dispuso el Br. D. José Ignacio Basurto, teniente de cura en el pueblo de Chamacuero del Obispado de Michoacán*¹⁴ escrito por el padre José Ignacio Basurto en Guanajuato; que constaba de 55 páginas y cuyo

formato era de un octavo —8.5 x 13 cm.— impreso en la Imprenta Madrileña ubicada en aquel entonces en las calles de Santo Domingo y esquina de Tacuba. Anteriormente se contaba con textos llamados catones que introducían a los pequeños y nuevos lectores a la alfabetización pero cuyo objetivo era exclusivamente didáctico; es por ello que este libro de fábulas destaca ya que sirve como ejercicio de utilidad y diversión y estaba dirigido a los pequeños ya que entre sus personajes se contaban animales, insectos, flora, artesanos, etcétera, es decir un lenguaje reconocible para los niños de Chamacuero, Guanajuato.

En 1805 se tiene cuenta de la fundación del *Diario de México*,¹⁵ que es el primer periódico diario publicado en México, mismo en el cual sus editores además de publicar avisos, vida cotidiana, adelantos de ciencias y artes y órdenes oficiales, se ocuparon de dar espacio a temas literarios, además de sociales, históricos y políticos.

Y así podríamos seguir mencionando las publicaciones que a éstos le siguieron como el *Diario Literario* y el *Pensador Mexicano* y más aun después de la independencia en donde tanto impresores como materiales impresos tuvieron gran auge en la ciudad, gracias también a la litografía, innovación técnica llegada a México en 1826 por el italiano Claudio Linati de Prevost, que ofreciendo una impresión con mayor rapidez a un bajo costo como principales característi-

13 Clark de Lara, Belem, y Speckman Guerra, Elisa (coords.).

La república de las letras asomos a la cultura escrita del México decimonónico. México: UNAM, Coordinación de Humanidades, 2005, 11p

14 Suarez de la Torre, Laura Beatriz (coord.). *Empresa y cultura en tinta y papel: 1800-1860*. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliográficas, 2001, 316p

15 Clark de Lara, Belem, y Speckman Guerra, Elisa (coords.). *La república de las letras asomos a la cultura escrita del México decimonónico*. México: UNAM, Coordinación de Humanidades, 2005, 43p

Nº 1º. Sabado 17. de Octubre de 1772.

MERCURIO VOLANTE
CON NOTICIAS IMPORTANTES I CURIOSAS
SOBRE VARIOS ASUNTOS
DE FISICA I MEDICINA
Por D. José Ignacio Barroche, Doctor Médico, del
Cátedra de esta Real Universidad de México.
PLAN DE ESE PAPEL PERIÓDICO

Barua mora est, alas pediculis strigumque potente,
Sonnigrum summissis manis, legumque capillis.
Hæc, ubi disposita patris læce natus ab arce,
Disiit in terras.

Orbit Metamorph. I. W. 671. 6C.

Se apraxta lappæ, i culis de sua alis
Et pie lappæ, culis la cubos,
Impunito la non occurrente,
Tardius se un momento lantia la tiam
Et rudo lajo de Jupiter i Meta.

Nuestra América Septentrional, esta gran parte
del mundo, tan considerable por sus riquezas, y si no lo ha
sido igualmente por la florecencia de las letras, esto es, de
los estudios i ciencias útiles, cultivadas por sus Habitantes,
es porque no podía yo solo dos siglos i medio hacer tamaños
Progresos. El error i falta de nuestros Virreyes.

Mercurio Volante 1er. número

(121)
Núm. 16. Miércoles 10. de Febrero de 1773.

MERCURIO VOLANTE,
Dedicado al Emblematista Señor
FREI DON ANTONIO MARIA BUCARELLI I URSUA,
VIRREI DE ESTA NUEVA ESPAÑA, &C. &C.
Por D. José Ignacio Barroche, Doctor en Medicina.
¿Es tan apraxta el error, tambien tan potente
otra vez? C. de Pind. L.

CONTINUACION DE LA MEMORIA SOBRE
la impertinencia de la Amnesia.

Si este es un error que al hacer se crea entera que solo sobreviene por el hábito.
Aquí se ve que, como en la memoria de la especie que hemos dicho, si que
hace comprensible en el conocimiento de su natural voluntad, sería observable
en todos los casos i acciones en lugar que en las dicitas especies se
sucorre facilmente con auxilio de los diestros enseñantes i comunicados,
que desarrollan la continua memoria en sus capullos. En donde entonces
la impetion que sobre la memoria sigue de esta especie. Otras veces
hasta más le espantoso en el hábito de la misma especie, hasta volverse
La Amnesia de la Clases, dices, especie la que más estubo i serie
desaparece, i a otros individuos, que pueden ser.

El error de la memoria en los mas sujetos i individuos del serie
de seres en la naturaleza de muchas enfermedades internas siempre se
presentativo al despertar, sobre todo en las especies de los medicamentos a
el aliento, lo i la memoria de la presente naturaleza, en lugar que en el
momento de las enfermedades obstruyentes son palpables los efectos de la
habilidad de un individuo en esta parte. ¿Qué especie más difícil
hacere no un Profesor en Cirugía, que asiste

Mercurio Volante (Último número)

DIARIO DE MEXICO
Del Jueves 14 de Julio de 1808
Un día como hoy pero de 1571, llegó a esta capital el Santo
Tribunal de la Inquisición, siendo inquisidor general el Cardenal
Espinosa, y los primeros inquisidores de Nueva España
el licenciado Cristóbal de Cervantes, que murió antes de
llegar a México y Don Pedro Moya de Contreras, que después
fue Arzobispo y Virrey. Al año siguiente entraron a la Nueva
España los Padres de la Compañía de Jesús.



EL AMOR
Oda

Al amor le suponen
Los que no le han tenido,
Un germen que produce
Placeres infinitos.
No pretendo oponerme
A tan discord juicio;
Si bien con lo contrario
Pudiera rebatirlo;
Empero diré solo
Que yo vivi tranquilo

En tanto estuve libre
De sus necios caprichos.
Mas a ellos sujétome
Mi contrario destino, y de
entonces me siento
Mal hallado conmigo.
Porque amor, en efecto,
Como Meléndez dijo:
"Todo es guerra, traiciones
Y penas y conflictos".

Atilano Rodenson

Ala Redacción del Diario ha
Allegado la petición siguiente,
firmada por Carretón, quien se
pronuncia a favor de que las
bibliotecas de la ciudad, tres
en total y según su dicho: "se
han establecido con el fin de
franquear a todo el pueblo en
general, una instrucción fácil,
cómoda y abundante..."

manezcan abiertas de noche y
los días de fiesta, para que artesanos,
mercaderes, padres de familia
y aun literatos, puedan consultar
sus acervos, en lugar de perder
el tiempo en otras actividades
como los bolos, la pelota o los
paseos por la Alameda, "que
ocupan a multitud de espectadores
sin fruto alguno".

Diario de México

EL IRIS
PERIÓDICO LITERARIO Y DE INTERÉS GENERAL.
NUESTROS PROPÓSITOS.
CRÓNICA.
GRAN REUNIÓN DE LOS
VICTOR REDONDO
BANQUE, TABIN I CORTAÑA
Pintura de Matías Gálvez
PABLO DE PINTURAS MOLIDAS
Y PERSIADAS.

EL IRIS
PERIÓDICO LITERARIO Y DE INTERÉS GENERAL.
CRÓNICA.
EN EL TEATRO.

ALMACEN DE MÚSICA
ANTONIO LEOD.
GRUPO DE FUERZA DECORADA
LIBRERIA
PAX-AUGUSTA
GRAN REUNIÓN DE LOS
VICTOR REDONDO
BANQUE, TABIN I CORTAÑA
Pintura de Matías Gálvez
PABLO DE PINTURAS MOLIDAS
Y PERSIADAS.

Historia de una vida.
FRAGMENTOS
CANTARES



El hijo del Ahuizote

cas favorecerá el auge en materiales impresos.

En este mismo año aparecerá una publicación digna de mención: *El Iris*,¹⁶ publicación reflejo de una necesidad ideológica en el que se mostrarán las primeras litografías hechas en México en febrero de 1826. *El Iris*, la primera revista literaria del México ya independizado, su edición comenzó siendo semanal y después bisemanal en la que los objetivos expuestos como en la introducción misma presenta:

*ofrecer a las personas de buen gusto en general y en particular al bello sexo, una distracción agradable para aquellos momentos en que el espíritu se siente desfallecido bajo el peso de atenciones graves, o abrumado con el tedio que es consiguiente a una aplicación intensa, o a la falta de absoluta ocupación.*¹⁷

Más tarde, en 1842, tendrá lugar “*Panorama de las señoritas*”¹⁸, revista dirigida especialmente a las mujeres en la cual se les enseñaban los deberes y obligaciones que como tales deberían asumir, la cual me causó especial curiosidad al ser reflejo del pensamiento y percepción del concepto de mujer de aquella época e indudablemente antecedente de lo que hoy conocemos como *Vanidades*, *Cosmopolitan* y *Vogue* ya que

¹⁶ Ibid: 77p

¹⁷ Heredia, José María, *Introducción*, en *El Iris*, n. 1, 4 de febrero de 1826, pág. 1.

¹⁸ Claps Arenas, María Eugenia. *El Iris. Periódico crítico y literario*. No. 21 (ene-jun), E-journal (Selecta colección, en formato digital, de revistas científicas y humanísticas editadas por diversas dependencias académicas), 2001, Disponible en: <http://www.ejournal.unam.mx/ehm/ehm21/EHM02101.pdf>

Consultada el 10 de enero de 2010

en esta publicación también se tratan temas como moda, higiene, manualidades, recetas, educación y amor, todo lo necesario para considerar lo que a una señorita le competía.

En 1868 tiene lugar la aparición de la rotativa tipográfica de Marinoni, cuyo procedimiento hará posible grandes tiradas en tiempos reducidos pero será tres años después cuando esta tendrá lugar en México, dando pie al surgimiento de periódicos como *El Imparcial*, *El Federalista* y *El Partido Liberal*. De éstos tres, el primero, surgido en 1896, fue un periódico muy fuerte que sobrevivió por varios años, iniciando su deceso al iniciar la Revolución de 1910, ya que a ese año sólo tiraba cuarenta mil ejemplares de los cien mil que solía imprimir.

Antes de continuar con esta cronología cabe destacar en 1885 la aparición de *El hijo del Ahuizote*, periódico - revista satírica mexicana peculiar por sus portadas ilustradas, que contaba con la colaboración de José Guadalupe Posada, sus contadas participaciones como ilustrador en publicaciones.

Siguiendo en 1910, aparece una revista cuya estructura y propuesta editorial pudo haber jugado un punto de partida para las publicaciones que hoy en día conocemos; denominada *Revista de Revistas*. Esta publicación es destacable ya que al manejar gran cúmulo de información de distintos rubros, la distribuye teniendo contenidos por secciones: información y efemérides, página deportiva, crónicas teatrales, letras y arte, ciencia e inventos, modas y hogar, notas extranjeras, humorística y revista de caricaturas;

misma estructura con ciertas variaciones que podemos trasladar a muchas de las publicaciones que hoy conocemos. En cuanto a composición alterna juegos tipográficos, dibujos, mapas y fotografía de tal manera que casi no presentaba páginas con la única presencia de texto, algo que indudablemente agradeció el lector, además de presentar variedad en el uso de columnas y tipografía, aunado al empleo de jerarquía tipográfica y aire entre líneas.

Hablando del ámbito editorial en la producción de libros, estos tendrán auge poco después de la fundación de un gran número de editoriales, entre ellas el Fondo de Cultura Económica en 1934, que para su funcionamiento demandarán el trabajo del diseñador tanto para diagramación como para portadas.

En este sector cabe mencionar que entre 1940 y 1960 se comienzan a construir escuelas de forma inimaginable, de tal manera que en promedio se construye una escuela por día, proponiendo Jaime Torres Bodet, Secretario de Educación, ante tal demanda generar un libro de texto gratuito para las escuelas primarias, surgiendo así el primer libro editado en 1960 una vez que el presidente Adolfo López Mateos aprueba dicha iniciativa.

Para la edición y, en consiguiente, producción de los libros de texto fue necesario formar una comisión multidisciplinaria en la que se integrarían historiadores, politólogos, poetas, novelistas, matemáticos, etc.; así como artistas plásticos —siendo invitados para diseñar las portadas—, y diseñadores que participarían en el diseño editorial, ilustración y diagramación.

Aunado a este suceso en el sector de la educación en México, empresas privadas comienzan a trabajar en láminas de apoyo didáctico (que hoy conocemos como monografías) que consisten en ilustraciones descriptivas y textos explicativos al reverso de la lámina.

Cabe destacar que es en 1960 donde tendrá lugar un hecho importante y bastante conocido por todos que traerá consecuencias favorables para la producción editorial en nuestro país y con ello la necesidad de intervención de diseñadores editoriales. Este hecho se contextualiza por el desarrollo de la actividad industrial y económica en México, como consecuencia de las leyes de mexicanización; es decir, se pinta un mejor panorama económico e industrial contribuyendo esto al crecimiento de la población, trayendo consigo la demanda de todo tipo de servicios, entre ellos el educativo.

Así también sería inevitable hablar del auge del diseño mexicano sin mencionar dos sucesos que contribuyeron enormemente a esta disciplina:

- la Ciudad de México como la sede de los Juegos Olímpicos de 1968, en el que surge una vez más esa afluencia de multidisciplinaria entre arquitectos, diseñadores industriales, diseñadores gráficos, diseñadores de interiores, etcétera, quienes se ocupan de crear la imagen en torno a semejante evento, todo ello coordinado por el Arquitecto Ramírez Vázquez, en el que participaron Beatrice Trueblood, como Directora del Departamento de Publicaciones y Eduardo Terrazas como Director de arte; para crear el siste-

ma de comunicación que constaba de señalética, publicaciones, soportes informativos, vestimenta, etc.¹⁹

- la señalización e iconografía realizada por Lance Wyman para el Sistema de Transporte Colectivo - Metro de la Ciudad de México, realizado entre 1968 y 1971.

Y finalmente el surgimiento de periódicos como *Excélsior* (de donde más tarde surgen *Proceso*, *Uno más uno* y la *Jornada*) y *Reforma*; de este último que decide en 2005 iniciar una nueva etapa rediseñando su estructura y diseño, siendo su objetivo “el lector de los próximos años”, aportación sumamente importante por parte de este medio, presentando así una distribu-

ción de contenidos que consta de 50% textos y 50% imágenes a color; integrando también infografías para explicar situaciones económicas, políticas y sociales, evidentemente requiriendo de un gran número de diseñadores gráficos para el posterior desarrollo de secciones trabajando bajo un estricto manual de estilo.

Todo es parte de un ciclo de demandas de comunicación, por una parte de lo que la sociedad va exigiendo así como de lo necesario para que la producción de dicha exigencia sea posible; es decir, si no hubiera surgido la necesidad de tener por escrito la historia, hoy no tendríamos libros y en su lugar sólo llegaría a nuestros oídos, a estas alturas, historias ya bastante deformadas de una realidad fidedigna. —

19 Gómez-Mascaraque, Ma. Teresa. *Autoedición y sistemas electrónicos de composición*. Madrid: Paraninfo, 1988, 77p

2.2 Autoedición

La autoedición, como se titula este apartado, será otra consecuencia más del cambio y de las demandas de una sociedad que se encuentra inmersa en un constante cambio, habrá que evaluarlo como una demanda más a raíz del surgimiento de la computadora y los nuevos paradigmas que este nuevo dispositivo trae consigo. Como se menciona en el primer capítulo, la tecnología llega a implementarse poco a poco en todos los ámbitos y uno de ellos, el que más nos compete: el diseño.

Antes me sirvo clarificar el significado, dejando de lado la bruma de la aparición del ordenador, de la palabra *autoedición*, a la que también se le denomina Desktop Publishing ó DTP:

*conjunto de recursos informáticos que permiten el diseño, la composición y la impresión de publicaciones asistidas por ordenador*²⁰

entendiéndose por recursos informáticos los distintos dispositivos y periféricos como: disco duro, impresora, ratón (mouse), tarjeta de gráficos, monitor, scanners y los programas de autoedición.

Cabe aclarar que este es un término relativamente reciente, paralelo a la edición digital, que marca una etapa importante en el diseño ya que se conciben sistemas y *software* específicos tanto para la combinación de gráficos y textos como para su materialización a través de otros dispositivos que más tarde tendrán lugar.

La autoedición se desencadena en enero de 1985 gracias a cuatro empresas que marcarán un punto de partida importante: la salida al mercado de la computadora Macintosh y la impresora Laserwriter por parte de Apple; el desarrollo del lenguaje postscript de Adobe Systems, lenguaje que interpreta y ejecuta comandos establecien-

20 Gómez-Mascaraque, Ma. Teresa. *Autoedición y sistemas electrónicos de composición*. Madrid: Paraninfo, 1988, 77p

do una serie de instrucciones precisas al dispositivo de salida, llámesele a éste impresora, mismo lenguaje que estará incorporado en la impresora de Apple; el fabricante y distribuidor de equipos de composición tipográfica Linotype, otorga su licencia de tipos a Adobe; y finalmente el desarrollo de un nuevo *software*, Page Maker, por parte de la Corporación Aldus, en el que por primera vez se hace posible la manipulación tanto de gráficos como de tipos dentro de una página, implicando esto pleno control al operador del equipo.

La pregunta que entonces surge es ¿cómo afecta el fenómeno autoedición al diseño?, es evidente este cambio del cual ya fuimos testigos, se trata del poder de los programas de autoedición sobre los métodos tradicionales en los que para hacer cualquier modificación se tenía que acudir con el montador para despegar y pegar nuevamente el original mecánico y continuar con el trabajo. Ahora bien, el proceso se ha reducido y también se ha facilitado, pero no se ha solucionado; el *software* de edición es una herramienta más del diseñador con la que se le facilitan modificaciones como la variación en tamaño de imágenes, tipografía, cuerpos de texto, etc., una vez iniciado el proceso de diseño; es decir, los pasos que antes se tenían que seguir para hacer las modificaciones respectivas se han reducido,

ya que ahora el diseñador tiene más posibilidades de control sobre el proceso pero la autoedición no implica una solución de diseño.

El diseñador ahora ve transformado su quehacer ya que con el desarrollo de marcas como Apple y Adobe Systems, el primero mundialmente conocido por su singular sello en el diseño y producción de equipos electrónicos y el segundo encargado de producir *software* para la edición de imagen digital en sus diferentes necesidades; ambas empresas que año con año actualizan sus productos enfocados principalmente a las áreas de desempeño del diseño, y que diversifican y especializan el quehacer del diseñador.

Con estas implicaciones el diseñador se enfrenta entonces con formatos de archivos, archivos nativos, imágenes vectoriales, tipografías True Type, tipografías Open Type, espacios de color, calibración de monitor, corrección de imágenes, todo esto que ahora deberá ser parte del conocimiento del diseñador a fin de poder crear diseños capaces de producirse. No cabe duda que con la intervención de la tecnología se amplía el control del diseñador pero con ello también se demanda un profesional que se mantenga en constante actualización y siempre a la par del avance tecnológico.

2.3 Diseño editorial y los soportes electrónicos

Con la llegada de la autoedición, se abren a su vez otras posibilidades, y en vista de que la tecnología sigue evolucionando e invadiendo todos los ámbitos de la vida cotidiana, como ya se explicó en el primer capítulo, poco a poco vemos surgir los sitios *web* como un medio de comunicación primordial con el que muchas empresas comienzan a ofrecer sus servicios a través de internet, contándolo como un medio más para expandir su cartera de clientes, estableciendo una comunicación que traspasa las fronteras físicas.

Es evidente la inmersión de las empresas dentro de Internet, medio que ofrece una mayor difusión por un costo relativamente bajo, es decir, un sitio *web* puede ser visitado desde cualquier parte del mundo, aunque cabe destacar que es este sujeto —el visitante— quién tendrá que pagar por este servicio para poder acceder a la información de determinada empresa.

En el ámbito editorial la tecnología comienza a hacerse notar por la inmersión de nuevos soportes multimedia, ya que son muchos los medios impresos que poco a poco se están desplazando hacia el modo electrónico, pues esta es una forma más de conseguir nuevos lectores:

Internet es sobre todo un medio que apoya la actividad tradicional. Ha servido y sirve para facilitar la comunicación entre los distintos agentes del sector, creando líneas directas y en tiempo real óptimas para pedidos y devoluciones, entre las librerías y el mayorista, entre el distribuidor y el editorial... Y sirve, sobre todo, como medio de promoción de los libros tradicionales, los libros en papel por la generalización de website de editoriales, librerías o distribuidoras como otro escaparate más para publicitar su producción o actividad; asimismo en los últimos años se ha favorecido la inclusión en estas direcciones virtuales de fragmentos de los libros

*impresos, además del índice, o el extracto o críticas y recomendaciones, como medios de promoción para incentivar su venta.*²¹



www.eluniversal.com.mx

Hablábamos ya de que un primer salto de las publicaciones impresas a Internet se trataban de prototipos en los que la experiencia *on-line* se limitaba a versiones electrónicas con ciertas interfaces, pero lo cierto ahora es que hay publicaciones que muestran un tratamiento diferente de contenidos tanto para su versión impresa como para su versión electrónica, y con mayor razón puesto que en la versión electrónica se aprovechan las posibilidades que este soporte brinda. Citemos ahora el caso del periódico El Universal, que en su versión *on-line* ofrece grandes atractivos por los cuales es el periódico mexicano con mayores visitas en Internet,²² su actualización minuto a minuto, servicio de hemeroteca en el que se le permite a los lectores visitar los contenidos desde 1999, posibilidad de brindar consulta de reportajes en video, interactividad en su sección *región x región* en la que podemos enterarnos de las últimas noticias por entidad, fotogalerías temáticas, así como interacción con el lector gracias a los chats, foros y blogs que ofrece este mismo portal.

Ahora vamos del portal de un periódico a las publicaciones *on-line*, llamadas *e-zines*, cuyo antecedente fueron las *'zines* (o *fanzines*) que comenzaron siendo pu-

21 Bustamante, Enrique (coord.). Comunicación y cultura en la era digital. Barcelona: Gedisa, 2002, 54p

22 v. <http://www.alexa.com/siteinfo/eluniversal.com.mx> (Alexa.com una compañía dedicada a proporcionar información sobre la web cuyos datos son actualizados diariamente)

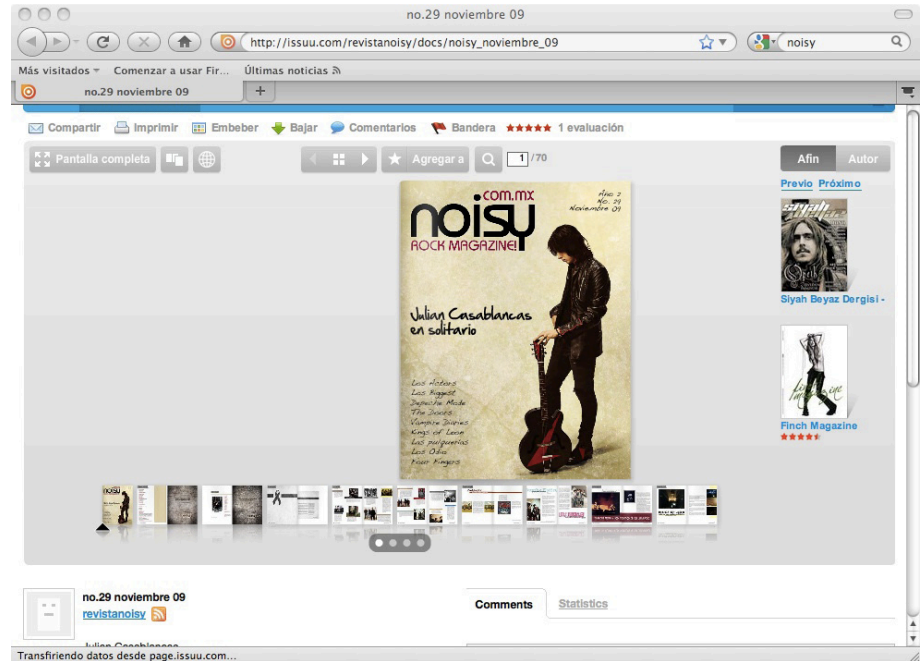
blicaciones *underground* que mostraban un tratamiento alternativo de contenidos y gráficos cuya distribución era local, ya fuera mediante correo y entre amigos. *E-zine* puede nombrarse a una publicación autoeditada distribuida de manera electrónica ya sea por Internet o distintos dispositivos de almacenamiento.

Algunas publicaciones que cuentan con versión impresa lanzan su sitio *web* de suscriptores con el único objetivo de asegurar o captar suscriptores, mostrando en su sitio sólo contenidos muy reducidos con la intención de generar un comprador potencial; así como también hay revistas que ofrecen gratis su contenido obteniendo ingresos de la venta de contenidos, suscripciones a la publicación, publicidad y patrocinios.

Citemos ahora el caso de dos revistas digitales mexicanas, ambas consideradas digitales, aunque mientras una se mantiene un tanto al margen de lo multimedia, evidentemente la otra explota al máximo el nuevo soporte en el que se presenta:

- Noisy

Revista digital mensual que esta disponible de manera gratuita en su sitio *web*, que pone a disposición del lector herramientas que facilitan la navegación de la revista, como buscador de contenidos, herramienta de zoom para una mejor lectura del usuario, disposición general de las páginas de la revista, así como la posibilidad de compartir y enviar ciertas páginas a nuestros amigos.



Revista Noisy



Reporte Indigo

- Reporte Indigo

Nacida en noviembre del 2006, revista digital que inició ofreciendo información de Monterrey y que ahora saca su versión para el Distrito Federal, esta revista explota al máximo los recursos multimedia ya que ofrece contenidos enriquecidos con animaciones, audios, infografías interactivas, publicidad y reportajes en vídeo, y es ahora distribuida semanalmente sólo a sus suscriptores mediante correo electrónico.

Finalmente nos encontramos con los boletines electrónicos o también llamados *newsletters*, cuyo alcance puede establecerse iniciando como un medio de comunicación interna de una empresa hasta un enlace entre el usuario y la empresa, manteniéndole al tanto de sus novedades y contribuyendo a un mejor flujo de navegación por el sitio *web* del que proviene.

Citemos el caso de tres *newsletters* de páginas a las que estoy suscrita y que llegan con cierta regularidad a mi bandeja de correo electrónico: FOROALFA, foro de discusiones en torno al diseño; Sexto Piso, editorial independiente y la agenda semanal del Centro Cultural de España.

Cada uno muestra un manejo distinto de la información y, por ende, una estructura funcional de acuerdo a los fines que persigue cada boletín, lo que nunca deja de ser evidente es que nos quiere mantener al tanto de las novedades que podemos encontrar en el sitio *web*. Son tres ejemplos distintos de comunicación a través de un *newsletter*, cuya característica principal es que establecen cierta familiaridad con la página *web* de la que provienen y los únicos elementos presentes son muy parecidos a la estructura general de una página *web*, éstos son:

- *header*,
- cuerpo, y finalmente
- *footer*.

Nayeli Espinosa Rangel para usuario [mostrar detalles](#) 21:17 (0 minutos antes) [Responder](#)

FOROALFA

Nayeli Espinosa → [Editar perfil y preferencias](#)

DIEZ+DIEZ DISEÑO
Cuando el hormigón invita a sentarse
 MADRID | DOVE: una familia de bancos con perfil genético y múltiples alternativas de uso.

5 DE JULIO BUENOS AIRES **FOROALFA** **VACANTES LIMITADAS**
 LEBENDIKER DEL VECCHIO GARCÍA CASSISI

ÁLVARO ALONSO
La agencia virtual de diseño
 SANTIAGO | La tecnología permite desarrollar un nuevo modelo organizativo y de gestión para brindar servicios de diseño.

ZULEMA GARCÍA
Cómo diseñar el negocio de diseño
 BUENOS AIRES | Para abrirse paso en el mercado actual, conseguir clientes y obtener retribuciones justas hay dos

DEBATE Clarín.com: ¿mejor o peor?
 El periódico argentino de más tirada introdujo cambios importantes en el diseño de su sitio Web. ¿Es mejor o peor en relación al anterior?

PATRICIA A. BOSCH ESTRADA
Diseños que duran poco
 OLIVOS | El diseño arquitectónico de stands para ferias y exposiciones plantea el difícil desafío de dejar

Boletín electrónico o *newsletter*, FOROALFA

Nayeli Espinosa Rangel para usuario [mostrar detalles](#) 22:05 (3 minutos antes) [Responder](#)

sextopiso editorial [Prensa](#) [Translation Rights](#) [Distribuidores](#) [Política Editorial](#) [Contacto](#) [Inscribete](#)

Jis y Trino en la librería Profética, Puebla

Editorial Sexto Piso y la Librería Profética, Casa de la Lectura te invitan a la presentación de *Asuntos moneros. Cartas 1997-2009* de los dos moneros más geniales de nuestro país: Jis y Trino.

Participan: Jis y Trino
 Fecha: Miércoles 8 de noviembre
 Hora: 19:00 horas.
 Lugar: Librería Profética, Casa de la Lectura
 Dirección: 3 Sur 701, Puebla.
 =entrada hasta completar e aforo.



JIS y TRINO.

Presentan su nuevo libro
ASUNTOS MONEROS
 el próximo
MIÉRCOLES 18
 de noviembre
19 HORAS
 en
PROFÉTICA
CASA DE LA LECTURA
 3 sur 701, Puebla

Boletín electrónico o *newsletter*, Sexto Piso Editorial

Nayeli Espinosa Rangel para usuario [mostrar detalles](#) 21:10 (7 minutos antes) [Responder](#)

Entrada libre hasta completar aforo | Programación sujeta a cambios

Junio | 10
 Novedades de la semana

centro cultural de España
 somoscooperaciónespaña/ola

lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo	próximamente
<p>14</p> <p>Encuentros Culturales: mesa "El cine mexicano: ¿al borde de un ataque de nervios?" Humanidades 19:00 horas</p> <p>Escucha todos los lunes a las 17:00 horas la agenda de la semana en www.ccemx.org/radio</p> <p>Escúchalo en vivo en www.ccemx.org/radio</p>	<p>15</p> <p>Miércoles de Jazz & Tapas Música + Terraza 22:30 horas Luri Molina. Jazz contemporáneo</p>	<p>16</p> <p>En pausa Artes escénicas 20:00 horas</p> <p>Jueves efervescentes Música + Terraza 22:30 horas Perrozompopo (Nic) + Juan Pablo Villa (Mx)</p> <p>Escúchalo en vivo en www.ccemx.org/radio</p>		<p>18</p> <p>Clínicas. Dibujo digital Formación 15:00 Inscripción cerrada</p> <p>Presentación del libro <i>Polimorfía. Arquitectura y sexualidad en Playboy durante la guerra fría</i> de Beatriz Preciado Mes de la diversidad sexual 19:00 horas</p> <p>Escúchalo en vivo en www.ccemx.org/radio</p> <p>Eurosoundlab+ D. Lozano (Esp) Europa en México Master Class 19:30 horas</p>	<p>19</p> <p>Animusal Taller Para niñas y niños 12:00 horas</p> <p>Yola Otra Artes escénicas 19:30 horas</p> <p>Los sábados Música + Terraza 21:00 horas Selector invitado</p>	<p>20</p> <p>ABC del Rap en Boom Bap Taller Para niñas y niños 12:00 horas</p> <p>Mesa redonda "Discursos identitarios, masculinidad y feminidad en la diversidad sexual" Mes de la diversidad sexual Miércoles 23 de junio 19:00 horas</p> <p>Mesa redonda "Conquistas en el ámbito legislativo en materia de diversidad sexual" Mes de la diversidad sexual Jueves 24 de junio, 18:00 horas</p>	<p>21</p> <p>Conferencia "La gramática de las exposiciones" Humanidades Martes 22 de junio, 18:00 horas</p>

Boletín electrónico o *newsletter*,
 Agenda semanal Centro Cultural de España

Capítulo 3_

Proyecto

Aterrizando ahora en el proyecto gráfico que conforma esta tesina, el boletín o *newsletter* es una publicación que se caracteriza por ser un soporte bastante ligero y esencial que es ahora tomado como víctima para reflejarnos los procesos que se han diversificado en el quehacer del diseñador.

Esta diversificación de tareas es la misma que tendrá cabida al observar los procesos de producción tanto de una publicación impresa como electrónica pueden ser hasta cierto punto comparables, dando pie a puntos de comparación en los que cada publicación —entendiéndose por un lado la impresa y la electrónica por el otro— ofrece pros y contras; mismos que tendrán lugar más adelante con el único propósito de mostrar los retos que van generando las innovaciones que surgen día a día y que sugieren ponernos en constante actualización para intervenir en ello.

3.1 Abordando el diseño editorial desde la perspectiva tecnológica

Inevitable es hablar de cómo se ha diversificado ahora el conocimiento y las áreas de participación del diseñador editorial en la actualidad, es por ello que, en este apartado me daré a la tarea de exponer cómo se ha visto afectado el nuevo panorama que ahora se vislumbra para el diseñador editorial durante cada proceso.

Los procesos de producción y las áreas que intervienen en una publicación son las mismas tanto para una publicación electrónica como para la impresa; es decir, las áreas se hacen nombrar de la misma manera aunque los actores que participan en cada una de ellas intervienen de manera distinta —es aquí donde me extenderé en lo que a diseño se refiere, y por obvias razones, en vista de que es el objetivo de esta tesina—:

- **Área editorial**

incluyéndose aquí los procesos de edición, corrección y cotejo de la información a publicar;

- **Área de diseño**

la cual se encargará de elaborar la presentación final al usuario/lector, es decir, llevará a cabo la distribución de la información, selección de paleta tipográfica y cromática, guiando la lectura del usuario/lector por la publicación a fin de hacerla digerible; incrementando con ello una buena difusión y fomento del interés por dicha publicación; la principal diferencia radicará en el *software* que empleará el diseñador, ya que InDesign —programa destinado para la maquetación de textos— sería el caso de la publicación impresa mientras que para la publicación electrónica será Dreamweaver —*software* destinado para la creación y edición de entornos *web*.

Ahora bien, en el área de diseño lo que nos compete es centrarnos en cómo se da la intervención de un diseñador editorial durante el desarrollo de una publicación electrónica como suce-

de con el boletín electrónico; el proceso de diseño es distinto, ya que ahora no hablamos de tener en mente el producto final como material físico —entiéndase impreso— sino planeándolo en vista de que éste será un producto que el usuario visualizará mediante un monitor, es decir ahora se diseñará para un usuario y no para un lector. Este tipo específico de diseño sugiere ahora una compleja relación entre los medios a utilizar y el aspecto y distribución que éstos mismos tendrán en la interfaz, dando como resultado el comparativo (ver tabla 1) que expone los principales factores diversificados.

• **Área de producción**

aquí es en donde los integrantes intervienen de manera distinta para cada una de las publicaciones: en una publicación impresa a ésta área le competaría cotizar los costos de impresión, así como supervisar

Comparativa	Publicación	
	Impresa	Electrónica
Dirigido a	Lector	Usuario
Software a usar	Adobe InDesign	Adobe Dreamweaver
Disposición de elementos para diseñar	Tipografía e imágenes	Tipografía e imágenes —pudiendo considerar imágenes dinámicas, audio y video—
Soporte de diseño	Material impreso	Interfaz

Tabla 1

el proceso de pre-prensa y acabados; en el caso de la publicación electrónica hablaríamos de supervisar el correcto funcionamiento de la interfaz así como una óptima visualización en la *web*.

Siguiendo con los distintos aspectos que dan cabida en esta comparativa entre ambos tipos de publicación, es ahora cuando la comparación comienza a tomar dos caminos separados; hablando del caso de la producción de las publicaciones electrónicas, en cuanto a costos y tiempos, hablamos de parámetros diferentes para cada una:

Una vez publicadas y distribuidas, cada una con sus medios pertinentes, podemos tener la informa-

Inversión	Publicación	
	Impresa	Electrónica
Costos	Distribuidos en impresión y papel, dependiendo del tiraje de la publicación así como costos de distribución.	Distribuidos en el servidor, digitalización de material a publicar, pruebas de interfaz, mantenimiento y costos de reproducción, según sea el caso.
Tiempo	Mayor margen entre la fecha de cierre y la de su publicación puesto que la fecha de entrega a imprenta debe ser inamovible para su puntual publicación.	Menor tiempo de producción por lo que la fecha de cierre es más próxima a la de su publicación.

Tabla 2

ción en distintos parámetros y las ventajas que cada publicación nos brinda como usuarios/lectores (ver tabla 2).

Ahora veamos, con el cuadro comparativo, el caso específico de la *Revista Noisy*, ya mencionada en el capítulo anterior, en el que se comparan las situaciones en cuanto a costos en contraposición de sus resultados —reflejados en el número de lectores al mes— tanto en su versión electrónica como de su suposición ante su existencia en versión impresa (ver tablas 3 y 4).

Estos cuadros comparativos solo nos dejan ver cómo el diseñador tiene ahora que diversificar su conocimiento y mantenerse a la vanguardia de la tecnología que interviene en su entorno. Es indiscutible, el

	Caso <i>Revista Noisy</i>	
	Impresa	Electrónica
Costos mínimos de producción mensual	\$45,650 Portada: Couche brillante de 150grs. Interiores: Couche brillante de 90grs. Páginas: 48 mas forros Tamaño final 21.5x14cms. Tintas: 4 x 4 Offset Acabado: Plástico brillante en 1ª. y 4ª. de forros, grapa al lomo, refine y empaque	\$1,500 Gastos de hosting y dominio de sitio web (uso de software libre para el desarrollo de la revista en su versión electrónica)
# de lectores al mes	10000 ejemplares son equivalentes a un mínimo de 10,000 lectores	Número mínimo de visitas registradas en el servidor 3,500

Tabla 3

quehacer del diseñador editorial en las publicaciones electrónicas sigue teniendo cabida —sin entrar en discusiones ante la sustitución de los medios impresos por los electrónicos que nos dejan en las mismas dudas—, es claro decir que el diseñador editorial no dejará de existir mientras exista información que transmitir y comunicar.

Característica	Publicación	
	Impresa	Electrónica
Portabilidad	Como publicación impresa se puede llevar y leer en cualquier parte.	Es necesario un dispositivo de almacenamiento, una computadora e Internet para tener acceso.
Interacción con la información	Escribiendo un correo a la publicación para externar o comentar sobre lo publicado.	Posibilidad de participación de los lectores/usuarios mediante chat, foros y blogs, etc.
Almacenamiento y disposición de la información	Presenta sólo la información de la publicación en curso.	Brinda información contextual, se pueden consultar artículos de publicaciones pasadas.
Actualización	Determinado por la periodicidad de la publicación.	Constante.
Conservación	Física.	Alojada en algún servidor o material físico (CD).

Tabla 4

3.2 Determinaciones para la propuesta de boletín electrónico (*newsletter*)

El boletín electrónico o *newsletter* es una publicación electrónica proveniente de un sitio *web* cuyo destino es la bandeja de correo electrónico del suscriptor del sitio *web*; es un soporte cuya única función es la de actuar como puente entre el usuario y un sitio *web*, generando un interés en éste con la expectativa de poder contarle como uno más de los visitantes del sitio *web* del que proviene. Al ser tan ligero y sencillo debe ser capaz de captar la atención del usuario mostrando las novedades e información que pueda serle útil de acuerdo al público que tratamos de acercar, misma razón por la cual deberá tener cierta familiaridad con este último para no perder a nuestro usuario en algún punto intermedio. Es decir, manejar el mismo lenguaje visual además de integrar elementos que en un sitio *web* son esenciales, evitando que el usuario se sienta desubicado al saltar de un soporte a otro:

- *Header*. Llamado también cabecera, ubicará al usuario ya que usualmente es en este módulo donde se encontrará el logotipo, identidad o nombre del sitio *web*.
- *Body*. Cuerpo ó contenido del boletín.
- *Footer*. Es el módulo final de la estructura del boletín, en él es recomendable ubicar los datos de suscripción/desuscripción —sección llamada *disclaimer*, que contiene los datos legales, términos y/o condiciones de uso; indispensables para no ser detectados como SPAM, lo cual impediría que el boletín no llegue a su destino— así como direcciones *web*.

Como sucede con cualquier diseño, durante su desarrollo y planeación siempre hay ciertos aspectos que debemos tomar en cuenta, ya que el no considerarlos podría ocasionar un resultado inesperado en nuestro diseño final, es por ello que si nos remitimos al glosario, al final de esta tesina, encontraremos una serie de términos a los cuales se hace referencia en el primer capítulo como el conjunto

de determinantes a considerar durante el desarrollo y planeación de un diseño tecnológico, y que como ahora corresponde, serán retomados y trasladados en el caso específico durante el proceso de diseño de un boletín electrónico o *newsletter*.

Ancho de banda: factor que determinará la velocidad con la que podremos visualizar el boletín, para lo cual habrá que hacer un previo estudio de las posibilidades tecnológicas del usuario final, tratándose aquí de una conversión igualmente proporcional en la que entre mayor sea el ancho de banda de la conexión del usuario, más rápida será su visualización.

Caché: tratándose de un diseño que emplea elementos que tienen que estar alojados en un servidor y cuyas pruebas tienen que hacerse en un navegador de Internet, para ver reflejadas las últimas modificaciones, es importante borrar el caché del navegador que estamos utilizando, ya que en ciertas ocasiones éste guarda memoria de elementos anteriores que al no ser eliminados podrán mantenerse intactos y por lo tanto reflejarnos una modificación errónea durante la etapa de prueba del boletín.

DPI (dots per inch): (puntos por pulgada) refiriéndonos a las imágenes que conformaran el boletín, éstas deberán tener una resolución de 72 dpi, que es la resolución de pantalla, mismo que garantizará la correcta visualización del mismo.

Formato: el formato dependerá de los elementos a presentar en el boletín, si hablamos de un boletín compuesto por imágenes el formato JPEG es el formato idóneo para el diseño visualizado a través de una pantalla, aunque lo primordial será un PNG considerando el boletín como una vertiente de diseño *web* o multimedia.

Navegador: nunca hay que descartar a nuestro usuario, por lo mismo debemos diseñar pensando en cualquier posibilidad y por ello habrá que considerar una etapa de pruebas hasta obtener una correcta visualización en distintos navegadores, ya que de éstos podrán dejar nuestro boletín intacto o completamente irreconocible a nuestro diseño inicial.

Píxel: como el elemento más pequeño de imagen, habrá que cuidar, durante el tratamiento de las imágenes a presentarse en el boletín que éstas tengan la resolución suficiente como para que el píxel del que están compuestas no sea perceptible.

Plug-in: hay casos en los que los navegadores tienen plug-ins propios que se pueden emplear como herramientas para complementar la funcionalidad del boletín.

Resolución: interviene en el proceso de edición de las imágenes, mismas que tendrán que tener una resolución de 72dpi para una óptima visualización.

RGB: modo de color de las imágenes que formarán parte del boletín.

Servidor: los elementos presentes en el boletín deberán estar alojados en un servidor para que el usuario, sin importar su ubicación, pueda visualizarlos; para ello debemos constatar la calidad del servidor así como el espacio y la buena estabilidad del mismo.

Tiempo de descarga: aquí habrá que hacer una evaluación, ya que este factor trabaja en una triada en la que también intervienen el ancho de banda y la resolución: la resolución de los elementos visuales determinará el peso total del boletín o *newsletter*, que a su vez intervendrá en el tiempo de descarga del mismo dependiendo del ancho de banda del que disponga nuestro usuario. Lo primordial será que el boletín tenga un peso ligero, ocasionando así un menor tiempo de descarga —recordemos que el usuario *web* es un usuario un tanto impaciente en el que el hecho de no obtener algún material de su interés de manera inmediata, podrá ocasionar acciones desfavorables para nuestro boletín, como el de cerrar la ventana donde lo visualiza.

Ahora dejando de lado los aspectos técnicos durante el desarrollo de un *newsletter* o Boletín electrónico, me centraré ahora a exponer los principales principios a considerar durante el desarrollo del diseño de un soporte electrónico que muestran «a la medida»

lo que como diseñadores debemos ofrecer a nuestro ahora usuario, específicamente en este soporte:

- No desubicar al usuario, es decir, mostrar elementos reconocibles de la página *web* de donde provendrá, utilizando este un punto a nuestro favor haciendo que el usuario se sienta de inmediato familiarizado.
- Señalizar claramente las posibles acciones que se pueden ejecutar
- Anticipar las necesidades del usuario y ofrecerle autonomía a través del control de las acciones
- Proporcionar consistencia al diseño visual y a los elementos que lo componen
 - Contar con elementos coherentes, sencillos y claros.
- Jerarquizar la visualización de los elementos dentro de la interfaz
- La tipografía, el espaciado y el aire dentro de la caja tipográfica siguen siendo elementos importantes para el diseño en este medio, aunque con parámetros distintos: el puntaje de la tipografía no deberá ser menor a 11pts, y el interlineado deberá contar con suficiente aire como para no mostrar abigarramiento en el diseño —una opción viable es utilizar un 30% mayor al valor del puntaje— evitando obtener un resultado visual pesado y difícil de leer, ocasionando rechazo por parte del usuario.
- Es importante también incluir la opción “desuscripción” en el boletín, y darle la opción al usuario para dejar de recibir dicho boletín.

3.3 Bocetaje

En esta ocasión se trata de un boletín electrónico a diseñar para difundir las novedades editoriales de la Editorial Otras Inquisiciones, cuya intención es darle mayor circulación a los contenidos ya existentes en el sitio *web*.

La Editorial Otras Inquisiciones está ligada a la historia de la revista *Algarabía*, debido a que la revista marcó la pauta a seguir en cuanto a estilo, temas y la forma de abordarlos. Con el tiempo, el interés por la revista creció de tal manera que la idea fue editar libros con los temas publicados en *Algarabía*, así que hoy en día dicha editorial cuenta con cinco colecciones y otros títulos entre los que se tienen un total de 35 títulos, a los que se suma una novedad cada mes, es por ello que mantener al lector al tanto de estos nuevos títulos es primordial para la difusión de estas publicaciones.

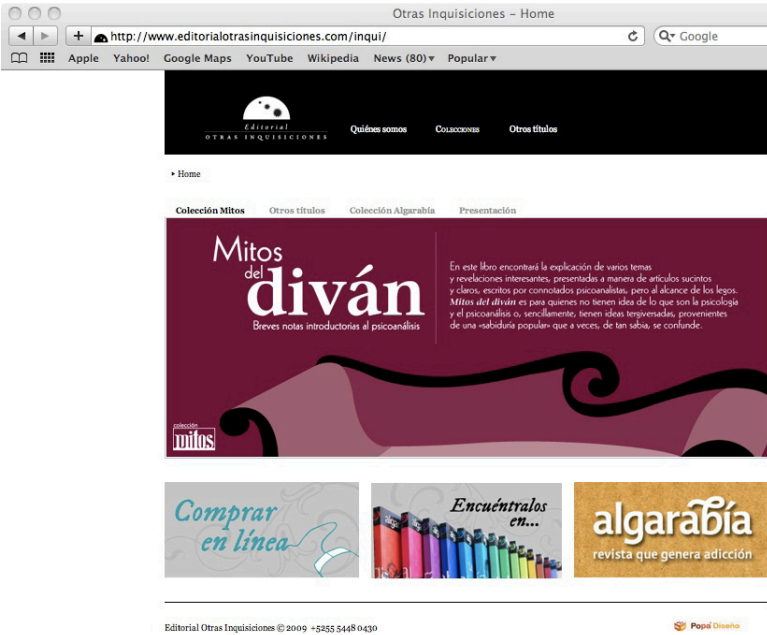
Ahora bien con esta pequeña introducción a la historia de la editorial, habrá que observar el lenguaje visual y estilo del sitio *web* para conservarlo en el boletín electrónico o *newsletter*.

Como se podrá observar en el pequeño mosaico de la siguiente página, la estructura y diseño son bastante sencillos, así como la navegación a través de los contenidos del sitio *web*; por lo que habrá que conservar una estructura sencilla, eficaz y sobria en cuanto a paleta de color.

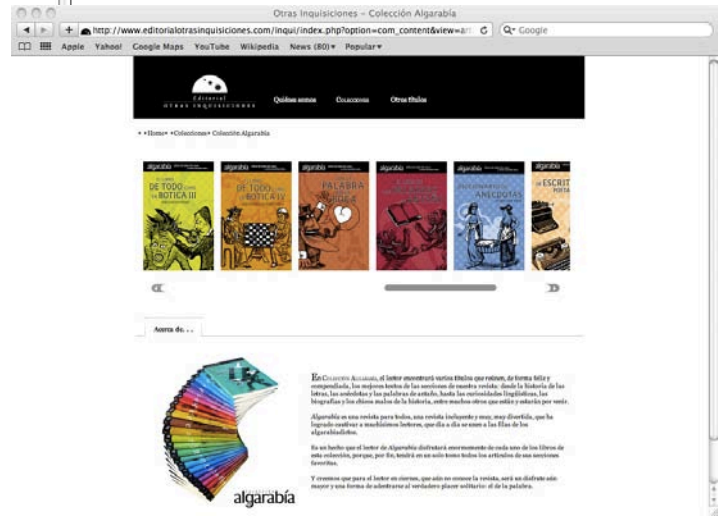
La periodicidad de este boletín, en vista de que está destinado a difundir las novedades editoriales, será bimestral para contar con por lo menos dos contenidos —teniendo en cuenta que se publica una novedad cada mes—, agregando un tercero con la posibilidad de dar promoción a el resto de las publicaciones; es decir, suficiente información para el contenido del boletín. Así mismo, esta periodicidad nos permitirá difundir una novedad por cada colección aprovechando la fluidez del soporte para darle difusión a algunas colecciones que apenas salieron a la luz.



captura sitio web www.editorialotrasinquisiciones.com #2



captura sitio web www.editorialotrasinquisiciones.com #1

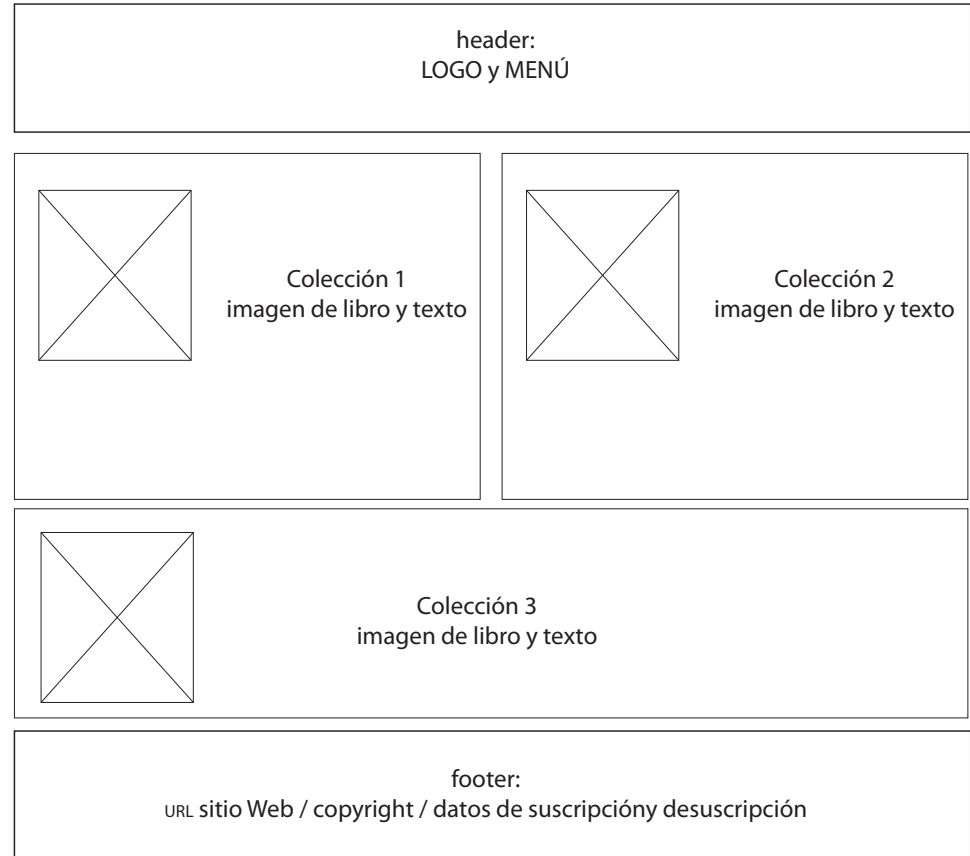


captura sitio web www.editorialotrasinquisiciones.com #3

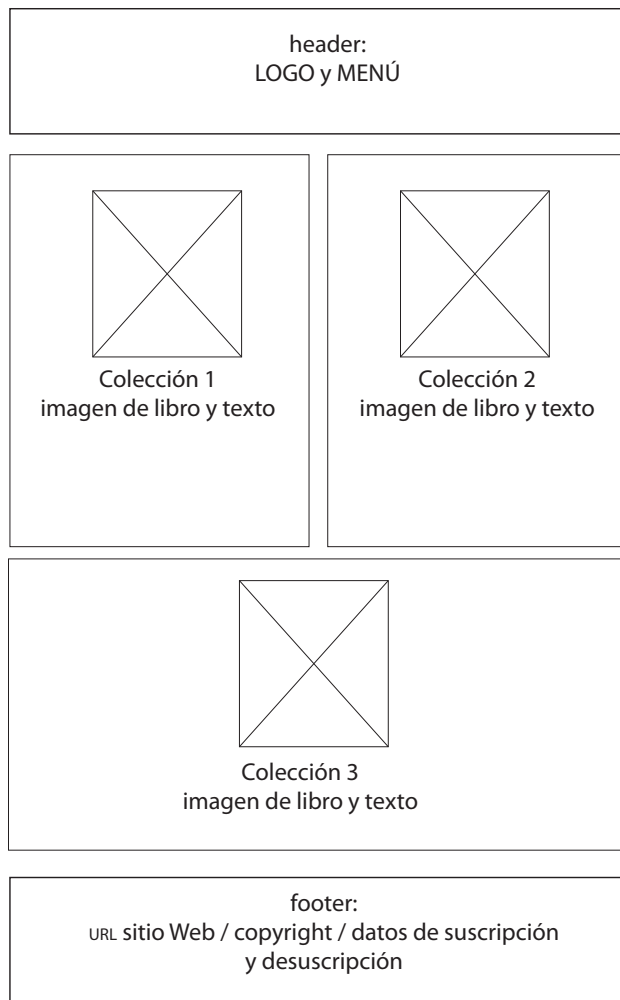
Ahora bien, se presentan los bocetos, cada uno con estructuras distintas, siempre conservando los mismos elementos: *header*, el contenido donde encontramos la información respectiva de cada libro así como su imagen correspondiente, y el *footer* donde se incluyen la URL del sitio web de la editorial, datos legales, de suscripción y de reenvío.

El primer boceto por descartar será el #1 ya que su estructura requiere de un ancho mayor a 500 píxeles que es la medida máxima para un boletín electrónico, es decir, para su correcta visualización en cualquiera de los clientes de correo sin necesidad de desplazarnos con los llamados scroll o barras de desplazamiento que generan los navegadores al tener un contenido más extenso de lo que se puede visualizar al ver la ventana del navegador.

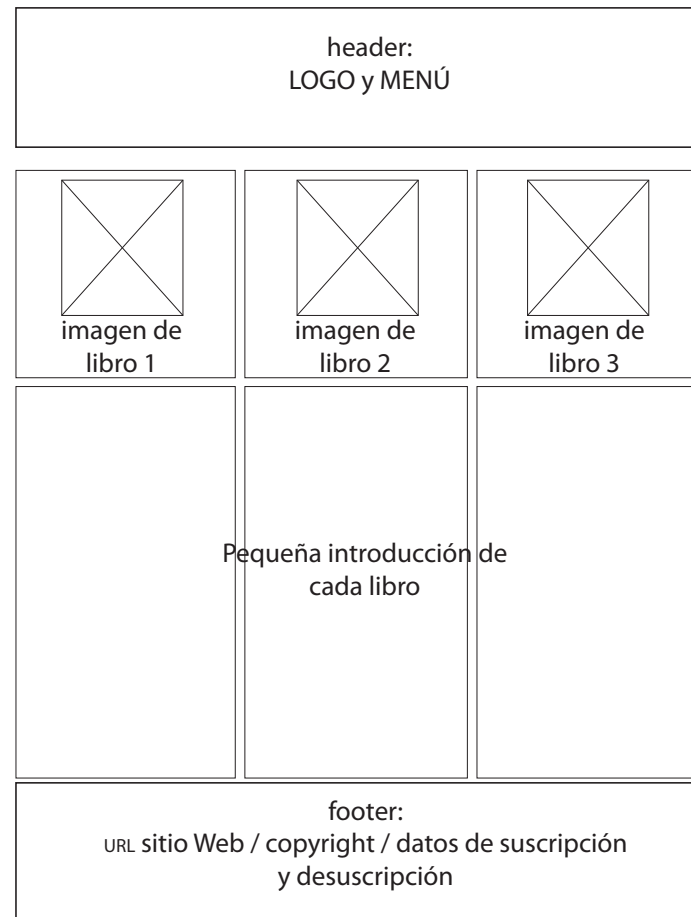
De los bocetos restantes, el que más se ajusta a la estructura del sitio web —como se podrá observar al ver la captura de pantalla #3 del sitio web que se muestran en la página anterior, que pertenece a la navegación de una de las colecciones de la editorial—, es decir, vemos el *header* del sitio web, a continuación una serie de imágenes respectivas a los libros que conforman la colección por la que se navega y finalmente la información. Se deduce entonces el boceto #3 como el boceto seleccionado.



Boceto #1



Boceto #2



Boceto #3

3.4 Resultado Final

Finalizando la propuesta gráfica derivada de esta tesina, se presenta el resultado obtenido de la propuesta de boletín electrónico o *newsletter*, para difundir las novedades editoriales, en este caso, de la Editorial Otras Inquisiciones.

En la sección anterior se presentaron los bocetos así como el proceso de elección para el boceto final sobre el que se diseñará. Cabe mencionar que el proceso de producción de esta publicación como ya se expuso anteriormente, al ser un producto editorial no descarta a editores quienes discernirán la información más adecuada para este soporte cuyo destino será la bandeja de entrada de los correos electrónicos de los usuarios, así como tampoco el área de producción que se encargará de desarrollar el medio más adecuado para hacer el envío a una base de correos, pertenientes inicialmente a posibles candidatos que podrán interesarse en las publicaciones de esta editorial, para ir generando difusión y poco a poco incrementar esta base de datos inicial.

A continuación se podrá observar el resultado final, que teniendo en cuenta el objetivo de este soporte —servir de puente entre el usuario y el sitio web— los links serán imprescindibles ya que cualquiera de ellos podrá hacer cumplir el objetivo.

Se presentan a continuación dos análisis, en lectura vertical, el primero mostrando los aspectos que contribuyen a una mejor comodidad —considerando que este diseño será visualizado a través de una pantalla—, y el segundo en lo referente a la estructura de los elementos presentes en el proyecto gráfico presentado. —



Chicas malas: Reinas, locas y otras cosas peligrosas

Colección Argemón

Las chicas malas de este libro, y otras famosas en general se han convertido con el paso de los años en personajes apasionantes, oscuros, un poco suñidos, sí y bastante cabrones. Ni brujas ni santas. Chicas más más, con nuestra correspondiente dosis de maldad, y de bondad. Tal vez, después de leer estas páginas uno pueda concluir que las chicas malas son...
[Leer más...](#)



Mitos del diván

Colección Mito

Este es un libro entretenido y práctico en el que se develan muchas de las verdades sobre el psicoanálisis, esta disciplina que ha cambiado el curso de la historia y la vida de muchos. En él usted encontrará respuestas a muchas de las preguntas que alguna vez se ha hecho, y que, aun en un diván, no ha podido aclarar. Así, podrá por fin demeritar esos mitos, que de tanto repetirse, muchos creen a pie juntillas...
[Leer más...](#)



Fumar es un placer

Colección White

Se trata de un libro políticamente incorrecto que incluye frases, datos, citas, anécdotas, historia, números y poesía. El fumar es un placer en toda la extensión de la palabra porque involucra todos los sentidos, dice Davidoff. «Un buen puro contiene la promesa de una experiencia completamente placentera... está hecho para ser disfrutado con placer a través de...»
[Leer más...](#)

www.editorialotrasinquisiciones.com

Editorial Otras Inquisiciones S. A. de C. V.

Riaguera 736-1, Col. Del Valle, C. P. 03100, México, D.F.

Al usar este correo electrónico para informarme de las novedades editoriales de Editorial Otras Inquisiciones o bien, si me registran en su sitio web, estoy dando consentimiento para que me envíen información sobre sus productos y servicios. Si no deseo recibir esta información suplico que me avise a través de este correo con el asunto DESUSCRIBIRME.

Editorial Otras Inquisiciones Copyright (C) 2009

Enviar este email to a friend





HEADER

Cumple la función de ubicar al usuario, fungiendo como primera presentación de la publicación en sí.

PRIMERA JERARQUÍA VISUAL

Presentación de contenidos

INTERLINEADO

Uso de interlineado más abierto —en comparación con una publicación impresa— para una lectura más cómoda.

CIERRE DE BOLETÍN

Presentando el sitio web donde se podrá encontrar más información con respecto a lo presentado en el boletín.

CONTRASTES PARA ZONAS DE LECTURA

El ojo puede permanecer leyendo en contrastes, lo cual contribuye a una lectura fácil.



Observamos el *header*, en el logo hay una zona activa en la que al dar click sobre la imagen nos llevará al sitio web de la editorial.

Al inicio presenta una opción más para visualizar el boletín en caso de que durante el proceso de *mailing* o envío se haya producido algún error, este es un link que nos permitirá visualizar el boletín en un navegador.

Otra zona activa se presenta en la imagen de cada libro, la cual nos llevará a la ficha directa en el sitio web de la editorial, del libro respectivo.

Continuando con el análisis en vertical de este boletín, vemos la introducción correspondiente a cada libro presentado, finalizando con un “Leer más...” que nos abrirá en el navegador el sitio web de la editorial para leer la ficha completa del libro elegido.

Se interrumpe el final de la lectura del boletín para presentar la URL del sitio web, como información fundamental que el usuario debe conocer, además de tener link al home del sitio web de la editorial.

...después de... páginas uno pueda concluir que las chicas malas son... Leer más...
...creen a pie juntillas... Leer más...
...placentera... está hecho para ser disfrutado con placer a través de... Leer más...

Datos legales, dirección de la editorial, copyright, opción de “desuscripción”, y “reenviar” a un amigo

logo de facebook con link al perfil de la editorial, donde el usuario podrá obtener actualizaciones constantes de las novedades editoriales e incluso comentar al respecto.

Conclusiones_

Pues bien para comenzar la última parte de esta tesina, por irónico que suene, me permito mencionar mi experiencia ya que el proceso de recopilación me resultó un tanto interesante con un toque de curiosidad; claro está que esta tesina tiene muchos fragmentos de los cuales pudiera partirse para obtener una investigación completa y he de asumir que ese es el factor más intrigante.

La premisa de mi conclusión final se resume en el epigrafe presentado al inicio de esta tesina, que queda como dirían popularmente *que ni mandado a hacer*. La tecnología es un factor que se ha inmiscuido poco a poco en nuestras vidas, y de manera inevitable, es la consecuencia de una serie de eventos gracias a los cuales concebimos hoy a la imagen en sus múltiples etapas: ya primero estática, después como imagen en movimiento que no deja de sorprendernos con la cantidad de imágenes generadas en la industria cinematográfica, para después dar un salto gigante en el que podemos interactuar con ella.

Es evidente que cualquier cambio que se produzca somos nosotros quienes poco a poco, y tras un largo proceso, hemos de adaptarnos, es decir, se presentan cambios que no vienen a transformar nuestro quehacer sino que lo modifican, una modificación es lo que se obtiene tras un proceso de adaptación como se pudo observar en el primer capítulo en el que comenzamos a hacer de la tecnología como partícipe de nuestra vida cotidiana.

Ahora bien, comenzando de lo general a lo particular, me doy a la tarea de mencionar el problema a resolver —presentado como parte del anteproyecto— de esta tesina:

**¿En realidad existe una confrontación
entre los medios electrónicos
y el diseño editorial?**

la respuesta a esta pregunta se hace lógica tras haber evidenciado el paralelismo entre los procesos de producción entre una publicación electrónica y una publicación impresa —mismo que también fue uno de los objetivos de esta tesina—; los procesos son los mismos, se hacen nombrar del mismo modo pero los actores en cada proceso actúan de distinta manera.

No hay una confrontación en el sentido de que uno se encuentre en continua pelea con el otro, los conocimientos se mantienen pero se aplican de manera distinta; es decir, pongamos el sencillo ejemplo del tratamiento de la tipografía para ambos soportes: en un soporte que será impreso el puntaje de tipografía más pequeño y aún legible es de hasta 4 puntos, pero en un soporte electrónico hablamos de que el menor puntaje a emplear no puede ser menor a 10 puntos que es el límite en el que la tipografía puede dejar de ser visible.

Es por lo anterior que a lo largo de este proyecto de recopilación he sido muy cuidadosa al usar el término *diversificación* en vista de que es evidente que se ha abierto un nuevo panorama, es decir, ya existen los medios electrónicos lo cual implica que los parámetros editoriales de las publicaciones impresas continúan empleándose para las electrónicas, pero el escenario electrónico de éstas ha transportado los parámetros con que son implementados. Lo que se vió transformado fue el entorno, los conocimientos se mantienen pero sólo cambian de escenario.

Del paralelismo presentado deduzco que la desventaja más radical y desfavorable, mientras que ambos ofrecen pros y contras, es que mientras una publicación impresa puede sufrir las inclemencias y maltratos por tratarse de un material físico, un factor sumamente importante en el caso de las publicaciones electrónicas, así como de cualquier consulta a través de internet, es que el usuario estará limitado por su propio servicio de internet sin tomar en cuenta que necesita contar, por obvias razones, con un servicio de internet y una computadora para poder tener acceso. Es decir el usuario de

una publicación electrónica es un usuario con cierto nivel económico que tiene a su disposición lo necesario para acceder; sin embargo bastará con que el lector de una publicación impresa acuda a su centro de distribución para comprarla.

Finalmente, como se mencionó en el primer párrafo, me gustaría presentar una serie de cuestionamientos que pueden dar cabida a muchas más investigaciones al respecto:

- La ergonomía aplicada al diseño en soportes electrónicos.
- The click culture, el comportamiento de un usuario.
- El proyecto Gutenberg y la propuesta de bibliotecas virtuales.
- Una propuesta de reorganización social a causa de las tecnologías de la información y comunicación.
- ¿Qué es el diseño digital y no digital?
- ¿En que consiste el sistema de actualización de un diseñador? ¿está dictaminado en base al tipo y la cantidad de *software* que sepa manejar?
- Métodos viables de conservación de la información —

Glosario_

Ancho de banda

Capacidad de transmisión de datos, en bits, de un sistema informático o de cable; cantidad de información que puede pasar por un punto dado en un tiempo dado.

Caché

Zona de la memoria de un ordenador que sirve para almacenar datos, texto, imágenes, programas o páginas web utilizadas con más frecuencia por el usuario. La información que se tendrá que leer o cambiar más probablemente se coloca en el caché, en donde se puede acceder más rápidamente a ella.

Compresión

Sistema de almacenamiento de datos que elimina la información redundante y permite que ocupen menos espacio que si se almacenasen en su forma original. Las distintas técnicas de compresión se valoran a partir de tres parámetros: según el grado de ahorro de espacio de almacenamiento, la pérdida de información durante el proceso y su reversibilidad.

DPI (dots per inch)

(puntos por pulgada). Número de puntos de semitono o píxeles de imagen por pulgada en una imagen. 72 DPI es la resolución de muchos monitores de ordenador.

Formato

Es el modo en que debe almacenarse una imagen en uno u otro soporte en función del uso que se vaya hacer de ella. Los distintos formatos se caracterizan por almacenar la imagen con uno u otro grado de compresión y reversibilidad.

Navegador

Un programa que permite acceder a los usuarios a la información de la World Wide Web.

Píxel

Acrónimo del inglés *picture element*, “elemento de imagen” Es el elemento más pequeño de imagen, compuesto por señal RGB. Las imágenes digitales que se pueden ver en una pantalla digital están compuestas de píxeles, y el número de píxeles depende de la resolución. Cada píxel se define por la cantidad de bits que utiliza, cuantos más bits mayor será el número de colores que puede ser creados y consecuentemente, la representación de la imagen digital será más fiel a la original.

Plug-in

Son programas independientes totalmente compatibles con otros programas a los que complementan y hacen más adaptables, se pueden instalar y usar fácilmente como parte de los navegadores web. Un plug-in soluciona demandas específicas, a menudo con resultados muy vistosos.

Resolución

Podemos hablar de resolución en tres momentos distintos del proceso: resolución de pantalla, resolución de imagen y resolución de salida.

La resolución de pantalla, que es la que más nos interesa en esta investigación, se refiere a su grado de detalle y de nitidez; es la definición del número de píxeles que se utilizan por unidad lineal; esto nos informa sobre el máximo número de puntos por unidad de superficie que puede llegar a mostrar una pantalla determinada.

La resolución de la imagen depende del número de píxeles que la compongan: cuanto mayor es la resolución, más suave resulta la

transición entre los colores y más matices admite la imagen, con lo que gana en detalle.

La resolución de salida es de hecho sobre la que debiéramos trabajar puesto que, como indica su nombre, es la resolución final. Para ser impresa, una imagen necesita una resolución muy superior a la que requiere para ser emitida por una pantalla. Para web y para televisión se utiliza una resolución de 72 ppp.

RGB

Una forma de mostrar el color en pantalla utilizado por los ordenadores. Todos los colores mostrados en el monitor del ordenador se hacen con píxeles de rojo (Red), verde (Green) y azul (Blue).

Servidor

Este término se utiliza para referirse al ordenador físico que opera para proveer datos de modo que otros ordenadores puedan utilizarlos.

Sistema operativo

Es un programa o conjunto de programas que coordinan, organizan y manejan las actividades del ordenador, cada sistema operativo maneja una interfaz propia.

Tiempo de descarga

Tiempo en el que se recibe información de un ordenador servidor.

Bibliografía_

Ardévol, Elisenda (coord.)
Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea

UOC
Barcelona
2004
440 p.

Bustamante, Enrique (coord.)
Comunicación y cultura en la era digital

Gedisa
2002
Barcelona
382 p.

Castells, Manuel
La era de la información: economía, sociedad y cultura

México: Siglo Veintiuno
2006
7ª. Edición
México
590 p.

Claps Arenas, María Eugenia
El Iris. Periódico crítico y literario
En Estudios de Historia Moderna
y Contemporánea de México,
No. 21 (Ene-Jun)
E-journal (Selecta colección, en formato digital,
de revistas científicas y humanísticas editadas
por diversas dependencias académicas)
2001
Disponible en [http://www.ejournal.unam.mx/ehm/
ehm21/EHM02101.pdf](http://www.ejournal.unam.mx/ehm/ehm21/EHM02101.pdf)
Consultada el 10 de enero de 2010.

Clark de Lara, Belem (coord.)
***La República de las letras. Asomos a la
cultura escrita del México decimonónico.***
Volumen II
Programa Editorial de la Coordinación
de Humanidades
Universidad Nacional Autónoma de México
2005
México
439 p.

Cobo Romaní, Cristóbal
***Organización de la información y su impacto
en la usabilidad de las tecnologías interactivas***
Tesis Doctoral de Comunicación
Universidad Autónoma de Barcelona
Barcelona, España
2005

Edo. Concha
Del papel a la pantalla: la prensa en internet
Comunicación Social Ediciones y Publicaciones
Sevilla
2002
155 p.

Elam, Kimberly
Sistemas reticulares
Gustavo Gili
Barcelona
2004
123 p.

Fernández, Silvia (coord.)
***Historia del diseño en América Latina y el Caribe:
industrialización y comunicación visual para
la autonomía***
Blücher
2008
São Paulo, Brasil
371 p.

Galina, Isabel, y Ordoñez, Cristian
Introducción a la edición digital
Universidad Nacional Autónoma de México
México
2007
132 p.

García Fernández, Emilio C.

La cultura de la imagen

Fragua

Madrid

2006

686 p.

Gill, Martha

E-zines: diseño de revistas digitales

Gustavo Gili

México

2000

192 p.

Gómez-Mascaraque, Ma. Teresa

Autoedición y sistemas electrónicos de composición

Paraninfo

1988

Madrid:

229 p.

Martínez G., Roberto y Álvarez del Castillo, Eduardo

Entrevista con el Arquitecto Eduardo Terrazas. El diseño al servicio de la sociedad

En *El Corondel*,

No. 24

2009

Disponible en <http://edicionescorondel.blogspot.com>

Consultada en marzo de 2011.

Maseda Martín, María del Pilar

Los inicios de la profesión del diseño en México. Genealogía de sus incidentes

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, INBA-Cenidiap, Instituto Tecnológico y de Estudios Superior de Monterrey

México

2006

175 p.

Meggs, Philip B.

Historia del diseño gráfico

Trillas

México

1991

562 p.

Rafols, Rafael

Diseño audiovisual

Gustavo Gili

2003

Barcelona

127 p.

Skopec, David

Digital layout for the Internet and other media

AVA

2003

Suiza

159 p.

Zappaterra, Yolanda
Diseño editorial: periódicos y revistas
Gustavo Gili
Barcelona
2008
208 p.

CONGRESOS Y CONFERENCIAS

Congreso Internacional del Mundo del Libro,
SEP, CONACULTA, FCE,
México D. F.,
septiembre 7-10 de 2009.

Uribe, Javier y Chávez Sánchez, Guillermo.
Publicaciones electrónicas
Ponencia presentada en el 2o. Seminario
de Producción Editorial,
Escuela de Diseño del INBA,
México D.F.,
agosto 30, julio 1-2 de 2009.