



UNIVERSIDAD MESOAMERICANA DE SAN AGUSTÍN
LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

CLAVE DE INCORPORACIÓN UNAM 8938-31

MATRIZ COMPARATIVA DE LOS PERIÓDICOS
DIARIO DE YUCATÁN Y MILENIO NOVEDADES
PARA CONOCER SU DISEÑO EDITORIAL.

TESINA

EN OPCIÓN AL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

PRESENTADO POR:
EDWIN JOSÉ ARCILA GONZÁLEZ

MÉRIDA, YUCATÁN, MÉXICO, 2017



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

UNIVERSIDAD MESOAMERICANA DE SAN AGUSTÍN
LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL
COMISIÓN DE TITULACIÓN
INFORME FINAL

Mérida, Yucatán, a 20 de febrero de 2017.

Lic. Manola Giral de Lozano

Directora General DGIRE

Presente

Como Presidenta del Comité de titulación de la carrera de Diseño y Comunicación Visual, hago constar que el trabajo recepcional denominado:

“Matriz comparativa de los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades para conocer su diseño editorial”.

realizado por:

Edwin José Arcila González,

en opción al título de:

Licenciado en Diseño y Comunicación Visual,

Cumple con las normas institucionales de estilo y su estructura corresponde a lo solicitado para los trabajos de titulación en la modalidad de:

Tesina

Por lo que declaro que este documento permite al alumno, continuar con sus trámites que correspondan al proceso de titulación.

Atentamente

M.E. Tatiana Gasca Albertos

Presidenta

C.c.p. Departamento de investigación y titulación

UNIVERSIDAD MESOAMERICANA DE SAN AGUSTÍN
LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL
COMISIÓN DE TITULACIÓN
INFORME FINAL DE REVISIÓN

Mérida, Yucatán, a 20 de febrero de 2017.

M. E. Tatiana Gasca Albertos
Presidenta de la Comisión de Titulación
Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual
Presente

Como revisora del trabajo recepcional:

**“Matriz comparativa de los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades
para conocer su diseño editorial”.**

realizado por:

Edwin José Arcila González,

en opción al título de:

Licenciado en Diseño y Comunicación Visual,

le informo que he concluido con la revisión del formato institucional del trabajo mencionado. Asimismo, afirmo que cada uno de sus capítulos, conclusiones y referencias cumplen con los lineamientos que establece la Universidad.

Sin otro particular me pongo a sus órdenes para cualquier aclaración al respecto.

Atentamente

LDGP. Beatriz Elena Rivero Ramírez

UNIVERSIDAD MESOAMERICANA DE SAN AGUSTÍN
LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL
COMISIÓN DE TITULACIÓN
INFORME FINAL DE ASESORÍA

Mérida, Yucatán, a 20 de febrero de 2017.

M. E. Tatiana Gasca Albertos
Presidenta de la Comisión de Titulación
Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual
Presente

Como asesora del trabajo recepcional:

**“Matriz comparativa de los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades
para conocer su diseño editorial”.**

realizado por:

Edwin José Arcila González,

en opción al título de:

Licenciado en Diseño y Comunicación Visual,

le informo que he concluido con la revisión de redacción, ortografía y contenido, así como de la originalidad del trabajo mencionado. Asimismo, afirmo que cada uno de sus capítulos, conclusiones y referencias cumplen con los lineamientos que establece la Universidad.

Sin otro particular me pongo a sus órdenes para cualquier aclaración al respecto.

Atentamente

LDGP. Alejandra Cárdenas Atoche

Hoja de advertencia

Por este medio, declaro que esta Tesina titulada:

**“Matriz comparativa de los periódicos Diario de Yucatán
y Milenio Novedades para conocer su diseño editorial”.**

es de mi autoría, a excepción de las citas y referencias que he empleado para fundamentar este trabajo de investigación y en el que se otorga crédito a sus autores. Asimismo, afirmo que no ha sido presentado previamente con éste o algún otro nombre, para la obtención de título profesional o grado académico equivalente.

Edwin José Arcila González

Agradecimientos

Dedico este trabajo a mis padres, quienes siempre me apoyaron, dándome la educación y formación necesaria para lograr mi sueño; en especial a mi mamá Rita María y a mi hermano Juan Ignacio por ser los mayores ejemplos de vida, esfuerzo y amor incondicional que existieron en mi vida, no les defraudaré.

A mi familia, por brindarme su apoyo y amor siempre que lo necesité.

A mis amigos y maestros, quienes me impulsaron a obtener este logro.

Gracias Dios por darme la oportunidad de concluir el ciclo más importante en mi vida.

Resumen

La presente tesina es un documento que servirá de apoyo a los jóvenes estudiantes de la Licenciatura en Diseño y Comunicación visual de la Universidad Mesoamericana de San Agustín ya que conocerán de primera mano los elementos más importantes que componen y estructuran la maquetación de un periódico, principalmente dos de los más importantes que circulan en la ciudad de Mérida, estos son el Diario de Yucatán y Milenio Novedades.

Es importante resaltar que la información aquí contenida, fue proporcionada por los mismos medios. Los responsables del área de diseño de los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades accedieron a compartir sus experiencias, habilidades y conocimientos, con el objetivo de ser documentados en este trabajo de investigación y puedan ser consultados por toda persona que se interese en el tema aquí expuesto.

Compilar la información de manera sintetizada en la primera plana considerando fotografías, títulos, sumarios, etcétera, no es una tarea sencilla ya que requiere de habilidad y preparación académica para que el consumidor final pueda conocer, comprendiendo de forma clara e inequívoca el contenido de la información.

La formación académica en los diseñadores gráficos es primordial, sobre todo cuando el profesionalista decide especializarse en el área editorial, esto ocurre cuando la función de un diseñador es resolver problemas de comunicación entre un producto o servicio y su mercado meta, sirve esencialmente para tener las suficientes herramientas y entendimiento del espacio a usar, para lograr una óptima estructuración de la información y edificarla adecuadamente.

A continuación se presenta un resumen capítulo por capítulo de lo que se encontrará en este documento:

La función principal de este trabajo es compilar los elementos que son utilizados por los organismos comerciales para desarrollar sus productos editoriales y condensarlos en una matriz comparativa; conocer el tipo de retícula que usan para elaborar su diseño y estructura, además se anexan las entrevistas de los responsables del área de diseño y del área de comunicación de los periódicos antes mencionados; aquí yace la importancia de esta tesina, los jóvenes estudiantes de las licenciaturas en: Diseño y Comunicación Visual, Diseño Gráfico y cualquier carrera enfocada a la comunicación, tendrán acceso a este trabajo.

En el capítulo uno de esta tesina se plantea el uso de una matriz comparativa de los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades, ambos se comercializan en la ciudad de Mérida; éstos son los periódicos que entran en el estudio y que fueron definidos con base en información oficial proveniente del Padrón Nacional de Medios Impresos, dependencia perteneciente a la Secretaría de Gobernación, autoridad a la cual acuden todos los medios de comunicación impresos con las certificaciones de sus tirajes y publicaciones; Gracias a que la información es pública y sin costo se facilita el desarrollo de la investigación, este sitio fue consultado el 18 de mayo de 2016.

En el capítulo II, se realiza la revisión de la literatura; aquí se plantea el contexto del diseño gráfico y su ramificación, pasando por el área editorial conociendo los elementos que conforman y estructuran una portada o primera plana, tipografías, entre muchos otros elementos.

En el capítulo III, se muestra la metodología utilizada para el desarrollo de esta tesina para la cual se realizó un estudio no experimental, siendo el tipo de estudio

descriptivo con un enfoque cualitativo, además se conocerá el diseño de la investigación; en este punto se analiza la estrategia para el estudio de investigación y el tipo de investigación.

En el capítulo cuatro, se responden las preguntas de investigación y se atienden los objetivos, además se muestra la aplicación de la matriz comparativa entre los periódicos antes mencionados para contrastar sus diferentes elementos y conocer sus contrastes, este es un ejercicio interesante debido al valor pedagógico para los estudiantes y docentes de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual de la Universidad Mesoamericana de San Agustín.

En el mismo capítulo se encuentra la presentación de resultados, discusión, conclusiones y también se plantean las recomendaciones para hacer el desarrollo de mejoras sobre el estudio y el uso adecuado para los estudiantes y cuerpo docente de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual de la Universidad Mesoamericana de San Agustín.

Tabla de contenidos

Portada / i
Informe final / ii
Informe final de revisión / iii
Informe final de asesoría / iv
Hoja de advertencia / v
Agradecimientos / vi
Resumen / vii
Tabla de contenidos / x
Índice de figuras y tablas / xv
CAPÍTULO I /01
Introducción / 1
Antecedentes del estudio / 2
Planteamiento del problema / 4
Preguntas de investigación / 7
Objetivo general / 7
Objetivos particulares / 7
Variable independiente / 7

Variable dependiente / 8

Definición de términos / 8

Justificación / 14

Delimitaciones del estudio / 17

Limitaciones del estudio / 18

CAPÍTULO II / 20

Revisión de la literatura / 20

 ¿Qué es el diseño gráfico? / 20

 Ramificaciones del diseño gráfico / 22

 ¿Qué es el diseño editorial? / 25

 ¿Qué es un periódico? / 26

 Estructura de un periódico / 27

 Elementos de la portada / 29

 Contraportada / 30

La tipografía / 31

Tipógrafo / 32

Kerning y tracking / 33

Jerarquía y maquetación / 34

¿Qué es una retícula? / 35

Partes de una retícula / 36

Tipos de retículas / 39

Construcción de la mancha tipográfica / 44

Tamaños de papel / 45

Tamaños de papel para periódicos / 47

Tamaño Sábana / 47

Tamaño Berlínés / 49

Tamaño Tabloide / 50

La normativa ISO y los tamaños de papel / 51

La prensa rotativa / 52

El color en los medios impresos / 53

La Fotografía / 54

Géneros de la fotografía / 55

Fotografía documental / 55

Fotoperiodismo / 55

Paisaje / 56

Retrato / 56

Moda / 57

La caricatura / 58

Tipos de caricatura / 58

La caricatura política /58

La caricatura social / 59

La caricatura político-social / 59

La caricatura costumbrista / 50

La caricatura simbólica / 60

La caricatura festiva / 60

La caricatura fantástica / 60

La caricatura personal / 60

Historia del Diario de Yucatán / 61

Historia del Milenio Novedades / 62

Softwares de diseño editorial / 64

Resumen / 68

CAPÍTULO III / 70

Método / 70

Diseño de la investigación / 70

Tipo de estudio / 71

Enfoque de la investigación / 71

Modalidad de la investigación / 72

Metodología de diseño / 72

Procedimiento / 73

Elementos técnicos y formales/ 75

Semántica / 75

Iconografía / 75

Tipografía / 75

Líneas / 75

Módulos / 75

Disposición / 75

Proporción / 75

Elementos técnicos y formales de la matriz comparativa / 77

Modelo de análisis / 87

CAPÍTULO IV / 88

Presentación de resultados / 88

Introducción / 88

Objetivos particulares / 90

Matriz comparativa de los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades / 93

Discusión / 96

Conclusión / 98

Recomendaciones / 99

REFERENCIAS / 102

APÉNDICES / 105

Apéndice A. Entrevista realizada al Licenciado Gaspar López Poveda, jefe de redacción del departamento de visitas escolares del Diario de Yucatán / 105

Apéndice B. Entrevista al Licenciado Carlos Benítez, jefe del departamento de diseño del periódico Milenio Novedades / 109

Apéndice C. Listado de periódicos registrados en México / 111

Índice de figuras

Figura 1. Portada del periódico Milenio Novedades y del Diario de Yucatán / 28

Figura 2. Elementos que forman la portada del Diario de Yucatán / 29

Figura 3. Contra-portada del periódico Milenio Novedades / 30

Figura 4. Diagramación de una retícula / 39

Figura 5. Retícula de manuscrito / 40

Figura 6. Retícula de columnas / 41

Figura 7. Retícula modular / 42

Figura 8. Retícula jerárquica / 43

Figura 9. Construcción de la mancha tipográfica / 44

Figura 10. Tamaños del papel / 46

Figura 11. Medidas del Diario de Yucatán / 48

Figura 12. Medidas del Milenio Novedades / 49

Figura 13. Medidas del periódico Por Esto / 52

Figura 14. A la izquierda, rotativa del americano Richard March Hoe y a la derecha la rotativa actual / 52

Figura 15. Primer ejemplar impreso del Diario de Yucatán / 62

Figura 16. Don Andrés García Lavín, fundador del periódico Novedades de Yucatán, hoy Milenio Novedades / 64

Figura 17. Interfaz del programa de diseño editorial Quark Xpress / 65

Figura 18. Interfaz del programa de diseño editorial Adobe Indesign / 66

Figura 19. Interfaz del programa de diseño editorial IStudio Publisher / 67

Figura 20. Interfaz del programa de diseño editorial Corel Draw / 68

Índice de tablas

Tabla 1. Tamaños de papel según la normatividad ISO / 51

Tabla 2. Matriz comparativa, Joaquín López del Ramo / 74

Tabla 3. Tabla comparativa compilación de la teoría del diseño editorial / 76

Tabla 4. Bocetos de la matriz comparativa / 92

Tabla 5. Matriz comparativa 1 / 95

Tabla 6. Listado de periódicos registrados en México / 112

CAPÍTULO I

Introducción

El diseño gráfico es una disciplina profesional que se ejerce cotidianamente en la sociedad actual, existen diversas ramificaciones del diseño y el diseño editorial es una de ellas; en México como en el resto del mundo esta área se desarrolla en el ámbito de la comunicación periodística e informativa. Los diseñadores como profesionistas también tienen la oportunidad de realizar investigaciones sobre este tema.

Existe material formativo dirigido al campo editorial, no obstante, no todos los textos publicados profundizan en el diseño de un periódico; de esta forma, las editoriales Gustavo Gili, Index book, Taschen, Designio y Rockport que son las más reconocidas en el ámbito del diseño, es poco probable encontrar un título que compile sobre periódicos que circulen de manera regular en la ciudad de Mérida; por ello este trabajo de investigación surge como una necesidad didáctica para ilustrar cómo está conformado un periódico funcional, bien estructurado que explique cada uno de sus elementos, medidas, y otros conceptos importantes del diseño gráfico, su ramificación al diseño editorial y la función del diseñador, entre otros temas.

En este documento se desglosan los elementos de los periódicos seleccionados, dándose a conocer sus especificaciones; con ello este escrito es útil como material didáctico para la enseñanza en las aulas de la Universidad Mesoamericana de San Agustín, en donde al llegar al quinto semestre, se imparte la materia y los alumnos elijen la optativa de diseño editorial; todos los interesados podrán tener acceso a este contenido para consultas en su proceso de aprendizaje.

Antecedentes del estudio

A nivel internacional, concretamente en España, Joaquín López del Ramo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Rey Juan Carlos, hizo un estudio a las cabeceras de diferentes periódicos ibéricos en donde evidenciaba el efecto de vender el espacio reservado para el logotipo del mismo periódico y colocar anuncios publicitarios.

El trabajo lo realizó mediante el uso de una matriz descriptiva comparativa en donde evaluaron aspectos básicos de las cabeceras con la herramienta anteriormente señalada; una de las conclusiones de este estudio sentencia:

Los resultados muestran la pérdida de protagonismo visual del logotipo por su menor tamaño y desplazamiento lateral, y el empleo del marco de la cabecera para insertar otros elementos y acceso a recursos de la web. La cabecera pierde valor como referente visual corporativo y gana un nuevo sentido funcional. Los cambios representan a nivel visual una autonomía del periódico digital respecto del impreso (López del Ramo, 2012, p. 1).

Con base en la efectividad de la herramienta del estudio mencionado, una matriz descriptiva aplicada en los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades parece ser la opción más viable para realizar el desarrollo de este documento, por su estructura y orden la misma herramienta compara los elementos que utilizan los medios.

Debido a su naturaleza, la matriz puede condensar los elementos utilizados por los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades. Con una sola herramienta se puede contrastar parte por parte cada periódico a la vez y los usuarios de este documento irán conociendo la estructuración de los mismos.

En el plano nacional, María Esther Arce Barceló (2011) realizó la tesis doctoral: ‘Análisis del periódico mexicano La Jornada, un modelo de comunicación alternativa en la era de la globalización’ en donde describe de manera profunda toda la historia, estructura, diseño y financiamiento de un periódico como es el caso de ‘La Jornada’.

El análisis elaborado por la autora, brinda una herramienta para todos aquellos profesionistas, jóvenes estudiantes de nivel profesional y al público que esté interesado en conocer sobre la parte morfológica y estructural como menciona la propia autora, que su objetivo se centra en ‘el estudio de su morfología y los mecanismos que intervienen en su producción’ (Arce, 2011, p. 286).

Con estos antecedentes es importante desarrollar un trabajo que brinde un estudio comparativo entre dos rotativos publicados a nivel local.

No hay registro de algún documento previo desde el punto de vista de un diseñador o artista gráfico que compile y desglose uno por uno los elementos de los periódicos que son publicados en la ciudad de Mérida; aunque el trabajo de la autora se enfoca más al aspecto administrativo, la participación del pintor Vicente Rojo en el diseño del periódico es relevante.

Durante el desarrollo del periódico, Rojo (2011) citado por Arce (2011) “Debido a las posibilidades económicas con que se contaba, se optó por un formato reducido, 38 centímetros x 29 centímetros; la idea era de trabajar con un diseño muy compacto y que le diera cabida a mucha información muy resumida” (p. 346).

El estudio de la autora abarca información muy importante sobre la organización en el área del diseño, debido a que muchas veces los diseñadores carecen de una adecuada instrucción administrativa.

Planteamiento del problema

Una de las formas más representativas e icónicas del diseño editorial y que todos los días llega a las manos de sus lectores es la prensa diaria o periódico. Este medio está constituido por las siguientes partes: la primera plana o cuadernillo principal, éste permite a la publicación adoptar una imagen editorial propia y diferencial frente a sus competidores debido al valor corporativo que encierra, lo siguen la sección local enfocada a los acontecimientos que ocurren en la ciudad natal del rotativo, deportes, cultura, espectáculos y los avisos clasificados.

El periódico a pesar de pertenecer a la ramificación del diseño editorial como producto de uso cotidiano, no ha sido abordado para su estudio por los diseñadores gráficos especializados en el área editorial radicados en la ciudad de Mérida; prueba de ello es que no se cuenta con un documento que compile y realice un desglose descriptivo de cada uno de los elementos de los periódicos que circulan dentro de la capital yucateca.

Partiendo del párrafo anterior, se pueden hacer las siguientes preguntas ¿es importante que se conozcan los elementos principales que conforman el periódico? ¿Por qué sería útil conocer toda esta información y por qué la sociedad debería analizarla?

Es probable que al estudiar el formato, la maquetación, el diseño y otros aspectos técnicos del periódico los estudiantes de la Universidad Mesoamericana de San Agustín puedan resultar con grandes beneficios, ya que no sólo se trata de conocer sobre su diseño, sino de desarrollar una herramienta de consulta para todo aquel interesado que forme parte del área editorial, a través de una compilación de los elementos pertenecientes a la teoría del diseño editorial.

La Dra. Rosana Fuentes Fernández (2012, p. 1) de la universidad de San Jorge en su estudio ‘La cobertura de cinco conflictos internacionales: análisis morfológico de El País, El Mundo, Abc y Heraldo de Aragón’ señala lo siguiente: “La edición de un periódico no debe centrarse solo en los textos, sino a tener en cuenta la distribución de las imágenes y el diseño o maquetación de las distintas secciones”.

Un periódico impreso, es la suma del esfuerzo de muchas áreas profesionales como lo son el periodismo, la redacción, la fotografía, la comunicación y el diseño; por ello se debe poner énfasis en el análisis de cómo está conformado, su estructura, como menciona en el mismo estudio de la Dra. Rosana Fuentes Fernández:

Las crónicas comparten espacio con imágenes como las fotografías, las ilustraciones, los collages e incluso las infografías, que algunos autores consideran un género. Elementos que se insertan en el periódico con un determinado diseño o maquetación. La suma de estos factores internos (textos) y externos (diseño y maquetación) hacen del periódico una unidad con sentido total (Fuentes, 2012, p. 2).

El contenido de un periódico, casi en su totalidad, depende de la redacción de los reporteros, sin embargo el aporte que brinda el aspecto gráfico también es importante; ya que le brinda una estructura digerible, jerarquizándolo para darle una correcta distribución.

No es fortuito que el autor Santiago Miranda (2009, p.9) en su publicación ‘Manual de las buenas prácticas del diseño: La profesión del diseño’, señala también lo siguiente: “Diseñar, como cualquier otra actividad humana, es una actividad compartida. Por ello, requiere el consenso, la colaboración y el esfuerzo de los demás”.

Es simple lógica, se trata de brindar a los lectores un producto con estructuración y orden; que les lleve de la mano para recorrer la noticia publicada.

Continuando con este párrafo, se debe ser claros con que el lograr un diseño editorial de un periódico no es un tema exclusivo de los diseñadores, Miranda (2009) lo señala de la siguiente forma:

Diseñador, empresa y sociedad civil forman el círculo virtuoso donde nace y crece la práctica del diseño compartido. Tres actores con roles diferentes, ¡que no haya confusión!, pero indispensables; tres actores que deben practicar la empatía haciendo propias las aspiraciones de los demás; tres actores capaces de realizar lo que es imposible no ver: una sociedad se mueve y avanza sólo cuando es compartida (Miranda, 2009, p. 11).

Sin la realización de una compilación de los elementos con los cuales está conformado un periódico y sean compararlos con otros rotativos, es posible que a la sociedad le hagan falta las herramientas necesarias para valorar las diferentes ofertas periodísticas.

El compromiso de un rotativo con la sociedad es de tal importancia que el contenido debe fungir como una conexión de entendimiento con el lector y no quedar como un adorno impreso en el papel.

Careciendo de los parámetros de estructuración, el ordenamiento de la información en el periódico sería un problema, además de resultar complicado construir un orden adecuado para las noticias.

Los periódicos presentan en cierto modo sus secciones más destacadas, claro sin copiarse entre sí y una vez que el público las identifica, el rotativo conserva el orden a manera de maquetación resultándole más fácil al lector encontrar las notas que sean de su interés.

El presente documento podría ser una herramienta adicional en la enseñanza del diseño editorial; el profesor y el alumno pueden utilizar este trabajo para compartir el conocimiento adquirido a través de la experiencia profesional del primero.

Al estudiar previamente este documento, el resultado será la generación de proyectos editoriales con resultados profesionales.

Preguntas de investigación

1. ¿Qué elementos utilizan el Diario de Yucatán y Milenio Novedades para realizar el diseño editorial de sus respectivos periódicos?
2. ¿Qué beneficios traería a los estudiantes de la Carrera en Diseño y Comunicación Visual este trabajo de investigación?

Objetivo general

Desarrollar una Matriz comparativa de los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades para conocer el diseño editorial de ambos periódicos.

Objetivos particulares

- a) Realizar una taxonomía de los elementos que integran el diseño de los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades y así conocer cada uno de ellos.
- b) Señalar las diferencias existentes entre los elementos, formatos y estilos que son utilizados por ambos periódicos.
- c) Señalar las similitudes existentes entre los elementos, formatos y estilos que son utilizados por ambos periódicos.

Variable independiente

Desarrollo de una matriz comparativa entre los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades.

Variable dependiente

Conocimiento del diseño editorial que actualmente utilizan los medios.

Definición de términos

Alineación.- Posicionamiento del texto en relación con el bloque de texto o área en el que está contenido. En el plano horizontal, el texto puede estar alineado a la izquierda, derecha, centrado, justificado o forzado (Ambrose, Harris, 2006).

Asimetría.- Retícula usada para la maquetación de la página que es igual en las páginas de anverso y reverso. Las retículas asimétricas suelen presentar un mayor margen, en general el izquierdo, como en este ejemplo. El espacio de margen extra puede usarse para notas y pies de páginas (Ambrose, Harris, 2006).

Calibre.- Espesor de un papel u hojas usadas en impresión. El calibre de un papel influye en el aspecto de la publicación, aunque ello no siempre implica una relación precisa con el peso del mismo. Un papel de gran calibre puede añadir una sensación de solidez a una publicación, mientras que un calibre reducido añadirá un punto más delicado. En términos generales, los papeles de poco calibre tienden a pesar mucho menos que los papeles de gran calibre, pero se han desarrollado papeles para conseguir volumen sin añadir peso (Ambrose, Harris, 2006).

Calles.- Espacios en blanco que aparecen en líneas sucesivas en bloques de texto justificado cuando la separación de las palabras produce vacíos. Allí donde se alinean estos espacios en blanco, se crea una calle o sendero que atraviesa el texto (Ambrose, Harris, 2006).

Clasificación de tipos.- Es el medio de agrupar la multitud de tipos de letras existentes basándose en sus características comunes para ayudar a su identificación (Ambrose, Harris, 2006).

Góticas.- Las góticas, letras negras son los tipos de letras basadas en un estilo de escritura ornamentado en boga durante la edad media. Hoy en día se ven pesadas y difíciles de leer en textos extensos, además de parecer anticuadas (Ambrose, Harris, 2006).

Romanas.- Las romanas poseen remates y letras espaciadas de forma proporcionada. En origen, se derivaron de las inscripciones de los monumentos romanos. Es el estilo de letra más legible y suele usarse para texto normal (Ambrose, Harris, 2006).

Palo seco.- Los tipos de letras de palo seco, sin remate, grotescos o lineales no poseen los remates decorativos típicos de las romanas. Su diseño limpio y simple hace que sean ideales para rótulos, pero son difíciles de leer en textos largos, aunque se han desarrollado tipos de letra sin remate con éxito para usar en texto normal (Ambrose, Harris, 2006).

Caligráficas.- Las letras caligráficas están diseñadas para imitar la escritura a mano, así que cuando se imprimen, los caracteres parecen unidos entre sí. Como sucede con la escritura manual, algunas variaciones son más fáciles de leer que otras (Ambrose, Harris, 2006).

Gráficas.- Las letras gráficas contienen caracteres que podrían considerarse imágenes por derecho propio. Estos tipos experimentales de rotulación contienen el abanico más amplio de estilos con diversos grados de legibilidad (Ambrose, Harris, 2006).

CMYK.- Cyan (C), magenta (M), amarillo (Y), y negro (K) son las tintas primarias sustractivas, que se combinan para reproducir los primarios aditivos rojo, verde y azul en el proceso de impresión de cuatricromía (Ambrose, Harris, 2006).

Color.- Luz visible con diferentes longitudes de onda. Los diseñadores gráficos concretan esta amplia definición del color mediante las tres características que pueden controlarse y manipularse: tono, saturación y brillo (Ambrose, Harris, 2006).

Tono.- El tono hace referencia a la única característica de un color que nos ayuda a distinguir visualmente un color de otro. Los tonos se forman por luz visible de diferentes longitudes onda (Ambrose, Harris, 2006).

Saturación.- La saturación (o croma) hace referencia a la pureza de un color expresada por la cantidad de gris que posee. A una saturación máxima, un color no contiene gris, y dichos colores se describen como vivos o brillantes. A niveles de saturación inferiores, el color contiene cada vez más gris, lo que resulta en tonos apagados y atenuados (Ambrose, Harris, 2006).

Brillo.- El brillo hace referencia a lo oscuro que es un color. Es posible cambiarlo mezclando un color con diferentes cantidades de blanco o negro (Ambrose, Harris, 2006).

Columna.- Área o campo de la maquetación de una página por el que discurre el texto (Ambrose, Harris, 2006).

Croma.- Variación de color del mismo brillo tonal de ningún color a color puro. La croma o saturación es la fuerza, pureza o cantidad de gris en relación con el tono (Ambrose, Harris, 2006).

Divina proporción.- También llamada número áureo, número dorado, línea áurea, canon áureo, entre otros nombres. En la antigüedad, se creía que la proporción 8:13 representaba las proporciones de la belleza perfecta. La divina proporción

constituye la base de algunos tamaños de papel debido a las proporciones armoniosas que posee, y sus principios pueden usarse como medio para conseguir diseños equilibrados (Ambrose, Harris, 2006).

Escala de grises.- Imagen que contiene matices de gris, además de blanco y negro. Asimismo, brillo de un pixel expresado como un valor que representa su claridad de negro a blanco (Ambrose, Harris, 2006).

Icono.- Elemento gráfico que representa un objeto, persona u otra cosa reduciéndolo a sus características básicas e instantáneas.

Interletraje.- Inserción de espacio entre caracteres para producir una composición armoniosa y equilibrada. Algunas fuentes requieren más interletraje que otras debido a las características de sus tipos (Ambrose, Harris, 2006).

Interlineado.- Espacio entre líneas de texto medido de línea base a línea base. El interlineado se expresa en puntos, y es un término que deriva de la composición en caliente, cuando se colocaban tiras de plomo entre las líneas de texto para proporcionar espacio suficiente (Ambrose, Harris, 2006).

Jerarquía.- Forma lógica de expresar la importancia relativa de diferentes elementos textuales proporcionando una guía visual para su organización. La jerarquía del texto ayuda a que una maquetación sea clara, inequívoca y fácil de digerir. La jerarquía del texto puede establecerse de numerosas formas usando diferentes grosores, tamaños y estilos de una fuente (Ambrose, Harris, 2006).

Línea base.- Línea imaginaria sobre la que se colocan todas las letras de caja alta y casi todas las de caja baja. La línea base es una valiosa referencia para conseguir una ubicación de texto y gráficos acertada y coherente (Ambrose, Harris, 2006).

Logotipo.- Símbolo gráfico diseñado para representar el carácter de una empresa, producto o servicio. Los logotipos funcionan identificado literalmente la organización a la que se refiere mediante caracteres con un estilo que proporciona una indicación de sus puntos fuertes o cultura (Ambrose, Harris, 2006).

Maquetación.- Disposición de texto, imágenes y demás elementos visuales en un diseño para parecerse al aspecto final de la pieza. La maquetación suele crearse sobre una estructura, como una retícula. La maquetación de la página posee áreas activas y pasivas debido a cómo lee el ojo la página (Ambrose, Harris, 2006).

Margen medianil.- Área en blanco que queda en el centro de dos páginas contiguas en una publicación abierta. A menudo, el margen medianil queda mellado durante la encuadernación, lo que significa que cualquier cosa impresa en este borde de la página puede no ser visible (Ambrose, Harris, 2006).

Página maestra.- En el contexto de las aplicaciones informáticas de maquetación, son las páginas plantilla que contienen los elementos comunes que aparecerán en todo el documento. Un documento puede utilizar diferentes páginas maestras para diferentes secciones (Ambrose, Harris, 2006).

Paginación.- Número de páginas en una publicación. También se llama extensión (Ambrose, Harris, 2006).

Papel.- Cualquier papel utilizado para imprimir. Esta página se ha impreso en un papel no estucado. Los diferentes papeles poseen propiedades diferentes que pueden afectar al resultado visual de una pieza impresa, incluyendo un lustro, absorbencia y rigidez variables (Ambrose, Harris, 2006).

Pixel. - Contracción de elemento de la imagen en inglés. El pixel hace referencia a la unidad básica de información para una pantalla de ordenador o para una imagen

digital o en mapa de bits. Las pantallas e imágenes se dividen en retículas, y cada cuadrado de la retícula representa un pixel (Ambrose, Harris, 2006).

Plegado. - Proceso de acabado de impresión en el que las páginas se doblan en varias combinaciones para producir una signatura para encuadernar. Los métodos de plegado producen diversos resultados según la necesidad (Ambrose, Harris, 2006).

Registro.- El grado en el que las diferentes planchas usadas en la impresión se alinean de forma correcta para reproducir con exactitud un diseño. Un mal registro resulta en una imagen borrosa debido a una mala alineación de impresión de los colores (Ambrose, Harris, 2006).

Resolución.- Cantidad de información contenida en una imagen digital. Cuanto mayor es la resolución, más información tiene la imagen y, por tanto, más detallada es. Una resolución más alta también significa que una imagen puede reproducirse en un tamaño grande sin pérdida aparente de la calidad de información. La resolución se mide por puntos por pulgada (DPI), píxeles por pulgada (PPI) o líneas por pulgada (LPI). Estos valores hacen referencia a cuántos puntos, píxeles o líneas se imprimirán por pulgada (Ambrose, Harris, 2006).

Retícula. - Estructura usada para organizar la colocación de elementos independientes en un diseño o página. La retícula (o cuadrícula base) posee una función parecida al andamiaje de la construcción, y actúa como guía de ubicación para texto, imágenes diagramas, tablas, folios, títulos, columnas, entre otros (Ambrose, Harris, 2006).

RG.- Rojo (R), verde (G) y azul (B) son los primarios aditivos de luz que producen luz blanca al combinarse. El ojo contiene receptores que reaccionan ante estos colores aditivos para formar las imágenes que vemos. En la impresión en

cuatricromía, los primarios aditivos se reproducen usando los primarios sustractivos CMYK (Ambrose, Harris, 2006).

Sangría.- La sangría hace referencia a la información que se extiende más allá del punto de recorte de la página, y permite que el color y las imágenes continúen hasta el mismo borde de la página cortada (Ambrose, Harris, 2006).

Simetría. - Réticula o maquetación en la que las páginas anverso y reverso son el reflejo una de la otra (Ambrose, Harris, 2006).

Tamaño de punto.- Medida del tipo desde el asta ascendente a la descendente de cada carácter. Esta medida se deriva de la impresión con tipos móviles y, en origen, era la longitud del bloque de carácter de tipo de metal (Ambrose, Harris, 2006).

Viuda.- Es la última línea de un párrafo cuando posee una longitud inferior a un tercio de la anchura total de la línea, sobre todo si contiene una parte de una palabra que quedó cortada en la línea anterior (Ambrose, Harris, 2006).

Huérfanas. - Línea que pertenece a un párrafo y que queda sola en la parte inferior de una página o columna de texto como consecuencia de haber realizado un corte por el que el resto del párrafo se ha trasladado a la página o columna siguiente. Las huérfanas deberían evitarse a toda costa (Ambrose, Harris, 2006).

Viudas partidas.- Viuda que deja media palabra en una línea. Estas viudas pueden eliminarse reduciendo o aumentando el espacio entre caracteres o palabras, o desactivando la partición de palabras (Ambrose, Harris, 2006).

Justificación.

El presente documento surge a razón de la falta de un estudio que compile los elementos que conforman los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades, que

explique cada uno de los elementos que ordenan, jerarquizan y estructuran todas las noticias que los reporteros, redactores y editores han logrado condensar para su publicación en un periódico.

Este trabajo se considera de ayuda para la comunidad estudiantil y docente ya que es la primera tesina en incluir una matriz comparativa de los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades de Mérida; al realizar este trabajo se brinda una herramienta útil para todo aquel interesado en aprender del diseño editorial y su enfoque al diseño de periódicos.

En este documento no se evalúa la línea y ni mucho menos el contenido editorial, porque no forma parte del objetivo general, ni particulares, únicamente la forma en que son presentados sus diseños estructurales.

Este trabajo propone el uso de una matriz comparativa para identificar los elementos técnicos en el área editorial requeridos por los periódicos seleccionados para realizar el diseño de su producto periodístico.

Al igual que como lo realizó el autor Joaquín López del Ramo, en su estudio: ‘Análisis comparativo de las cabeceras de los diarios españoles digitales respecto a los impresos’, se busca realizar la comparación de los elementos entre ambos productos editoriales para uso y conocimiento de los alumnos de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual.

El resultado de este proyecto es pedagógico, busca despejar las incógnitas sobre los diferentes elementos que actualmente son usados por los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades.

Del mismo modo, este documento puede funcionar como modelo de estudio, usando nuevas formas de análisis y comparación, aplicados no sólo al diseño de periódicos, sino

también a cualquier otra publicación del diseño editorial que se desee estudiar como revistas y libros.

El profesionalista del diseño sabe que sólo tiene un instante para comunicar su mensaje y convencer al público meta. Tal como menciona Lakshimi (2007, p. 6) “En los Quioscos, interminables filas de revistas y periódicos luchan por conseguir la supremacía visual”.

Los profesionistas del área editorial no deben desaprovechar la oportunidad para detenerse un poco y estudiar sobre lo que se edita en la prensa.

Un solo periódico por cada particular o grupo de comunicación local en la matriz comparativa es lo ideal, considerando que esta forma propicia un mayor alcance a otros medios y sus políticas sobre cómo diseñan su periódico.

El día 10 de noviembre del año 2015, se consultó la página de internet de la Dirección de Medios Impresos (Segob, 2016, s/p) órgano de la Secretaría de Gobernación y en donde se plantea lo siguiente: “Existe un total de doce medios diferentes, entre revistas y periódicos, todos con registro y certificación por la autoridad federal”.

Todos los medios contenidos en ese listado serán filtrados a través de ciertos criterios y delimitaciones para que únicamente entren los periódicos que deban ser sujetos de estudio.

Es importante destacar la participación de los mismos periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades que siempre mostraron disponibilidad de brindar información y a estuvieron apoyando este documento de investigación.

¿Para qué sirve este documento? Si no puede responder esta pregunta, es difícil que la continuidad del mismo sea positiva; por ello los autores consultados establecerán el

contexto general de la teoría del diseño editorial y con ello aprender y comprender la función y objetivos de este documento.

Al final del camino, el aprendizaje del alumno y el desarrollo de la herramienta será la conclusión de este estudio y el aporte a la sociedad será valiosa.

Desde el tamaño del papel, hasta los formatos de los tres tipos de periódicos que se manejan a nivel mundial, hasta el nombre de la tipografía en los titulares de los rotativos, podrán ser consultados por los estudiantes en la especialización en diseño editorial.

La especialización en el ámbito profesional trae como consecuencia que los jóvenes compartan el ideal de brindar un diseño que cumpla las expectativas de sus clientes o en este caso en concreto, de sus ávidos lectores.

Según Santiago Miranda (2009, p.21) señala que: “Las personas que eligen trabajar en el campo del diseño comparten, por lo general, una preocupación estética y una visión del mundo y de lo que es posible hacer para mejorarlo”.

Utilizando este trabajo los estudiantes podrán ser capaces de analizar de manera más detallada la composición de un periódico y en un futuro al ingresar a la parte laboral puedan brindar a la sociedad productos de alta calidad.

El mismo Miranda (2009, p. 15) menciona lo siguiente: “Un buen diseño aporta beneficios a la entidad que lo contrata y mejora la sociedad y la calidad de vida del ciudadano que lo utiliza”.

Delimitaciones del estudio.

Los periódicos que queden incluidos en el estudio, deberán cubrir los siguientes requisitos:

- a) Ser distribuido dentro de la ciudad de Mérida, Yucatán.
- b) Pertenecer a un particular o a un grupo de comunicación legalmente constituido.

- c) Haber sido fundado antes del año 2000.
- d) Ser publicado de lunes a domingo y contar con un tiraje no menor a los 15,000 ejemplares pagados.
- e) Contar con un departamento de diseño, que sea el responsable de llevar a cabo las tareas de diseño y maquetación del mismo periódico.
- f) Brindar todas las facilidades para realizar una entrevista con el responsable del departamento para conocer el funcionamiento del área y compilar la información.

Se consultará la información publicada por la Dirección de Medios impresos, de la Secretaría de Gobernación durante el período: 01 de Agosto de 2015 al 07 de noviembre del 2015 para conocer a los medios impresos que tienen registro ante esta autoridad y que circulan en Mérida.

Se analizará un periódico por empresa o grupo comercial, para corroborar que se cumplan con los puntos anteriormente señalados, logrando de esta manera un mejor alcance a la mayor cantidad de publicaciones, esto no quiere decir que serán muchos los títulos expuestos, sino los que cumplan a cabalidad. Este análisis se basa en varios autores especializados en el área del diseño editorial como Timothy Samara, Josef Müller, Lakshmi Bhaskaram entre otros. Se analizarán los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades y la ciudad en donde se realizará el análisis es en Mérida, Yucatán.

Limitaciones del estudio.

El material bibliográfico especializado en la biblioteca de la Universidad Mesoamericana de San Agustín es escaso y por ello se optará por la búsqueda de libros, tesis o tesinas en formato electrónico PDF.

Una limitación es la insuficiente disposición del representante de alguna publicación incluido en la matriz para realizar una entrevista y conocer la información desde la fuente.

La limitación de recursos financieros como factor negativo en el acceso bibliográfico a un cierto número de publicaciones.

Una vez establecida la problemática, así como los puntos que este documento busca cubrir, se realizará la revisión correspondiente de la literatura, la cual brindará el contexto general sobre lo que rodea la temática del diseño editorial pero particularmente del diseño de la estructura de un periódico; como se mencionó en los objetivos particulares, se pretende que el presente trabajo pueda ser usado como fuente de consulta para aquellos estudiantes que deseen especializarse en el área editorial y así puedan contar con una herramienta más para su mayor aprendizaje en el área.

CAPÍTULO II

Revisión de la literatura

Se conocerá el contexto del diseño gráfico, las áreas en las cuales se diversifica, aspectos técnicos y la historia de los periódicos sujetos de estudio para conocer los elementos que logran una publicación.

¿Qué es el Diseño Gráfico?

William Addison Dwiggins (2016, s/p) es probablemente más conocido por acuñar el término ‘Diseño gráfico’, término que creó en 1922 en referencia a sí mismo y a sus actividades en el campo de la publicidad, en su sitio web señala que: “Su obra abarcó libros de diseño, letras, tipografía y caligrafía. Creó varias familias tipográficas, incluyendo dos que todavía se utilizan a menudo hoy en día por la empresa Linotype: Electra y Caledonia”.

El diseño gráfico, es una disciplina cuyo objetivo es la planeación y desarrollo de mensajes, ya sean comerciales o no, que puedan brindar soluciones de comunicación entre productos y servicios a un determinado grupo de personas, el mensaje deberá ser transmitido de tal manera que el mercado meta los entienda claramente y pueda ser influenciado en su decisión de compra, también es llamado ‘arte comercial’.

Es además, un proceso creativo y visual con un objetivo; en comparación al arte y a las plásticas donde se plasman los sentimientos del artista, el diseño se enfoca más a una misión práctica y comercial, sin embargo un diseño puede llegar a ser realmente apreciado por su perfecta realización.

Como vehículo de comunicación el lenguaje visual transmitido por el diseño es capaz de difundir la sabiduría de una forma masiva y eficaz.

Según la Organización Surgenia, el Centro Tecnológico Andaluz del diseño, señala lo siguiente acerca de tres cualidades de las personas que se dedican al diseño:

Las personas que eligen trabajar en el campo del diseño comparten, por lo general, una preocupación estética y una visión del mundo y de lo que es posible hacer para mejorarlo. A su vez, en el trabajo del diseñador confluyen tres cualidades:

- a) La orientación al usuario y al mercado.
- b) La integración de las limitaciones del proceso de producción.
- c) La actitud creativa e innovadora aplicada a la resolución de problemas

(Surgenia, 2009, p. 21).

Esto es lo que sucede en el caso de los periódicos, las noticias y sobre todo las notas que vienen en la primera plana deben ser completamente claras y atractivas al público, ya que se dispone de pocos segundos antes de elegir el ejemplar a adquirir.

Pero, ¿cómo se puede entender la relación que existe entre el diseño gráfico y los periódicos? Jhoana Melfi (2013, s/p) en su artículo ‘Periódico (Diseño y diagramación)’ expone lo siguiente: “Se le entiende como la organización de un conjunto de elementos ubicados por su valor o importancia, basada en un sistema de desarrollo armónico de la técnica visual, que permite la descodificación del mensaje”.

Esta definición puede ser aplicada para lograr una maquetación, una correcta distribución con el contenido y en el espacio que tiene en el periódico.

El periódico es una composición de elementos gráficos y textuales, como una pieza musical lleva ritmo, notas altas y bajas; es una experiencia para el lector y el diseñador gráfico es responsable de causar esa experiencia, se puede resumir en dos conceptos: ‘contenido y diseño’. Esta fórmula causa la experiencia en el lector al ir cambiando las páginas para leer las noticias.

El esquema y el posicionamiento de los diferentes elementos en la página de un periódico vienen con una clara intención: que el lector comprenda rápidamente el contenido que está leyendo.

Ramificaciones del diseño gráfico

Según Julio Flores (2011), en su artículo ‘Áreas y disciplinas del diseño gráfico, las ramas del diseño gráfico’, publicado en el sitio web se dividen de la siguiente manera:

Flores (2011, s/p) define al ‘Diseño Publicitario’ de la siguiente manera: “Diseño de publicidad en cualquiera de sus formas gráficas, uso intensivo de la persuasión, la percepción visual, está apoyada por el Marketing y el objetivo principal es convencer, producir emociones y/o acciones específicas”.

Es el diseño gráfico totalmente publicitario, en el cual la misión es mandar un mensaje para un público meta, tal como lo menciona en su sobrenombre ‘arte comercial’ el fin del diseño publicitario es comercializar productos y servicios y para esto también la disciplina puede utilizar diferentes medios editoriales como las revistas o periódicos o cualquier medio impreso y que sea masivo.

En el caso del ‘Diseño Editorial’, el autor Flores (2011) plantea su concepto de la siguiente forma:

Diseño de publicaciones de carácter informativo, de entretenimiento y llanamente ‘contenidos’ escritos, muchas veces combinados con fotografía, ilustración y hasta animación, según el soporte; de manera general se busca que el contenido sea consumido fácilmente por un público objetivo, que sea rentable para grandes tirajes y se adapte a los requerimientos tanto de los editores, longitud de publicaciones futuras (si es el caso) y a todo el proceso de pre-prensa en el caso de medios impresos (s/p).

Esta ramificación se sirve de los medios impresos distribuidos de forma masiva, como por ejemplo: folletería, revistas de toda índole, informativos, culturales y cualquier tópico, inclusive de los periódicos, en todos los casos el diseño en el cual lleva el mensaje comercial que debe dar a conocer lleva un mismo estilo, para que el mensaje sea fácilmente recordado, desde la ubicación del logotipo hasta la paleta de colores del cual está hecho el anuncio.

El concepto de ‘Diseño de Identidad Corporativa’ Flores (2011) lo explica de la siguiente manera:

‘Sencillamente’ es el diseño de marcas, es de las áreas del diseño que requieren de mucha más investigación y disciplina, aquí se busca crear un sistema de diseños homogéneos que tengan congruencia y cierta predictibilidad de un soporte a otro. Busca definir la personalidad de una empresa, la cara de la misma ante el público por lo que el mensaje específico debería ser claro, conciso y crear valor (s/p).

Esta ramificación del diseño gráfico se especializa en el desarrollo de marcas comerciales o de algún giro empresarial, deportivo, cultural o de cualquier tipo de interés; la misión es crear una identidad fácilmente reconocible por su mercado; una particularidad es la planeación de las aplicaciones en los cuales sea utilizada vaya acorde al concepto en el cual se pensó y que los medios tradicionales o nuevos medios digitales se represente según los intereses particulares de las mismas marcas.

Nuevamente se recurre a Flores (2011) para definir al ‘Diseño Web’, explicándolo de la siguiente manera:

El más reciente de todos, el diseño de sitios web incorpora prácticamente todas las enseñanzas de las demás disciplinas, ha venido a revolucionar la forma en que se diseña debido a algunas limitaciones del medio y a sus grandes alcances también.

Aquí podemos tener desde el equivalente editorial, publicitario, corporativo y lo que esté por venir, es un área veloz, dinámica y muy cambiante (s/p).

En esta ramificación del diseño intervienen la planeación, el manejo de colores oficiales de la marca o empresa. La maquetación de la página web utiliza las mismas bases teóricas del diseño de una página impresa como por ejemplo: la distribución, jerarquización de todos los elementos ya sean títulos, fotografías y contenido; de manera dinámica con la utilización de imágenes cambiantes en donde se presenten servicios o productos para consumo masivo.

Para plantear la definición del concepto de ‘Diseño de Envase’, Flores (2011) lo hace de la siguiente forma:

De la vista, nace el amor. El diseño de envase se enfoca en la forma en que se presentan visualmente los envoltorios o empaques de cualquier producto, se acompaña del diseño publicitario, también el diseño de stands, por supuesto el marketing, persuasión, percepción visual. Funciona como uno de los elementos que hacen que un producto se venda o no (s/p).

Aquí se desarrolla un objeto contenedor y que transportará el producto a vender; el diseño de envases maneja paralelamente tanto la ingeniería y diseño para lograr la armonía entre la funcionalidad, ergonomía y estética. Es importante que la marca esté ubicada en el mejor lugar posible, para que el consumidor final pueda identificarlo por el diseño de algún elemento especialmente desarrollado para el producto.

Ya por último, Flores (2011) presenta la definición del concepto ‘Diseño Tipográfico’ de esta forma:

La letra, el caballo de batalla en el diseño, tiene su propia área porque diseñar tipografía toma toda una vida, en México podemos contar con las manos el

número de diseñadores tipográficos. Es de las áreas del diseño más antiguas, más exigentes y más bellas. Busca crear herramientas de comunicación visuales y abstractas de la palabra, darles una personalidad única y estilos para diferentes usos en muchos contextos (s/p).

Aquí se van desarrollando alfabetos especialmente únicos y con particularidades específicas, que vayan acorde al concepto de alguna marca de producto o algún servicio. Como el mismo concepto menciona, existen pocos diseñadores que se dedican a esta área del diseño; su grado de complejidad es alto porque al final el resultado es una tipografía única que transmite el mensaje para la cual fue concebida.

En México existen tipógrafos de alta calidad como Gabriel Martínez Meave, Enrique Ollervidez y Cristóbal Enestrosa entre otros.

¿Qué es el Diseño Editorial?

Es la rama del diseño gráfico que se encarga de la planeación, elaboración y desarrollo de libros, revistas, folletos y periódicos mismos que sirven para comunicar e informar a la sociedad; ordena y construye a partir de imágenes y caracteres, mejora, sintetiza, y jerarquiza la información que va a ser transmitida.

El autor Juan José Manjarrez de la Vega (2010) comenta lo siguiente sobre el diseño editorial:

El estudio del diseño editorial observa, la forma, el formato, efectividad y funcionalidad del medio para transmitir un mensaje. No solo es importante el contenido de un artículo u historia, todos los elementos de diseño y producción determinan que tan bien recibido es nuestro mensaje (p. 4).

Además de la preparación académica y habilidad nata, el diseñador gráfico especializado en el área editorial tiene que conocer a detalle lo que se pretende comunicar, para que el

mensaje llegue de forma clara y entendible al público meta; en concreto, es darle una estructura más visual, llamativa y que sea fácil de entender para el lector.

Ahora, ¿cómo se relaciona el diseño editorial con un periódico? el periódico es el medio impreso con mayor difusión y con mayor alcance en la sociedad y por esta razón el diseño editorial busca lograr una armonía entre los elementos como lo son la retícula, las imágenes y los textos para que no haya un desorden visual, tenga legibilidad; el aporte más importante del diseño editorial al periódico es que sus páginas sean visualmente funcionales, atractivas y dinámicas.

¿Qué es un periódico?

El periódico es un medio masivo de comunicación que tiene contenido de interés general para la sociedad; la información está organizada en secciones para que el lector pueda acceder a las notas sin problemas. El formato puede ser tradicional de tamaño tipo sábana, es decir, de ocho columnas o tipo tabloide de 6 columnas.

Esta es una visión del periódico y la plantea el autor del libro ‘¿Qué es el diseño editorial?’ Lakshmi Bhaskaran (2006, p. 110) la cual dice: “El mundo del diseño de periódicos es diferente a cualquier otro. El contenido del periódico cambia a diario a medida que llegan a la redacción las últimas noticias, historias e imágenes, pero el aspecto general del periódico permanece inalterable”.

La composición de las páginas tiene como base el acomodo de los textos que junto con las imágenes o ilustraciones logran una correcta maquetación. Cuando se selecciona una familia tipográfica se debe tener en cuenta ciertas consideraciones de legibilidad y tamaño. En la distribución de los elementos debe existir una jerarquización para los títulos, sumarios, fotografías y/o ilustraciones, pie de foto, créditos, citas, entre otros.

En el mismo contexto, Bhaskaran (2006, p. 110) plantea lo siguiente:

El diseño de un periódico no ofrece al diseñador la oportunidad de experimentar tanto como en las revistas, pero los diseñadores de periódicos se enfrentan a un gran número de decisiones de diseño a diario que deben resolver si desean presentar la información de la manera más exacta, justa y posible.

El periódico es el medio de comunicación más antiguo, aquí vienen compilados y documentados todos los acontecimientos de interés social, económico y políticos que son importantes para la sociedad.

Llega dividido en noticias y éstas a su vez vienen insertadas en secciones como: local, nacional, deportes y sociales; el mensaje o noticia que transmite un periódico y el impacto de ésta, está directamente relacionado a la línea de tiempo en el que se desarrollan.

Estructura de un periódico

La portada del periódico es la cara del medio, es la hoja en donde se plasman la nota principal y el resto de las notas más destacadas del día y funge como un sumario de las notas, su función es de gran importancia, debido a que dependiendo de lo impactante de la portada, será lo que haga que el público se decida a comprarlo, así lo plantea el instituto Katholische Universität Eichstätt Ingolstadt.KU “La portada de un periódico es la tarjeta de presentación del medio, los responsables del diario presentan las noticias más relevantes y aquellas que desean destacar” (Katholische Universität Eichstätt Ingolstadt.KU , s/f, p. 4).

EXPO FERIA Inadern y gobierno estatal apoyarán financieramente escaparate de emprendedores P. 13

MILENIO NOVEDADES

SIPSE
www.sipse.com
YUCATÁN
SÁBADO
12 de septiembre de 2015
AÑO 10, NÚMERO 3430
\$5.00

PREVISIÓN CONSTANTE DE INDUSTRIAS Y CFE
Se alarga la contingencia en Yucatán por desabasto de gas natural P. 04

CONVOCAN A OTRAS 5 RUTAS DEL SITUR
Ven en paquete fiscal vía de modernización del transporte urbano P. 07

LLUVIAS PARA EL DOMINGO
Mucho calor hoy y mañana en la región P. 09

Piden austeridad Inflan con 304 mdp arcas de Comunas
Tocan a Mérida 100 millones de pesos de participaciones de tres partidas federales

Morosos del 4%
Recurrir Agencia Fiscal a dependencias para cobrar impuesto P. 10/11

El O'Horan sólo atiende a pacientes con complicaciones con otros padecimientos

Contrata el IMSS personal "extra" por chikungunya

Con motivo del aumento en la atención de posibles casos de la nueva enfermedad y el dengue habilitan un mayor número de consultorios en las UMF P. 14

Insumos caros Alza en el precio de la carne de cerdo
El incremento, en los próximos dos meses, podrá ser de 10%, dicen porcicultores P. 13

PROTEGEN FIESTAS PATRIAS. El gobernador Rolando Zapata Bello encabezó ayer la reunión del Grupo de Coordinación Local de Seguridad Pública, en la cual se dieron a conocer los eventos que formarán parte de los festejos del mes patrio en esta capital y se pidió redoblar esfuerzos en las labores de protección. Foto: Milenio Novedades P. 05

HOY ESCRIBEN
Felipe Mendoza Milán, Mónica Quintal, Raúl Adá Montforté González, Juan Manuel González Ponce, Ricardo Tambo p. 40/43
Miguelo Sáenz, Xavier Velasco, Hugo García Michel p. 22/23

síguenos en la red...
www.milenionovedades.com
f.com/mileniolyucatan
g.mileniolyucatan

Diario de Yucatán

EL PERIÓDICO DE LA VIDA PENINSULAR FINAL / \$8.00

AÑO LXXVIII EDICIÓN DIARIERA, YUCATÁN, MÉXICO yucatan.com.mx SÁBADO 10 DE FEBRERO DE 2015

¡A CORRER!
La Primera Carrera Grupo Promotora Residencial 2015, el 10 de marzo. DEPORTES

CIENCIA

Amenaza celeste

Pánico por la entrada de un meteorito a la atmósfera

Más de un millar de heridos en una ciudad de Rusia

El meteorito ingresó en la atmósfera de la Tierra a una velocidad hipercónica de al menos 14,000 kilómetros por hora y se desmenuzó a una altura de 30 a 35 kilómetros por encima de la superficie, entre las ciudades de...

DEPORTES | JUCAO. El atleta yucateco Oscar Pineda rompió ayer en Bahía por las actuaciones del campeonato de su novata.

Una semana ha y un entrenamiento maratónico durante que de gracias a los habitantes de la ciudad de Chikungunya, Rusia, en la región de los Montes Urales.

La explosión de un meteorito ocurrió en un momento crucial de la entrada a la atmósfera de un meteorito de entre 10 y 30 metros de diámetro y 10 toneladas de peso.

El evento espacial causó pánico en la población de una familia numerosa y resultó en más de un millar de heridos en varias ciudades de la zona.

SAJUD

Alarma por gripe en aves

Se detecta el mal en siete granjas de Guanajuato

El Servicio Nacional de Salud, Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA) confirmó ayer la presencia del virus de influenza aviar H7N1 en siete granjas de dos municipios de Guanajuato.

Los centros de producción se encuentran en Dolores Hidalgo y San Luis de la Paz. Dicho pronóstico resulta que la población humana al tanto es de 300,000 personas.

Para evitar el riesgo de circular el virus de influenza aviar se recomienda a los productores de la zona que se abstengan de vender sus productos.

GOBIERNO

Yucatán: retos en justicia familiar

Hablan expertos en un foro de Grupo Megamedia

Tres especialistas del foro, que se realizó ayer en un espacio público y gratuito, coincidieron en que el mayor reto de la justicia familiar en Yucatán es establecer a grandes rasgos el sistema de justicia que se debe implementar en el estado.

Los expertos hablan de los beneficios del Colegio de Familia y de los riesgos que se deben evitar en su implementación para beneficiar a la familia.

Se trata de Miguel Ceballos Quintal, presidente del Tribunal Superior de Justicia, Ignacio Ponce, secretario de Justicia, y Daniel López Martínez, director de Justicia.

Los tres participaron en un foro de Grupo Megamedia.

IMAGEN

Hugo Chávez reaparece

El mandatario posa junto a dos de sus hijos en La Habana

Más de dos meses después de haber sido operado de un cáncer en La Habana, el presidente de Venezuela, Hugo Chávez, reaparece en televisión.

El mandatario posa junto a dos de sus hijos en un momento de su estancia en la capital cubana.

El video se vio en un momento de su estancia en la capital cubana.

SOCIEDAD

El cáncer, 2a. causa de muerte en niños

Más de 5,000 casos nuevos se detectaron en el país

Interacción entre el cáncer infantil y el cáncer "adulto" indica que en México existen más de 5,000 nuevos casos de la enfermedad.

Figura 1. Portada de los periódicos Milenio Novedades, Grupo Sipse; portada del Diario de Yucatán,

Compañía Tipográfica Yucateca, 2015.

Elementos de la portada del Diario de Yucatán



Figura 2. Elementos que forman la portada del Diario de Yucatán. Elaboración propia, 2015.

Elementos: 1.- Logotipo: nombre de la publicación que incluye el diseño, tamaño y grosor de las letras, y en muchos casos el color; de forma tal, que se distingue a primera vista del resto de los periódicos. 2.- Lema: enuncia el objetivo de la publicación e igualmente

pretende llamar la atención. 3.- Fechario: indica el lugar, fecha de aparición, el año, el volumen o tomo. 4.- Cabeza principal: es la noticia principal del día, ocupa un lugar preponderante, en ocasiones de lado a lado, es decir las 8 columnas. 5.- Subcabeza: amplía lo dicho en la cabeza principal. 6.- Fotos o grabados: ilustran la noticia. 7.- Pie de foto: es una frase breve aludiendo a la noticia de la foto. 8.- Cintillo: se ocupa de la segunda noticia en importancia. 9.- Sumario: menciona los temas más relevantes y centrales de la información.

Contraportada

Esta es la última página, tiene contenido diferente a las otras partes del periódico, viene más informal, se acompaña de fotos y puede incluir entrevistas o notas breves de información y/o publicidad.



Figura 3. Contraportada del periódico Milenio Novedades, Grupo Sipse, 2015.

La tipografía

El origen de la palabra tipografía proviene de dos palabras en griego, en el cual ‘tipos’ significa golpe y ‘graphos’ escribir, escritura.

‘Fotonostra’ (s/a, s/f, s/p) define a la Tipografía de la siguiente manera: “El arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras’.

En los inicios de la imprenta de Gutenberg, el ‘tipo’ era un objeto de metal que en su parte superior tenía el relieve de una letra invertida, signo que era usado para impresión. Fuente es un conjunto o surtido completo de letras, signos y blancos tipográficos de una clase o tipo determinados, los autores Andrew Haslam y Phil Baines (2005) así lo mencionan en el libro ‘Tipografía. Función, forma y diseño’, aquí su planteamiento:

Se le llama ‘Carácter’ a un signo de cualquier sistema de escritura; y de forma más precisa, a un cierto estilo o forma particular de escritura, a mano o de imprenta.

Desde finales del siglo XIX, el término se aplica a un conjunto de estilo afines: letras ‘Cursivas’, ‘Redondas’, ‘Negrillas’, ‘Cursiva Negrilla’, ‘Versalita’, etc (p. 33).

Al pensar en la relación que mantiene la tipografía con nuestras actividades de todos los días, se caería en la cuenta de que están estrechamente ligadas. La tipografía nace cuando el hombre crea la escritura y esto queda en el registro de la historia y la forma de la escritura dependía del fin, ya sea para la religión u otro tipo de objetivo.

Actualmente la tipografía ha ido evolucionando disciplinadamente, de lo artesanal a lo tecnológico y su desarrollo ha sido de una importancia relevante para el mundo de las artes gráficas, sino existiera la tipografía ¿cómo se podrían los emisores comunicar los

mensajes a sus destinatarios? es por ello que están íntimamente relacionadas todas las áreas del diseño, marketing y publicidad.

Tipógrafo

El portal ‘Unos Tipos Duros’ (2003) lanza el artículo denominado ‘Tratado clásico de tipografía 1: Generalidades’ en el cual define con exactitud la función del tipógrafo:

En los primeros tiempos de la imprenta, los impresos se obtenían casi exclusivamente a base de tipos, o letras de imprenta; de donde al arte de imprimir se le llamó tipografía, o sea, impresión con tipos; y a los que trabajan en este arte, se los llamó tipógrafos. Por tanto, se puede definir la tipografía como el arte de componer e imprimir con tipos movibles, o planchas de diversos materiales, fundidos o grabados en relieve y al tipógrafo como el operario encargado de componer de forma satisfactoria las palabras y los textos ayudándose para ello de las reglas tipográficas y ortográficas (s/p).

En pocas palabras, es responsable de todo lo que puede afectar la apariencia visual del texto en la página o cualquier plataforma en la que se presente el texto; estudia y evalúa sus formas, grosores y tamaños de las letras.

Este oficio necesita de habilidades que no todas las personas poseen; es indispensable que los tipógrafos tengan dominios de los elementos gráficos y buen sentido de la estética. Deben ser rápidos en el manejo y uso de pequeños caracteres y signos para que la obra a imprimir quede lo mejor posible.

Actualmente, los diseñadores tipógrafos son quienes vean creando nuevas familias tipográficas; utilizando como base una hoja de papel y lápices para bocetar cada letra y una

vez definido el estilo, se digitaliza para ayudarse con los vectores “puliendo” el diseño final.

Kerning y Tracking

El autor Diego Luis Álvarez Fernández (2009), en su obra ‘Libro de diseño editorial, lo que debes de saber’, explica la definición del término ‘Tracking’ de la siguiente manera:

El tracking o interletrado se aplica a un conjunto de caracteres a diferencia del kerning, que se hace sólo entre dos letras-. El espacio de interletrado que se añade es un valor fijo para todas las letras; sin embargo, con la tecnología digital se puede hacer que este valor sea negativo, lo cual era imposible en la composición en plomo (p. 9).

El kerning básicamente es aplicar mayor y menor espacio entre dos caracteres; normalmente los diseñadores editoriales lo utilizan cuando se requiere distribuir cierta cantidad de texto de una nota en espacios no muy extensos.

El autor Álvarez (2009) explica también el concepto del ‘Tracking’ de la siguiente manera:

A pesar de que las distancias son las mismas para las figuras, en la primera línea la apariencia de la palabra hanovah presenta regularidades en los espacios interletra blanca. Las formas de las letras son tan arbitrarias que para hacer que luzcan bien espaciadas se deben tener en cuenta las “masas de aire” que las separan y no sus distancias; estas masas o áreas deben ser, ópticamente, lo más parecidas (p. 10).

El tracking es cuando se expanden o comprimen los espacios entre los caracteres en un párrafo, los diseñadores editoriales usan esta opción para acomodar un texto en un espacio no muy extenso.

Jerarquía y Maquetación

El diseño gráfico consiste en el desarrollo de cómo se presenta un mensaje de forma visual y la maquetación es una de las herramientas que el diseñador puede usar, así lo explica el autor Bhaskaran (2006, p. 60) en su libro ‘¿Qué es el diseño editorial?’, “El diseño gráfico trata, sobre todo, del proceso de gestión de la información visual, y la maquetación, es sólo una de las numerosas herramientas que el diseñador tiene a su disposición para dirigir al lector por el contenido”.

El diseño gráfico es cuando se presenta una idea con una forma visualmente atractiva, con la intención de despertar el interés del mercado al cual va dirigido y que éste entienda el contenido del mensaje.

Nuevamente, para el autor Bhaskaran (2006, p. 60) “La jerarquía se refiere a los diversos estilos tipográficos que son usados por el diseñador para llevar al lector por toda la maquetación, es decir mientras más grande sea el elemento”.

La jerarquía acomoda y distribuye los elementos de una publicación según el grado de importancia, con el único objetivo de que el lector recorra el contenido de una manera ordenada y entienda el mensaje que está procesando.

La maquetación sirve para colocar y distribuir los elementos a usar para una publicación, textos e imágenes y ver cómo se relacionan entre sí logrando la armonía entre todos los elementos que participan en la composición.

Es muy importante ya que una maquetación bien realizada contribuye a que el lector entienda rápidamente el mensaje y una pésima maquetación podría dejar al lector confuso y

con frustración. Al momento de maquetar, el diseñador tiene presente que su base es el contenido a trabajar, ya que el contenido y la intención de la publicación serán los determinantes de cómo se desarrollará la maquetación.

La jerarquía del texto permite al diseñador gráfico organizar el texto visualmente en el área de trabajo y denota diferentes niveles de importancia según el uso de diferentes tamaños y estilos de fuente. Una página sin estructurar, con texto gris sólido que no ofrezca ninguna guía visual sobre cómo consumir la información es realmente difícil de leer y aburrida de mirar. Igualmente, una página denominada por atrevidos elementos tipográficos distraerá la atención del contenido en lugar de llevar al lector a él.

El buen diseño consiste en conseguir el equilibrio correcto entre ambos, o sea, diseñar una potente maquetación y una estructura jerárquica clara que facilite la orientación en una publicación y que sea de fácil lectura y agradable a la vista.

¿Qué es la retícula?

La retícula es una estructuración fundamental que se utiliza en el diseño editorial, ya que al dedicarle la correcta planeación se maximizará el tiempo al momento de plasmar el diseño. Se usa como base para colocar y ubicar todos los elementos del proyecto diseñado.

Al usar una retícula bien planificada se podrá hacer efectiva la organización de toda la información en las páginas de forma clara, ordenada y coherente, Bhaskaran (2006, p. 64) hace la definición de la siguiente manera: “La retícula se usa para ubicar y contener los diferentes elementos en un único diseño, asegurando un resultado mucho más exacto y calculado”.

Una retícula es una forma de presentar los elementos de una composición como los son las imágenes, símbolos, textos, encabezados, fotografías, pie de foto, infografías, en fin todo que se requiere para comunicar el mensaje.

Sería complicado diseñar sin una retícula ya que brinda solución de comunicación y producción. Los beneficios que otorga son sencillos: estructuración, orden, jerarquización, claridad, eficacia, economía y continuidad.

Cuando una retícula es desarrollada de forma eficaz para un diseño específico significa darle valor al contenido de diseño. ¿Cuáles son las partes importantes de una retícula? Los márgenes, que son los espacios negativos entre el borde del formato y el contenido; las líneas de flujo, las zonas espaciales, los marcadores, los módulos y las columnas.

Se debe considerar que la retícula, a pesar de ser una referencia más clara de cómo ordenar toda la información y demás elementos, preferentemente no hay que forzar el contenido que en ella irá; la función de la retícula es mantener la unidad de toda la composición.

Existen muchas alternativas para trabajar dentro de la retícula, incluso, es válido romper la estructura cuando el diseño lo propone y siempre se debe poner a prueba los límites del diseñador gráfico para comprobar que el acomodo de toda la información fue hecha de manera satisfactoria.

Partes de una retícula

El autor Timothy Samara (2006), en su obra ‘Diseñar con y sin retícula’ plantea el concepto de los márgenes de la siguiente manera:

Son espacios negativos entre el borde del formato y el contenido, que rodean y definen el espacio de trabajo en donde estará la mancha tipográfica e imágenes. Las proporciones de los márgenes requieren de una consideración profunda, ya que contribuyen a delimitar la mancha tipográfica (p. 23).

Son las delimitaciones que señalan el espacio de trabajo, mismas que permiten mantener centrada la retícula y el contenido, con esto se brinda presentación al diseño y los márgenes son básicos en cualquier proyecto editorial.

El autor Samara (2006), en su obra ‘Diseñar con y sin retícula’ plantea el concepto de las ‘columnas’ de la siguiente manera:

Son alineaciones verticales de tipografía, van creando divisiones horizontales entre los márgenes. Puede haber un número cualquiera de columnas; todas deben tener la misma medida de ancho o incluso si el acomodo lo requiere pueden variar, según sea el caso (p. 23).

Es la formación vertical en la cual se va ordenando y distribuyendo toda la mancha tipográfica en todo el espacio de trabajo.

El autor Timothy Samara (2006, p. 23) habla de las ‘Zonas espaciales’ de la siguiente manera: “Son grupos de módulos y pueden ser utilizados para mostrar información; por ejemplo, un campo alargado horizontal puede usarse para imágenes y el campo inferior puede ser usado para una serie de columnas de texto”.

Los módulos ayudan a los medios a posicionar los elementos dentro de la maquetación, ya sean las imágenes o mancha tipográfica; son de mucha ayuda para los departamentos de diseño y ventas publicitarias.

Según Timothy Samara (2006, p. 23), las ‘Líneas de flujo’ se definen de la siguiente manera: “Son alineaciones que rompen el espacio de trabajo, dividiendo en bandas paralelas horizontales. Éstas guían al ojo sobre el formato y se utilizan para crear puntos de pausa e inicio del texto e imágenes”.

Las líneas de flujo ayudan a llevar al lector de forma adecuada a recorrer la nota y así entender el mensaje que está leyendo.

Para Timothy Samara (2006, p. 23) ‘Los módulos’ se definen de la siguiente manera: “Son unidades individuales de espacio que están separados por intervalos regulares que al repetirse van formando columnas y filas”.

Es la unidad de la cual está conformado todo el espacio de trabajo, con los módulos los diseñadores se ayudan para el desarrollo del periódico.

Para Timothy Samara (2006, p. 23) los ‘marcadores’ se definen de la siguiente manera: “Nos indican la posición de un texto que se repite a lo largo del documento, como folios explicativos, títulos de sección, los números de página o cualquier otro elemento que ocupe una única posición en una maqueta”.

Los marcadores ayudan a identificar la ubicación de algún elemento, la numeración de la página, las secciones, entre otras cosas.

A continuación se presenta una imagen en donde se señalan los elementos antes descritos:

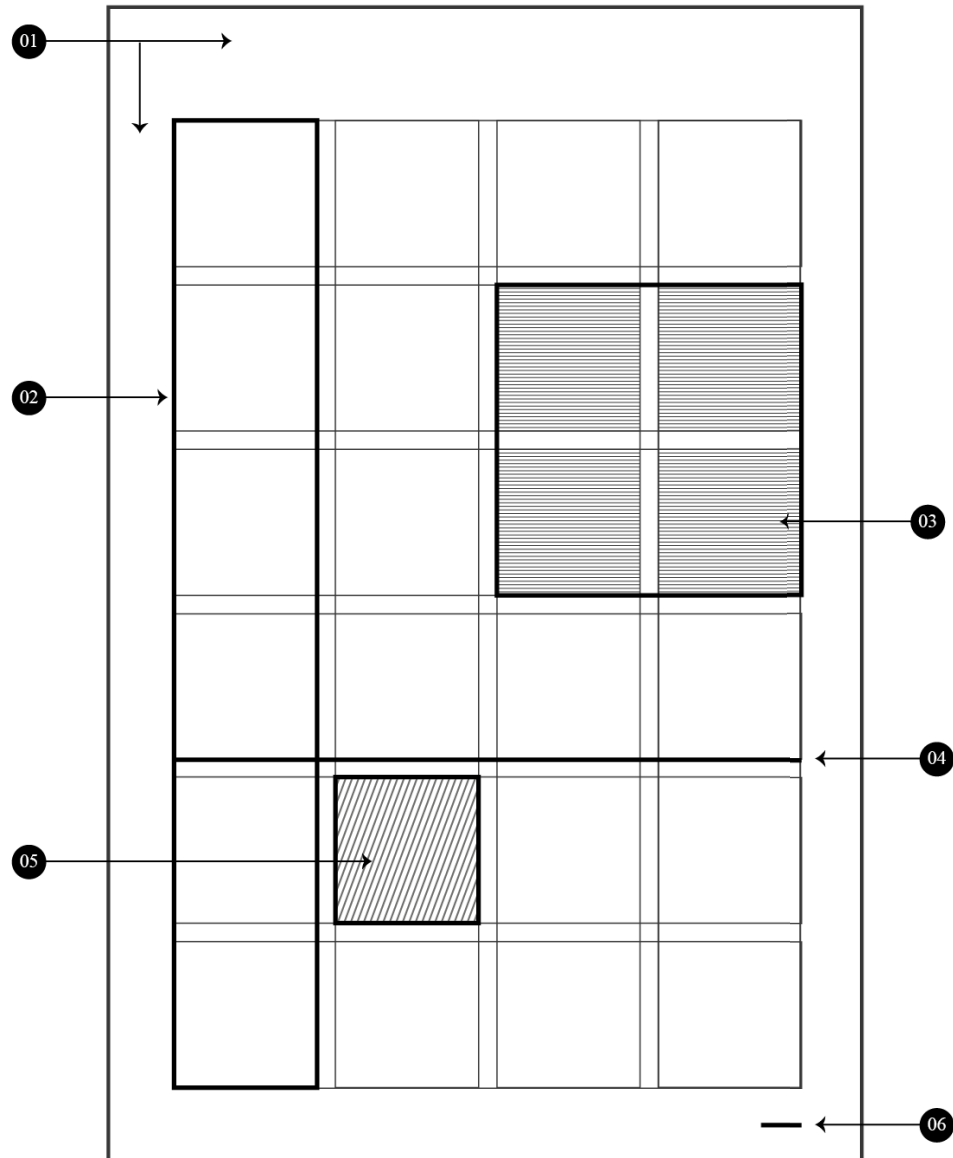


Figura 4. Diagramación de una retícula, ilustración propia, 2015.

1.- Márgenes, 2.- columnas, 3.- zonas espaciales, 4.- líneas de flujo, 5.- módulos, 6.- marcadores.

Tipos de retículas

Para Mauricio Vico (2009) en su obra ‘Diseño Editorial y Diseño de la información’ plantea la definición de la ‘Retícula de manuscrito’ de la siguiente manera:

Estructura de base rectangular, ocupa la mayor parte de una página. Acoge textos largos y continuos, tiene una estructura principal (margen y texto) y otros elementos secundarias que se definen otros detalles como folio, título de capítulo, notas de pie, numeración, etcétera (p. 14).

Es la retícula con más tiempo de uso, ocupa todo el espacio de la hoja y se representa como un área rectangular.

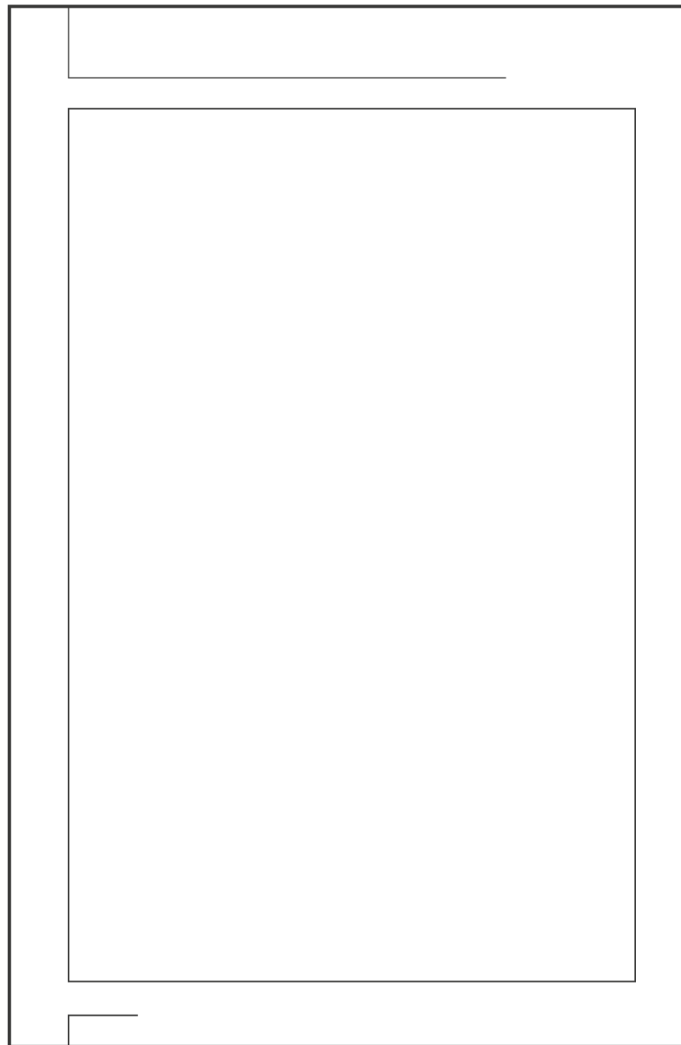


Figura 5. Retícula de manuscrito, ilustración propia, 2015.

Para Vico (2009, p. 15) la ‘Retícula de Columnas’ se describe así: “Sirve cuando se presenta información discontinua, así se disponen entre columnas verticales, es de carácter

flexible y se utiliza para separar diversos tipos información, por ejemplo: columnas para texto y otras para imágenes”.

Esta retícula es la más usada en el área editorial y en área digital; en el primer caso usada por los periódicos para distribuir todos sus elementos e información y en el caso del área digital o web, aquí las columnas pueden ser infinitas, según se requiera en el diseño del sitio o página web.

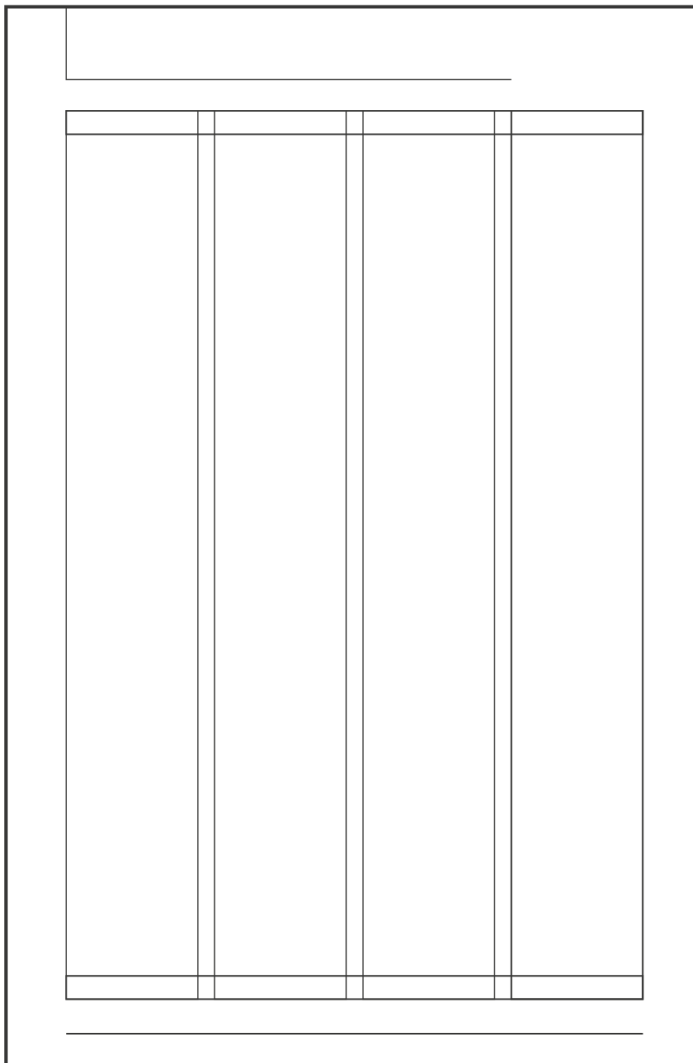


Figura 6. Retícula de columnas, ilustración propia, 2015.

En este mismo texto, Vico (2009, p. 16) plantea la definición de la ‘Retícula Modular’ de la siguiente manera: “Sirve para proyectos complejos. Los módulos pueden ser verticales u horizontales dependiendo de la organización de las imágenes. Retículas que sirven para diagramar periódicos, sistemas de diseño de información tabulada como cuadros, formularios, programaciones, etcétera”.

Es una retícula que sirve de mucha ayuda para el desarrollo de composiciones complejas y que pueden ser horizontales o verticales, según lo requiera el diseño, logrando una mejor distribución de todos los elementos.

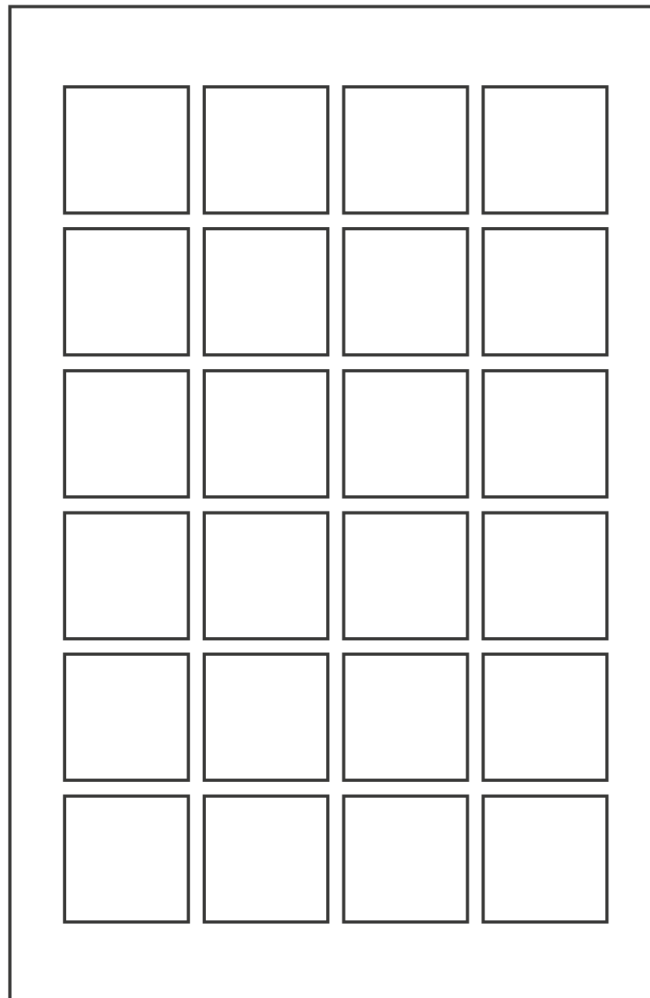


Figura 7. Retícula modular, ilustración propia, 2015.

Mauricio Vico (2009, p. 17) en su texto ‘Diseño Editorial y Diseño de la información’ plantea la definición de la ‘Retícula Jerárquica’ de la siguiente manera: “Esta rompe con todos los esquemas anteriores, ya que está basada en suposición intuitiva de alineaciones relacionadas a las proporciones de los elementos”.

Esta retícula ha sido desarrollada en base al sentido común, teniendo presente los tamaños, rol de importancia de los elementos.

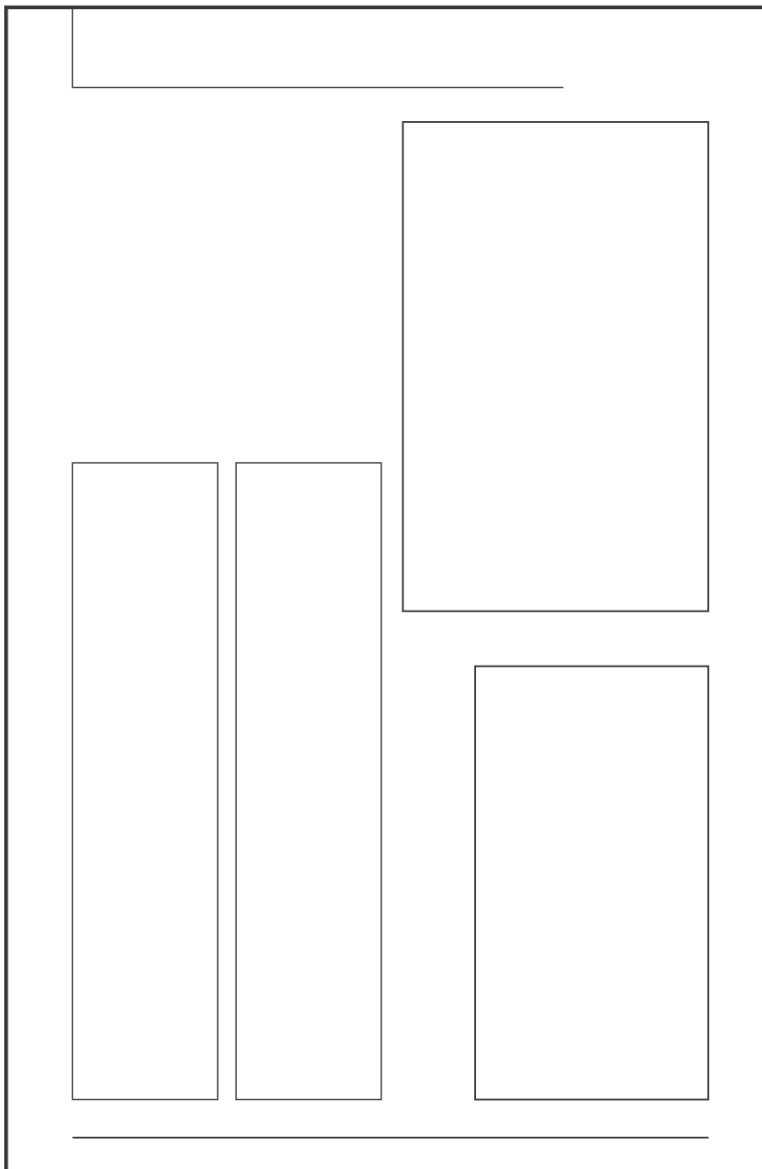


Figura 8. Retícula jerárquica, ilustración propia, 2015.

Construcción de la mancha tipográfica.

Para Mauricio Vico (2009, p. 19) la ‘Mancha tipográfica’ se define como: “Es el nombre que se le da a la superficie impresa. El formato de la página y la amplitud de los márgenes determinan la dimensión de ésta”.

Es el contenido informativo del periódico, la mancha no rebasa las delimitaciones hechas por los márgenes; si nuestra retícula está cuidadosamente desarrollada, la mancha tipográfica tendrá un aspecto amigable para los lectores.

Los ‘Márgenes o blancos de página’ Vico (2009, p. 20) los define de la siguiente manera: “Los blancos cumplen la función de comunicar de manera más grata y precisa”.

Son los espacios en blanco que están situados alrededor de la mancha tipográfica, y se les llama: cabeza, pie, lomo y corte.

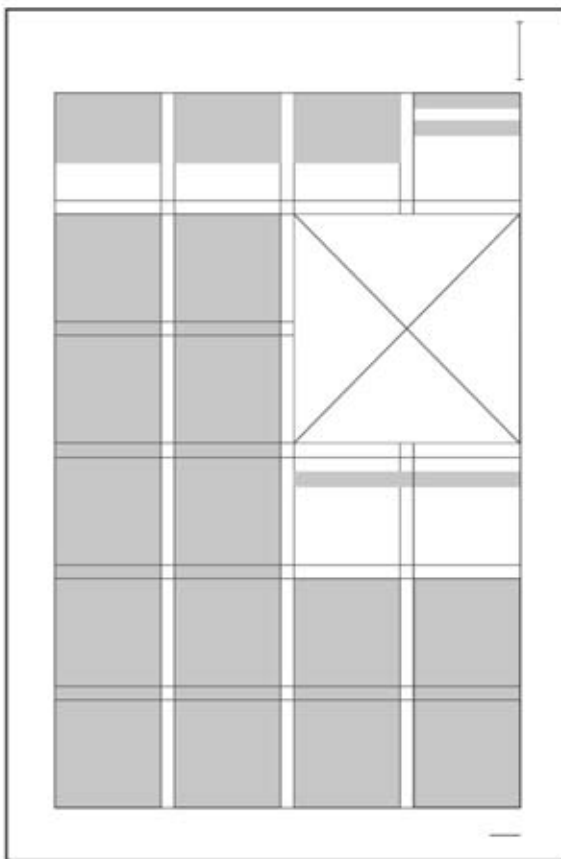


Figura 9. Construcción de la mancha tipográfica, ilustración propia, 2015.

Tamaños del papel

Todos los formatos de papel estándar, en la mayor parte del mundo, parten de la norma DIN 476 del *Deutsche Institut für Normung* ‘Instituto Alemán de Normalización’ (DIN, Deutsches Institut für Normung e. V., 2015, s/p).

Hoy en día las medidas de los diferentes tamaños del papel vienen con la regulación de la Organización Internacional de la Normalización, mejor conocidas como normas ISO y se definen en cinco series que van entre el DIN A y el DIN E.

La serie más utilizada es la DIN A, regulada por la norma ISO 216. Esta serie se compone de 10 elementos que van desde el DIN A 0 al DIN A 10.

En la serie DIN A destacaremos los siguientes puntos:

El DIN A4 está destinado para uso general (oficinas, fotocopiadoras, dibujo técnico y escrituras).

Es la serie básica de tamaño de papeles “finales” porque son los que el usuario recibe, los tamaños se basan en el sistema métrico decimal.

Todos los tamaños siguen una proporción característica: ‘Cada formato equivale a la mitad del tamaño superior o al doble del tamaño inferior’ es decir, si doblamos por la mitad más larga un A4 obtenemos un A5 y así sucesivamente.

A continuación una representación gráfica sobre la división de las medidas de los diferentes tamaños del papel.

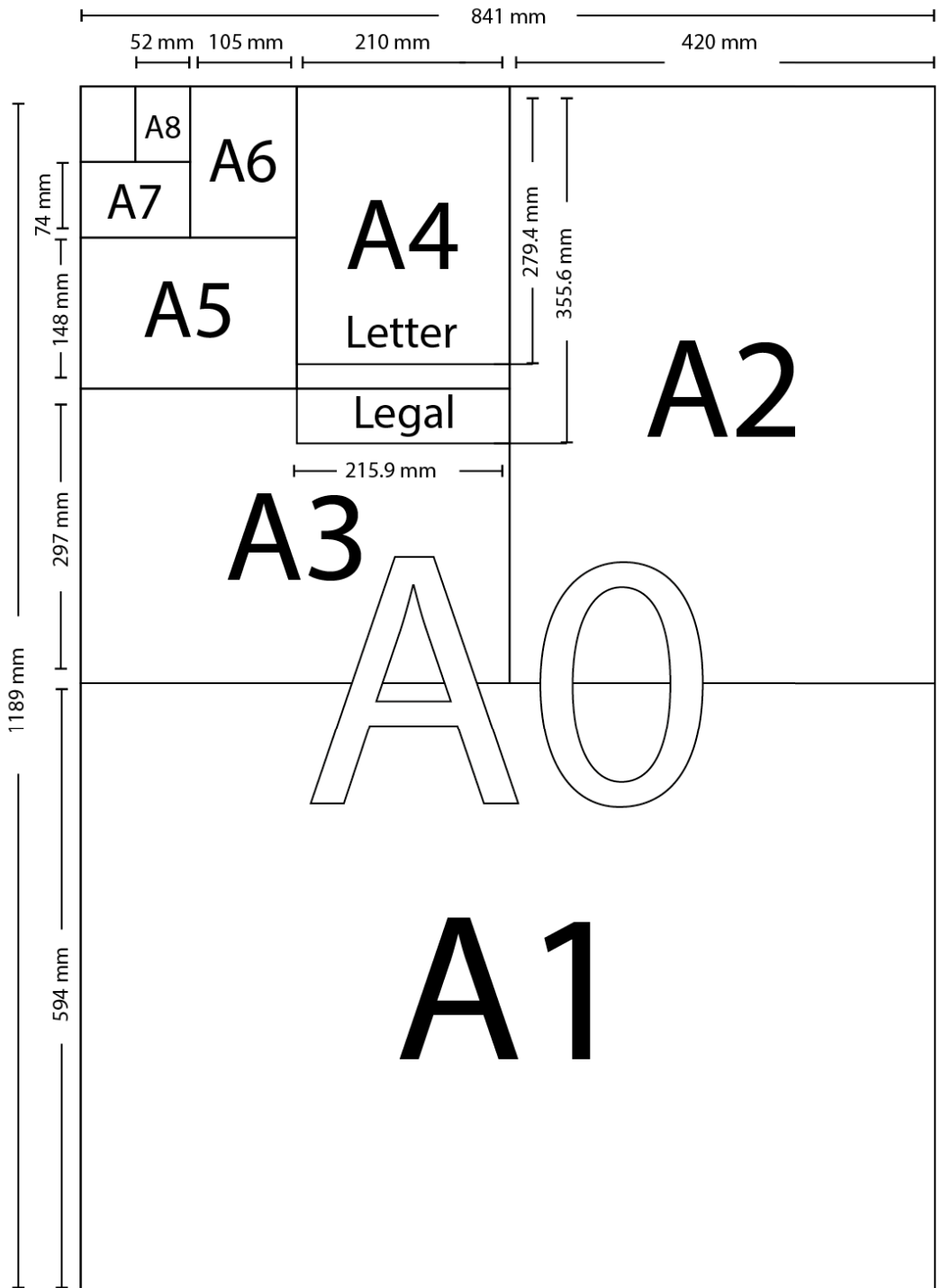


Figura 10. Tamaños del papel, ilustración propia, 2015.

Tamaños del papel para periódicos

Alrededor del mundo, los periódicos se imprimen en una variedad de tamaños, los tamaños más comunes son: el tamaño sábana, el berlinés y el tabloide (s/a, s/f, s/p).

A continuación, se presentan las medidas de los tres tamaños de papel que se usan mayormente en el mundo:

Tamaño Sábana

Para la autora Duarte (2015) la definición del tamaño ‘Sábana’ es el siguiente:

Un periódico de gran formato, en inglés: ‘Broadsheet’, también denominado ‘formato sábana’, es el mayor de los varios tipos formatos de periódicos y se caracteriza por largas páginas, con medidas promedio entre 600 mm de alto × 400 mm de ancho (p.1).

A diferencia con el tabloide y el berlinés, el tamaño sábana es más largo y más ancho, hecho por el cual lleva el término ‘sábana’.

Según la autora Duarte (2015) los periódicos que comparten esas medidas tienden a ser muy serios:

Son diarios que gozan de mucho prestigio, se los considera serios. Le dan prioridad a la información, distribuyen las noticias en la página utilizando un diseño que va en un orden descendente de acuerdo a la importancia de los contenidos (p.1).

El término sábana deriva de las hojas sueltas de la sátira política, que se hizo popular después de que el británico impuso un impuesto a los periódicos por el número de páginas en 1712.

El tamaño sábana para los periódicos es cada vez menos popular y muchos títulos van cambiando de Sábana a Tabloide.

En Australia y Nueva Zelanda, el término sábana se utiliza para referirse a los documentos que se imprimen en papel de tamaño A1 (594 mm x 841 mm - 323.4" x 33,1") (s/a, s/f, s/p).



Figura 11. Medidas del Diario de Yucatán, fotografía propia, 2015.

Tamaño Berlínés

En el artículo ‘Diagramación en prensa’ de la autora Mónica Bautista (2011) plantea el origen y características del formato ‘Berlínés’:

La denominación proviene de la ciudad alemana de Berlín, donde dos diarios adoptaron este formato: ‘Die Tageszeitung’ (generalmente conocido como el ‘taz’), y el ‘Junge Welt’ que adoptó el formato en 2004. Es ligeramente más alto y ancho que el formato tabloide y más estrecho y corto que el formato sábana, 315 mm x 470 mm. (s/p).



Figura 12. Medidas del Milenio Novedades, fotografía propia, 2015.

Tamaño tabloide.

En el mismo artículo ‘Diagramación en prensa’ la autora Mónica Bautista (2011) describe la época, ventajas del formato ‘Tabloide’:

Comenzó a usarse en el siglo XVIII. Hoy en día está en auge, tras la transición que se ha ido produciendo a lo largo de los últimos años. Cuenta con ventajas; es más cómodo y manejable, se puede leer con más facilidad que el formato sábana. Además, en la visualización, el impacto visual de la página completa salta a simple vista. Entre los inconvenientes destaca su tamaño más pequeño que permite menos posibilidades en cuanto a diseño. Por otro lado hemos de mencionar la asociación con la prensa ‘amarillista’ o sensacionalista (s/p).



Figura 13. Medidas del periódico Por Esto, fotografía propia, 2015.

La normativa ISO y los tamaños de papel

Los tamaños estándar de papel permiten a los diseñadores, impresores y otros profesionales relacionados con la impresión y la edición comunicar las especificaciones de un producto y controlar costes.

El sistema de papel ISO 'International Organization for Standardization', se basa en una ratio de anchura y altura a partir de la raíz cuadrada de 2, (1:1, 4142). Al cortar una hoja por la mitad, se mantendrá la misma proporción.

La serie ISO A presenta un conjunto de tamaños de papel de modo que cada uno es el doble o la mitad del siguiente. La serie ISO B contiene tamaños intermedios y la serie C corresponde a los sobres que pueden contener los elementos de la serie A.

El valor redondeado de la hoja de tamaño A0 simplifica el cálculo del peso de un documento (formato x número de páginas x g/m² de la hoja). El resto de tamaños se obtienen, a partir del A0, doblándolo sucesivamente por la mitad, como puede verse en la figura y en la tabla siguiente:

FORMATO	[MM]
A0	841 X 1189
A1	594 X 841
A2	420 X 594
A3	297 X 420
A4	210 X 297
A5	148 X 210
A6	105 X 148
A7	74 X 105

Tabla 1. Tamaños de papel según la normatividad ISO, ilustración propia, 2015.

La prensa rotativa

La prensa rotativa es el sistema de impresión que se utiliza para imprimir un periódico alrededor del mundo; debido a su complejo y avanzado diseño, esta máquina puede producir en un lapso no mayor a 6 horas alrededor de 50 mil ejemplares.

El norteamericano Richard March Hoe inventó en 1846 la prensa rotativa tipográfica, adicionada con una máquina cortadora y dobladora en su etapa final, o sea que entregaba cortado y doblado el periódico, listo para su distribución. Este tipo de prensa utiliza papel continuo de un rollo, lo que permitió simplificar aún más la impresión de los periódicos y no pliego por pliego como ocurre con las prensas predecesoras (prensas planas). Además la primera prensa rotativa tipográfica imprimía la hoja por ambos lados, lo que simplificaba todo el proceso a la mitad (s/a, s/f, s/p).

El principal objetivo para la creación de esta máquina es la aceleración del proceso de impresión, de corte y encuadernación, debido a su gran tamaño las rotativas de hoy en día requieren de amplios espacios y en algunos casos estas máquinas llegan a tener un segundo nivel.



Figura 14. A la izquierda, ilustración de la rotativa del americano Richard March Hoe y a la derecha fotografía de la rotativa actual, 2015.

El color en los medios impresos

El color es la sensación que causan las radiaciones de luz reflejadas en los objetos, así lo describen los autores Johanson, Lundberg y Ryber (2011) en esta definición:

Los colores no son más que un producto de la mente. El cerebro ve diferentes colores cuando el ojo humano percibe diferentes frecuencias de luz, la luz es una radiación electromagnética, igual que una onda de radio, pero con una frecuencia mucho más alta y una longitud de onda más corta (p. 38).

En el diseño gráfico existen dos sistemas de color y los autores Johanson, et al (2011) lo definen de la siguiente manera:

RGB: Red (rojo) Green (verde) Blue (azul) es un modelo aditivo de color que se utiliza en las imágenes digitales y en los monitores de color. Los colores se definen claramente mediante valores que indican la combinación de los tres colores primarios (p. 38).

El RGB (rojo, verde y azul) se utiliza en los medios digitales.

Los autores Johanson, et al (2011) definen la cuatricromía 'CMYK' de la siguiente manera:

Proviene de los nombres de los colores Cyan (azul), Magenta, Yellow y Black (Negro) y es un modelo de color sustractivo. Cuando se quiere tomar una imagen digital y crear una cuatricromía, debe efectuarse la conversión de la imagen digital RGB a los colores CMYK (p. 38).

Ambos sistemas, llevan las iniciales de los colores que los conforman en inglés.

En el caso del segundo sistema se le conoce también como “Cuatricomía” debido a que son necesarios los cuatro colores para que al combinarse se puedan crear toda una gama casi infinita de tonalidades en colores.

La Fotografía

Las fotografías son memorias, registros de diferentes momentos y sucesos ocurridos y que a través de nuestra mirada nos comparten ese hecho, para Ortiz (2012, p. 22.) lo comenta de la siguiente forma: “Arte, habilidad y ciencia de producir imágenes permanentes de objetos sobre superficies fotosensibles”.

En el campo de la comunicación gráfica, la imagen fotográfica ha sido de gran importancia para la sociedad porque le ha permitido conocer, documentar y conservar diferentes hechos históricos que han repercutido en el desarrollo de la misma, esto lo plantea Ortiz (2012, p. 22.) de la siguiente manera: “Las imágenes se convierten en testimonios valiosos para la historia”.

Actualmente el uso de la fotografía es una constante la vida de las personas, se encuentra en el entorno, en los aparadores de las tiendas, en el banco, en las revistas y periódicos; su función es primordial para comunicar algún acontecimiento que haya ocurrido en días anteriores, algún producto o servicio, etc.

Hoy en día diseñar con fotografías e imágenes es algo cotidiano; el mensaje a comunicar llega a las personas acompañadas por un gráfico complementando ese objetivo de transmitir una idea, mensaje u oferta y que es capaz de producir una reacción del público receptor de dicha imagen o fotografía, así lo plantea Ortiz (2012, p. 22.) “La introducción de la foto en la prensa es un fenómeno de capital importancia en la sociedad. Cambia la visión de las masas”

Ortiz (2012) comenta que el fenómeno anteriormente mencionado, da pie al nacimiento de la fotografía de prensa y motiva a varios fotógrafos a mejorar sus técnicas para capturar imágenes de algún suceso o acontecimiento.

Géneros de la fotografía

Fotografía documental

La fotografía documental es utilizada para capturar la realidad de la sociedad, regularmente es un recurso de causas sociales para impactar y conmover al público que la observa: “La fotografía documental muestra exactamente el aspecto de nuestro mundo en un momento dado. Fotografías de desolación, alegría, ira, asombro; todas ellas sirven para un propósito significativo” (Drew, 2006, p. 64).

Fotoperiodismo

El fotoperiodismo es el acto de mirar, evaluar y divulgar hechos de interés actual a través de medios de comunicación fotográficos y literarios, Ingledeu (2006) lo plantea con más detalle:

El fotoperiodismo, tal como sugiere la palabra, es la fusión entre la fotografía y periodismo. El término francés ‘reportaje’ también se usa para describir este tipo de trabajo, en el que un fotógrafo está presente en un suceso para hacer un reportaje en forma de secuencia de imágenes. El término fotografía ‘documental’ implica la creación de un registro fotográfico para la posteridad que se puede contemplar posteriormente en exposiciones y en libros; el fotoperiodismo, en cambio, supone la creación de imágenes para un espectador contemporáneo, captadas por fotógrafos contratados por revistas y periódicos. Los fotógrafos enfocan de distinta manera cada una de estas especialidades; algunos son observadores imparciales de eventos, otros aportan su visión personal (p. 82).

Un ‘fotoperiodista’ o fotógrafo de prensa, trabaja con un estilo similar al de un fotógrafo documentalista, pero puede comunicar un punto de vista propio a través de una aguda percepción del ángulo de toma, el punto de interés o la técnica de encuadre, a fin de producir imágenes que intensifiquen la atmósfera del momento.

Como bien define el párrafo anterior, el concepto de fotoperiodismo es el género que brinda a la sociedad la documentación de los hechos y acontecimientos que suceden día a día, se requiere de una gran habilidad para captar los momentos y darle el enfoque que se desea transmitir al lector.

Paisaje

La fotografía de paisaje es un género muy popular; captar la atmósfera y el dinamismo de una escena evocadora presenta indudablemente un desafío único al fotógrafo. El autor del libro ‘Fotografía’ Ingledew (2006, p. 54) plantea su versión de la siguiente manera: “La belleza y el poder de la naturaleza han cautivado a muchos fotógrafos que se sienten atraídos por la fuerza y vulnerabilidad del mundo natural, por la montañas, los bosques, los árboles, el cielo y el mar”.

Desarrollar la técnica y la visión para las condiciones de iluminación le ayudará a registrar con confianza paisajes memorables en cualquier estación. Este género de la fotografía, busca retratar entornos naturales o urbanos en donde el fotógrafo encuentra ‘algo’ que pueda provocar en los sentimientos del público.

Retrato

¿Qué es exactamente un retrato? Cuando describimos la fotografía de una persona como ‘retrato’ tendemos a pensar en ella como si fuera una representación fiel del individuo, lo más próxima posible a la realidad. Ingledew (2006, p. 28) describe al retrato de la siguiente manera: “Un retrato trata de expresar el carácter de una persona y de ubicar

al modelo en la jerarquía de su mundo, social y físicamente, al mostrar su estatus autoridad e importancia”.

Como bien se explica en el párrafo anterior, el retrato no necesariamente es capturar a la persona o grupo de personas en una determinada pose, sino de capturar un momento en el cual se pueda percibir su esencia.

Moda

La fotografía de moda muestra los aspectos y aspiraciones para el público lector, buscando resaltar apariencias de la belleza, la misma imagen puede recrear un ambiente de comodidad para los lectores.

Ingledeew (2006, p.66) tiene una visión de la fotografía de moda: “La fotografía de moda permite que la imaginación del fotógrafo vuele, pues a menudo tiene licencia para producir fantasías extraordinarias con bellos ingredientes – ropa cara, lugares impresionantes y modelos en el momento de su máxima belleza”.

Una buena fotografía de moda crea una atmósfera e impulsa nuestros sueños y aspiraciones sobre apariencia, personalidad y deseos de una vida perfecta; todo ello, por supuesto, sólo es alcanzable vistiendo la ropa que nos tienta desde las páginas que observamos.

Esto lo describe a la perfección el autor Ingledeew (2006, p. 66) en el libro ‘Fotografía’ de la siguiente manera: “La fotografía de moda está concebida para crear la ilusión de la perfección”.

La caricatura

Según la definición de la Academia Mexicana de la lengua, la caricatura es:

s.f. 1. Retrato gráfico o literario en que se deforman o exageran las características de algo o alguien con intención satírica: “La caricatura muestra al subsecretario con antifaz y en su mercedes” (Moreno De Alba, Garrido, Mandujano, 2015, caricatura).

2. Reproducción mala o ridícula de algo o alguien que se pretende emular: ‘Apenas es una caricatura de su padre’ || caricaturas s.f.pl. Mx. Dibujos animados: Irene es una fanática de las caricaturas (Moreno De Alba, Garrido, Mandujano, 2015, caricatura).

Del concepto arriba expuesto, se puede comentar lo siguiente: es una reducción o síntesis visual por medio de líneas de la persona u objeto que se representa; en donde la idea de agresividad, degradación, exageración, juego fantasía o vertiente humorística está en mayor o menor medida patentes con el fin de crear un código por el que se pueda representar una opinión, una crítica, o en definitiva un contenido que se quiere dar a conocer en relación a una persona, una idea o una situación determinada.

Tipos de caricaturas

La caricatura política

Según Peláez (2012) la definición es la siguiente:

Es aquella cuyo tema gira en relación a cuestiones estrictamente políticas, desde un nivel local o internacional; en la que no sólo se representan a diversos personajes contemporáneos, sino que además también se representan por medio de imágenes conceptuales, decisiones u opiniones sobre política en general (s/p).

Es la sátira sobre temas políticos y sociales cuya intención es señalar un hecho causando un efecto sobre la sociedad; regularmente los funcionarios de gobierno son el blanco de los caricaturistas.

La caricatura social

Para Peláez (2012, s/p) la definición de la ‘Caricatura social’ es la siguiente: “Es aquel tipo de caricatura en la que se refleja a una determinada sociedad sea en plan de crítica, burla o chanza, y tiende a representar a una serie de personajes en situaciones de la vida contemporánea”.

La caricatura social, es aquella que se burla de la sociedad misma, exhibiéndola en una situación o acontecimiento.

La caricatura político-social

Peláez (2012) menciona de la ‘Caricatura político-social’ lo siguiente:

Hay momentos en el que es sumamente difícil clasificar una imagen como caricatura social o política, desde el momento en el que muchas veces va representando y criticando una determinada situación social, a la vez también se está criticando lo político que crea esa situación por lo que la diferencia que en algunos casos se da entre estos dos subgéneros algunas veces es inexistente (s/p).

Maneja la crítica a la clase política como a la sociedad misma por su falta de interés o por su complicidad en temas económicos, cívicos entre otros y los caricaturistas ponen el dedo en la llaga.

La caricatura costumbrista

Para Peláez (2012, s/p) la definición es la siguiente: “Sería una escena de costumbres en la que aparece una excesiva carga de crítica o sátira que la convierte en una caricatura dando así lugar a una observación irónica de la realidad”.

Se burla de las situaciones desafortunadamente cotidianas en las sociedades conservadoras y que poco hacen por brindar la inclusión de todos sus miembros y por eso son señalados por los cartonistas.

La caricatura simbólica

Para Peláez (2012, s/p.), “Este tipo de caricatura representa a un objeto determinado que dentro de un contexto especial adquiere una fuerte carga política o social”.

Es una simple ilustración de algo, no siempre es fiel a la realidad; pero debido al valor representativo que un grupo de personas le otorga cambia su estatus de copia del objeto a simbólico.

La caricatura festiva

Para Peláez (2012, s/p) la definición sería la siguiente: “Es aquel tipo de caricatura alegre y desenfadada que sólo busca la comicidad como fin utilizando para ello la caricatura de personas u otros objetos contemporáneos”.

La caricatura en el sentido más puro, cuyo único objetivo es buscar la sana diversión de las personas que la ven.

La caricatura fantástica

Para Peláez (2012, s/p) la definición es la siguiente: “Es aquella que recurre a lo fantástico con el fin de poder reflejar así una idea, el ejemplo más significativo lo encontramos en los grabados de Goya”.

Representación de escenarios fantásticos, personajes míticos y surreales, normalmente utilizados por artistas visuales.

La caricatura personal

Peláez (2012, s/p) la conceptualiza de la siguiente manera: “Es aquella que se centra en los personajes contemporáneos y en su representación caricaturesca bien sea sólo de la cara o de todo el cuerpo”.

Representación de un objeto, muy similar al real pero con exageraciones de los rasgos físicos del modelo.

Historia del periódico Diario de Yucatán

En la página oficial del Diario de Yucatán (2015) puede leerse la historia del periódico, aquí parte esencial de su fundación:

El 31 de mayo de 1925 Don Carlos R. Menéndez González funda Diario de Yucatán, una casa editorial con raíces históricas: es descendiente directo de La Revista de Mérida, que vio la luz en 1869, y La Revista de Yucatán, que la sucedió en 1912 (s/p).

Durante toda la existencia del ‘Diario’ como se le conoce ha sufrido una evolución en su diseño editorial, esto nos hace pensar que hay una preocupación real para ofrecer un producto con información de interés y también por un desarrollar un periódico bien elaborado hablando desde el punto de vista de diseño.

En sus 83 años, este periódico no sólo ha crecido y variado en información e imagen, también se ha diversificado como empresa, con nuevos productos y servicios que hoy día se reúnen bajo el nombre de Grupo Megamedia, corporación que en su lema declara su esencia: ‘Servir nos hace grandes’ (s/p).

A continuación, en la siguiente página se muestra el primer ejemplar impreso del periódico:



Figura 15. Primer ejemplar impreso del Diario de Yucatán, Megamedia, 2015.

Historia del periódico Milenio Novedades

En 1965, Don Andrés García Lavín incursiona en medios impresos y funda el periódico Novedades de Yucatán (hoy Milenio Novedades) del cual fue presidente y director general hasta su fallecimiento, el 9 de julio de 2007, este es un fragmento de la historia plasmada en su sitio de internet, consultado en noviembre de 2015:

Sipse, el corporativo noticioso describe su historia de la siguiente manera:

“El 5 de abril de 1969 salen de la prensa los primeros cinco mil ejemplares de Novedades Acapulco, del que participa en sociedad, en formato estándar de ocho columnas, cuya cabeza principal era: ‘Más de cien mil turistas en las playas de Acapulco’” (s/p).

Don Andrés García Lavín, decide expandir sus negocios hacia la península creando dos nuevos periódicos en los estados de Campeche y Quintana Roo.

A continuación, se plasma parte de la historia del periódico, misma que se consultó en noviembre de 2015, aquí el fragmento:

En febrero de 1974 sale a la luz el primer ejemplar de Novedades de Campeche, en la capital de la vecina entidad, con el lema ‘El diario de la familia campechana’, Hoy se consolida como un medio plural y objetivo y es el único periódico en ese Estado con una impresión profesional a color. El 22 de noviembre de 1974, con un costo de 30 centavos, con cuatro planas; fechado en Chetumal, surge Novedades de Quintana Roo, apenas un mes después de que se emitiera el Decreto Presidencial que convertía a Quintana Roo en una nueva entidad, hecho que ocurre el 8 de octubre de 1974; Encontrar su lema no fue difícil: ‘El periódico que nació y crece con el Estado’ (s/p).

De esta forma, la historia de Grupo SIPSE comenzó a escribirse como el más grande e importante corporativo de medios en el Sureste mexicano y es, además, líder peninsular en la producción de programas de radio y televisión y en la edición de periódicos diarios desde hace más de 40 años.



Figura 16. Don Andrés García Lavín (al centro), fundador del periódico Novedades de Yucatán, hoy Milenio Novedades.

Softwares de diseño editorial

En el mundo del diseño gráfico y las artes gráficas existe muy poca oferta de softwares especializados exclusivamente en el diseño y maquetación editorial.

Uno de los primeros programas especializados en la maquetación es Quark Xpress, saliendo a la luz en 1987 siendo desarrollado por Quark Inc.

El corporativo Quark Software (2015) explica sus inicios de la siguiente manera: “La versión para Windows apareció en 1992. Durante la década de 1990, QuarkXPress se convirtió rápidamente en la herramienta de trabajo preferida por los profesionales de la autoedición y los impresores” (s/p).

Quark Xpress fue durante mucho tiempo el rey indiscutible para la maquetación editorial hasta que llegó su competidor más acérrimo: Adobe Indesign.

En el año 2002 la versión 5 de Quark Xpress tuvo un problema con Apple debido a la compatibilidad con MAC OS X mientras que el Adobe Indesign, que salió durante la misma semana, sí era compatible.



Figura 17. Interfaz del programa de diseño editorial Quark Xpress, Quark Software, 2015.

‘Adobe Indesign’ competidor más cercano del primero, es una de las plataformas más populares y preferidas en el medio; al formar parte del denominado ‘Creative Suite’ es sin duda otro de los más queridos por los diseñadores.

Adobe InDesign ‘ID’ (2015) describe su desarrollo de la siguiente manera: “Es una aplicación para la composición digital de páginas desarrollada por la compañía Adobe Systems y dirigida por maquetadores profesionales. En 1999 después de realizar una masiva campaña publicitaria Adobe realiza el lanzamiento de su producto” (s/p).

Luego de que Adobe Systems lo incluye en su paquete de productos ‘Creative Suite’ gana terreno entre los diseñadores independientes pero su apuesta es por los grandes conglomerados publicitarios para coronarse como el rey indiscutible del mercado.

La ventaja de este movimiento es la compatibilidad con Adobe Photoshop y Adobe Illustrator, además de que los usuarios pueden modificar la interfaz de su espacio de trabajo adecuándola a su gusto.



Figura 18. Interfaz del programa de diseño editorial Adobe Indesign, Adobe Systems Software Ireland Ltd, 2015.

Existen también otras alternativas en cuanto a programas de diseño editorial y son los siguientes: 'IStudio Publisher' y 'Corel Draw'.

En el primer caso, 'IStudio Publisher' es un software de fácil y práctico uso con una interfaz o diseño de trabajo intuitivo para que el diseñador no le sea complicado su manejo. Una característica muy particular de este programa es su desarrollo exclusivo para MAC.

No es muy conocido, debido a la gran competencia mercadológica de los dos primeros sistemas como lo son Quark Xpress y Adobe Indesign, sin embargo luce un diseño de su espacio de trabajo muy similar.

En el caso de los departamentos de diseño de los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades no lo usan.



Figura 19. Interfaz del programa de diseño editorial IStudio Publisher, IStudio Software, 2015.

Para concluir está ‘Corel Draw’ desarrollo de la empresa Corel Corporation, que se especializa más en el manejo vectorial y su principales usuarios en México son las imprentas debido a su fácil y sencilla navegabilidad, caso contrario de las agencias publicitarias o diseñadores independientes o mejor conocidos como freelances debido a que no cuenta con los recursos que tienen Quark Xpress y Adobe Indesign es más bien un programa con herramientas de uso básico, pero que es capaz de realizar muchos proyectos profesionales.

Corel Corporation (2015) menciona a sus desarrolladores: “CorelDRAW fue lanzado oficialmente en el año de 1989, diseñado por los ingenieros informáticos Michel

Bouillon y Pat Beirne de Corel Corporation. Actualmente la versión más reciente de CorelDRAW es la versión X8 (V.18)” (2015, Historia).

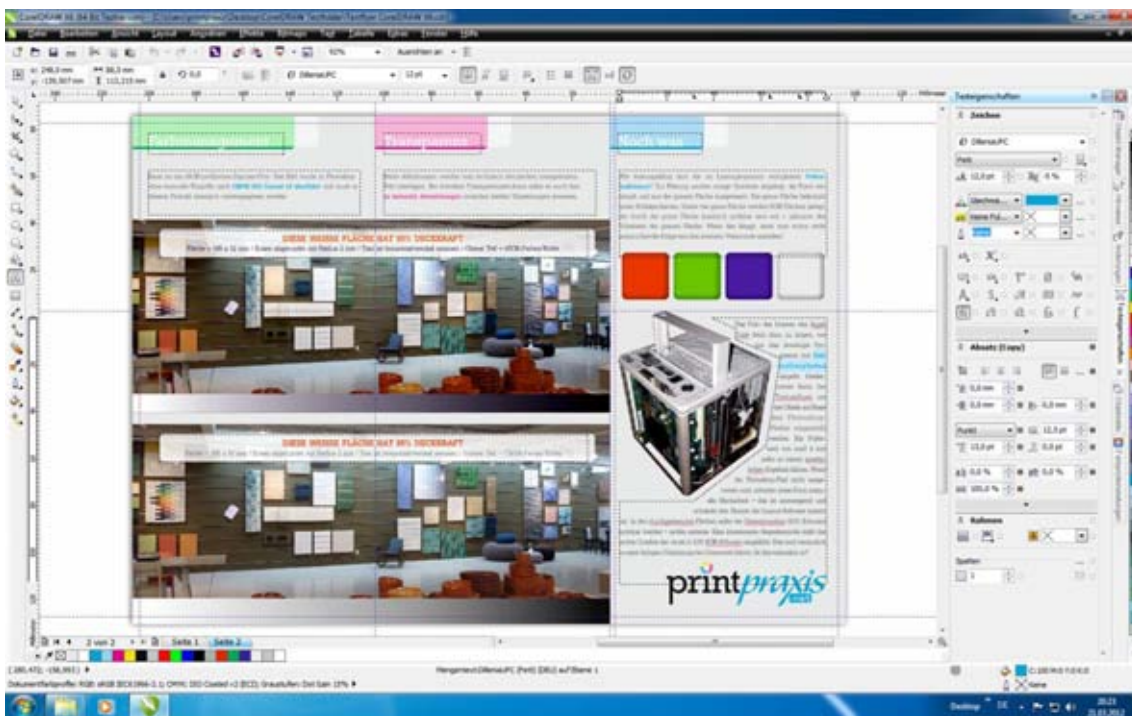


Figura 20. Interfaz del programa de diseño editorial Corel Draw, Corel Corporation, 2015.

Resumen

Durante el desarrollo de este capítulo, se conoció a profundidad todo el contexto del diseño gráfico, ¿qué es? las áreas en las cuales se diversifica; también se conoció la definición del periódico, aspectos técnicos como por ejemplo los formatos más usados alrededor del mundo como lo son el tamaño standard, berlinés y tabloide.

Los diferentes tamaños y medidas del papel, además las definiciones de los elementos que conforman al periódico, los tipos de maquetaciones o retículas la historia de los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades medios que están sujetos al presente estudio.

Al finalizar la revisión de la literatura ya es posible tener todo el contexto general del tema contenido en este trabajo de investigación.

CAPÍTULO III

Método

En este capítulo, se plantea la estructuración y diseño de este proyecto de investigación a través de los siguientes temas: diseño de la investigación, tipo de estudio, enfoque, modalidad de la investigación, metodología y procedimiento.

En este capítulo se justifica todo el material bibliográfico utilizado en el desarrollo de este trabajo, es por esto que este capítulo es de capital importancia ya que se cumplen con los puntos importantes de un trabajo de investigación.

Todo el material consultado para el desarrollo de este proyecto de investigación debe cumplir con ciertos criterios para darle validez a lo aquí mencionado.

Por último, se plantea la matriz comparativa en su versión final y cómo se usó con los elementos técnicos y formales con los elementos de los medios de comunicación consultados y evaluados.

Diseño de la investigación

Los autores Hernández, Fernández y Baptista (2006, p. 120) en su libro ‘Metodología de la Investigación’, definen el término ‘Diseño de la investigación’ de la siguiente manera: “El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información deseada”.

La planeación de cómo se va a desarrollar el trabajo de investigación, sirve para que se puedan cubrir todos los puntos del mismo proyecto; definiendo todos los aspectos que se mencionen durante su desenvolvimiento y para un mejor entendimiento de la persona que desee consultar este trabajo de investigación.

El diseño de esta investigación es no experimental debido a que las variables no son manipuladas deliberadamente, así como propone Hernández (2007, p. 140): “lo que

hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos”.

El fenómeno observado serán los diferentes procesos de diseño editorial que manejan los periódicos publicados y distribuidos en la ciudad de Mérida; los elementos usados en las publicaciones de los rotativos, sin intervenir en el proceso, para lograr el estudio se recurrirá a la toma de ejemplares, realización de entrevistas para el desarrollo del mismo y se realizará la búsqueda de los datos a través de medios digitales que nos permitan lograr la selección de los periódicos que podrán ser estudiados.

Tipo de estudio

Este documento es una investigación según Hernández, Fernández y Babiata (2007): “los estudios descriptivos se centran en recolectar datos que muestren un evento, una comunidad, un fenómeno, hecho, contexto o situación, en sus diferentes aspectos” (p. 62).

El tipo de estudio que ha sido utilizado en el presente documento es del tipo descriptivo, ya que busca crear un documento compilatorio de los periódicos que son publicados en la ciudad y que proponga un modelo de análisis de sus procesos de diseño editorial, a través de diferentes autores especializados en el área.

Enfoque de la investigación

Esta perspectiva cualitativa es aquella que implica la compilación de datos usando procesos que no involucran medir, ni asociar las mediciones con números, tales como observación no estructurada, revisión de documentos y entrevistas a personal de los medios editores.

Aquí se compilarán los elementos que integran la estructura de un periódico, a través de una herramienta de análisis, que más adelante se describe, utilizando diversas consultas a páginas de internet oficiales, entrevistas y revisión de ejemplares.

No se pretende investigar la influencia que se tiene sobre el receptor, es decir, no se pretende conocer la efectividad que tiene un periódico al transmitir una noticia ante un público. En el desarrollo de este trabajo se plantearán los procesos técnicos que son usados por los departamentos de diseño de los periódicos que serán seleccionados en la presente investigación. Se observarán y revisarán documentos públicos que están disponibles en el sitio oficial de internet de la Secretaría de Gobernación.

Modalidad

Se presenta en la modalidad de Tesina analítica. Debido a la finalidad de este documento, la cual propone y aplica un instrumento de análisis del diseño editorial de los principales periódicos que circulan en la ciudad de Mérida, la modalidad de investigación se determina como tesina analítica.

Metodología de diseño

El instrumento que se utilizará es una matriz comparativa, este instrumento está basado en el trabajo elaborado por el autor: Joaquín López del Ramo el cual utiliza su modelo de estudio para analizar las cabeceras de los periódicos digitales en España.

Una vez que la herramienta desarrollada por el autor Joaquín López del Ramo haya sido definida, nos encontramos que la autora Martine Joly en su obra Introducción al análisis de la imagen, (2009) dice lo siguiente:

El objetivo del análisis es solo servir a un proyecto y éste es quién le dará la orientación y le permitirá elaborar su metodología, no hay un método absoluto para

el análisis sino elecciones para hacer o para inventar en función de los objetivos (p.6).

Con base en este argumento, la matriz comparativa empleada en este trabajo de investigación tiene como fundamento la empleada por el primer autor, sin embargo para los fines y objetivos de este trabajo, se emplean otros elementos técnicos y formales de los siguientes autores del diseño editorial: Mauricio Vico ‘Diseño editorial y diseño de la información’, Santiago Miranda ‘Manual de las buenas prácticas del diseño de la profesión del diseño’, Lakshimi Baskaran ‘¿Qué es el diseño editorial?’, Diego Luis Álvarez Fernández ‘Diseño editorial, lo que debes saber’, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt ‘La estructura de un periódico’, Timothy Samara ‘Diseñar con y sin retícula’ mismos que han publicado y que son los que actualmente los periódicos utilizan en su diseño editorial.

A partir de la teoría proporcionada por estos autores, la matriz utilizada en este trabajo de investigación resulta de una compilación de todos los elementos técnicos y formales complementando la matriz utilizada por Joaquín López del Ramo, autor de la matriz en la cual está basado este mismo documento.

Procedimiento

Para la realización de esta matriz comparativa, se tomarán a los dos periódicos elegidos y se aplicará la matriz comparativa.

La finalidad es colocar a los dos medios, frente a frente y desglosar sus elementos uno a uno y detallarlos; la idea es que los estudiantes de la Carrera en Diseño y Comunicación Visual puedan conocer cómo funciona adecuadamente el diseño de un periódico.

Para determinar los puntos que estarán contenidos en la matriz comparativa, se utilizará como base el modelo hecho por el autor Joaquín López del Ramo en su obra Análisis comparativos de las cabeceras de los diarios digitales españoles respecto a los impresos.

Atributos del logotipo/logosímbolo	
Rasgos	Indicadores
Semántica	Simplifica nombre
	Nombre más extenso
	Agrega .com., .es u otros
Iconografía	Quita o modifica elementos icónicos
	Añade elementos icónicos
Tipografía	Estilo
	Familia
	Serie
	Color de la tipografía
	Contratipos
	Altura de la letra
Líneas	Diferente número de líneas
	Diferente interlineado
Módulos	Recurso “bimo” empleado
Disposición	Alineamiento del logotipo/logosímbolo
Proporción	Variación de tamaño respecto al marco

Tabla 2. Matriz comparativa, Joaquín López del Ramo, 2012.

Elementos técnicos y formales

A continuación se presenta las definiciones de los términos contenidos en las Elementos técnicos y formales, recuperados de la tabla desarrollada por el autor López Del Ramo (2012).

- a) Semántica.- Simplifica el nombre, nombre más extenso y agrega los dominios de los sitios electrónicos de los periódicos.
- b) Iconografía.- Quita o modifica elementos icónicos, añade o se eliminan elementos icónicos.
- c) Tipografía.- Estilo, familia, serie, color de la tipografía, contratipos y altura de la letra.
- d) Líneas.- Diferente número de líneas, diferente interlineado.
- e) Módulos: Recurso 'bimo' empleado.
- f) Disposición: Alineamiento del logotipo/logosímbolo.
- g) Proporción: Variación de tamaño respecto al marco.

La herramienta propuesta por el autor no es lo suficientemente amplia como para cubrir otros aspectos importantes de la teoría del diseño editorial, es por ello que se recurre a la teoría propuesta por la autora Martine Joly para contemplar como base la herramienta del autor pero seleccionando otros conceptos de la misma teoría del diseño editorial.

Nombre del periódico, lema, logotipo del periódico, elementos del logotipo, nombre de la tipografía, color, autor de la tipografía, estructura del periódico, número de secciones, nombre de las secciones, cromatismo, tipo de impresión, encuadernación, tipos del papel, medidas del periódico.

Matriz Comparativa		
Aspecto técnico o formal	Periódico	Periódico
Nombre del periódico		
Lema		
Logotipo del periódico		
Tipo de composición		
Nombre de la tipografía		
Color		
Autor		
Estructura del periódico		
Número de secciones		
Nombre de las secciones		
Cromatismo		
Sistema de impresión		
Plegado		
Característica de composición		
Tipo del papel		
Medidas del periódico		
Área de la mancha tipográfica		
Gramaje por m ²		
Columnas		
Medida de la columna		
Medianil		
Interlineado		
Márgenes		
Tipo de retícula		
Composición Tipográfica		
Familias tipográficas		
Tipografía en títulos de las secciones		
Tamaño en títulos de las secciones		
Balazo		
Tamaño en balazos		

Tipografía en Títulos y encabezados		
Tamaño en títulos o encabezados		
Entradas / Bajada		
Tamaño en entradas y bajadas		
Tipografía en Subtítulos		
Tamaño en subtítulos		
Tipografía en sumarios		
Tamaño en sumarios		
Tipografía en cuerpo de texto		
Tamaño en cuerpo de texto		
Tipografía en pie de foto		
Tamaño en pie de foto		
Tipografía en folios		
Tamaño en folios		
Tipografía en ventanas y recuadros		
Tamaño en ventanas y recuadros		
Tiraje		
Fuente de investigación:		

Tabla 3. Tabla comparativa compilación de la teoría del diseño editorial.

Elementos técnicos y formales de la matriz comparativa

Los aspectos técnicos y formales de la compilación son los elementos que conforman la matriz comparando a los periódicos, irán al reverso de la matriz comparativa como una serie de definiciones para que todos los interesados que consulten esta herramienta puedan conocer y comprender a cabalidad esta compilación:

1. Nombre: Denominación comercial del periódico.

El autor José Luis Martínez Albertos (2012, p. 18) lo define de la siguiente manera: “Es el nombre comercial del periódico, que busca competir con los demás medios impresos”.

2. El logotipo: dibujo o ideograma que lo identifica.

El autor Martínez (2012, p. 18) lo explica así: “Emblema que representa visualmente a la empresa, es el elemento gráfico que busca diferenciar al periódico de los demás”.

3. El lema: palabra o frase que caracteriza o define la línea ideológica del periódico.

Martínez (2012, p. 18) plantea su concepto de la siguiente manera: “Descripción en una sola línea de la ideología o mística del periódico”.

4. Nombre de la tipografía: Nombre de la familia tipográfica con la cual está diseñado el logotipo del periódico.

En el siguiente artículo (Manual de diseño editorial, 2012, p.34) plantea la definición de la siguiente forma: “Tipografía: Del griego τύπος típos, golpe o huella, y γράφω gráfo, escribir) es el arte y técnica del manejo y selección de tipos para crear trabajos de impresión”.

5. Color: Paleta de colores que se usa en el logotipo, en todos los casos los colores tienen un significado de carácter psicológico que refuerza el por qué se porta esa tonalidad.

Los autores Johanson, Lundberg, Ryberg, (2011) describen el significado de la siguiente manera:

Los colores no son más que un producto de la mente. El cerebro ve diferentes colores cuando el ojo humano percibe diferentes frecuencias de luz, la luz es una

radiación electromagnética, igual que una onda de radio, pero con una frecuencia mucho más alta y una longitud de onda más corta (p.38).

6. Autor: Va el nombre del creador de la fuente tipográfica, en caso de haberlo, de lo contrario es válido colocar el término anónimo.

La definición del (Diccionario de la Lengua Española, 2016, autor) plantea la definición de ‘autor, ra’ de la siguiente manera:

Del lat. *auctor*, *-ōris*.

1. m. y f. Persona que es causa de algo.

2. m. y f. Persona que inventa algo.

3. m. y f. Persona que ha producido alguna obra científica, literaria o artística.

4. m. y

f. Hasta fines del siglo XVIII, persona encargada de la dirección y gestión de una compañía teatral, y que, en ocasiones, adaptaba la obra o incluso la escribía y actuaba en la representación.

5. m. y

f. Der. En el derecho penal, persona que comete el delito, o fuerza o induce directamente a otros a ejecutarlo, o coopera a la ejecución por un acto sin el cual no se habría ejecutado.

Número de secciones: Una sección es cada una de las áreas, apartados o bloques en que está distribuida la información de un periódico.

Es la forma en que los periódicos estructuran y organizan la información que irá contenida en el periódico.

7. Cromatismo: Sistema de colores empleados que sirven para imprimir el color en el periódico.

Los autores Johanson, Lundberg, Ryberg (2011) definen el cromatismo de la siguiente manera: “En la impresión se crean los colores mezclando tintas de los tres colores primarios: Cyan ‘azul’, Magenta y Yellow ‘amarillo’ y se agrega un cuarto color que es el Black ‘negro’ y lograr la cuatricromía” (p. 41).

8. Sistema de impresión: Se utiliza el Offset Rotativo para periódico-prensa; la prensa rotativa es el sistema de impresión que se utiliza para imprimir un periódico alrededor del mundo; debido a su complejo y avanzado diseño, esta máquina puede producir en un lapso no mayor a 6 horas alrededor de 50 mil ejemplares.

El autor Quintana (2011, p. 70) define el concepto de la siguiente manera: “Se destinan a la impresión de prensa diaria o semanal, caracterizadas ambas por su gran paginación, elevadas tiradas y necesidad de velocidad de realización”.

9. Plegado: Es el doblado que la misma rotativa realiza durante el proceso de impresión de un periódico.

El autor Quintana (2011) define el concepto de la siguiente manera:

El proceso del ‘plegado’ empezará con la llegada de la banda a una especie de embudo, donde recibirá el primer doblado; los rodillos introductores obligarán a la banda a pasar entre el cilindro ‘porta agujas’ que perforará la banda y el cilindro de ‘corte’, que seccionará la banda, para que un grupo de pinzas en forma de molino coja los formatos cortados y los transporte (p.70).

10. Tipo de papel: Este es el papel que se utiliza en la industria de los grandes grupos informativos, viene mediante bobinas o rollos gigantes de papel, éstos van en el área de bobinas de la rotativa.

Las autoras Vas, Merayo, Leirós, Viqueira, García (2012, p. 6) definen al papel de la siguiente manera: “Es una delgada hoja elaborada con fibras que son molidas, blanqueadas, diluidas en agua, secadas, y posteriormente endurecidas”.

11. Medidas del periódico: Los tamaños de papel arriba señalados, son los que mayormente se utilizan en todo el mundo, debido a que son medidas estandarizadas y sus características van de la mano con los objetivos y pretensiones de los grandes medios informativos.

Las autoras Vas, et al (2012) definen las medidas de la siguiente manera:

El formato ‘Tamaño Sábana’ Usado muchas veces por los periódicos más serios. En Australia y Nueva Zelanda se utiliza para referirse a los documentos que se imprimen en papel de tamaño A1. El formato ‘Berliner’ se utiliza comúnmente por los periódicos de toda Europa. ‘Tamaño Tabloide’ tamaño tabloide se refiere a menudo como ‘la mitad del tamaño de una sábana’, sin embargo esto no es estrictamente cierto, no es muy diferente del A3 y en España, es el tipo más utilizado. Es el más popular entre los lectores (p.10).

12. Área de la Mancha Tipográfica: Es el área que contiene toda la información y su impresión será delimitada por los márgenes dentro del espacio de trabajo.

El artículo publicado (Tipografía En Piezas Editoriales, 2008, p. tipoymancha) define el concepto de la siguiente manera: “También conocida como ‘Tipografía de lectura larga’, se disponen en párrafos y es para que el texto pueda ser leído con comodidad y se le

denomina como ‘Mancha’ porque a lo lejos son captados como bloques en diversas formas”.

13. Gramaje: Al igual que en las medidas, el gramaje del papel brinda cuánto grosor tendrá el papel que se destinará al periódico, claro esto puede incrementar el costo de producción.

Las autoras Vas, et al (2012, p. 10) definen el concepto de la siguiente manera: “Se define como la densidad del papel medida en gramos por metro cuadrado. El gramaje para periódico es de 56 G/m²”.

14. Columnas: Es la manera de organizar la mancha tipográfica en el periódico, para que el flujo de lectura sea visualmente agradable y funcional.

Los autores Ambrose y Harris (2008, p. 30) definen el concepto de la siguiente manera: “Espacios para presentación organizada del cuerpo de texto que ayudan a hacerlo más legible”.

15. Medida de la columna: Dependiendo del tipo de fuente tipográfica, si es de palo seco o sin remates, la medida debe ser la misma que su interlineado.

El autor Müller (2015, p. 32) plantea la definición así: “Para la lectura fácil y agradable de textos es fundamental un interlineado suficientemente amplio”.

16. Medianil: Es el espacio que se encuentra en el centro del libro.

Para los autores Ambrose y Harris (2008, p. 30) la definición es esta: “Es el margen que se encuentra en el centro de una doble página. También es el espacio de texto entre dos columnas”.

17. Márgenes: Existen tres márgenes: Son las delimitaciones para el cuerpo del texto en la hoja de trabajo, van dividiendo igual el espacio entre las columnas.

Los autores Ambrose, et al (2008, p. 30) Definen los márgenes de la siguiente forma: “Exterior” ayuda a enmarcar la presentación del texto en un diseño. “Interior” El margen que está más cerca del centro de la doble página, también llamado medianil. “Inferior”, el margen que se sitúa en la parte inferior de la página.

18. Tipo de retícula: Existen cuatro tipos de retículas: de manuscrito, de columna, modular y jerárquica, dependiendo de la maquetación es la retícula que usarán, en el caso de los periódicos en Mérida es la modular.

El autor Bhaskaran (2006, p. 64) lo plantea así: “La retícula se usa para ubicar y contener los diferentes elementos en un único diseño, asegurando un resultado mucho más exacto y calculado”.

19. Familias Tipográficas: Las familias tipográficas es una colección de caracteres que comparten características y rasgos similares; vienen acompañadas de variantes denominadas ‘Bold’, ‘Cursiva’, ‘Light’.

Las Familias Tipográficas son para Cheng (2006) citado por Ghinaglia, (2009): “En sentido estricto, una fuente es un conjunto de caracteres en un cuerpo y en un estilo. Una familia es un grupo de fuentes relacionadas, con diferentes estilos y cuerpos” (p. 10).

A continuación, se definirán los términos restantes para darles un mejor contexto y entendimiento a los usuarios y debido a que en la matriz únicamente se detallan el nombre y tamaños de las tipografías utilizadas en los periódicos.

20. Secciones: Las secciones organizan toda la información en áreas específicas para que el usuario pueda elegir qué información quiere consultar primero.

El autor José Luis Martínez Albertos (2012, p.2) Plantea su concepto de la siguiente manera: “Una sección es cada una de las áreas, apartados o bloques en que está distribuida

la información de un periódico. El conjunto de noticias de una sección guarda entre sí una relación u homogeneidad temática o geográfica”.

21. Balazo: Sirve para llamar la atención en un solo momento y con ello puedas leer la nota.

La autora del artículo ‘Periódico’ Gloria Vázquez (2012) plantea su concepto de la siguiente manera: “Es un pequeño sobretítulo colocado encima del título principal” (p. Periódico).

22. Titulares: Es la nota principal que tratará de vender el periódico ante el público, regularmente es una nota a nivel nacional, dependiendo de la trascendencia de la misma.

El artículo desarrollado para Técnico Superior en Gráfica Publicitaria (Maquetación de Periódicos, 2012) plantea el término de la siguiente forma:

El Titular de un documento se considera el elemento más importante, ya que es el más atractivo y en el que más se fija el lector que precisamente es la labor que tiene, captar la atención del lector e intentar que se introduzca en el tema para leer el resto del texto (p. 8).

23. Entradas: En el caso de la nota informativa, la entrada debe comprender una síntesis del contenido del texto. Su finalidad es proporcionar un panorama general del hecho. Brinda el avance de la nota, brinda el contexto de la nota para generar la atención adecuada para atraer al lector. Se refiere al primer párrafo del relato y constituye la parte principal de cualquier género periodístico.

El autor José Luis Martínez Albertos (2012) Plantea su concepto de la siguiente manera:

Es el párrafo inicial que se distingue tipográficamente del resto y está dedicado a descubrir escueta y objetivamente un hecho. Es un texto puramente informativo, ya

que al leerlo se obtiene un concepto esencialmente válido del contenido total de la noticia (p. 6).

24. Subtítulos: Generalmente complementan al titular principal, principalmente señalan aspectos importantes de la misma nota titular.

El artículo desarrollado para Técnico Superior en Gráfica Publicitaria (s/a, 2012, p. 9) plantea el término de la siguiente forma: “Se colocan debajo de los títulos principales, y aportan una información complementaria a la del primer titular principal”.

25. Sumarios: Es una síntesis de las notas importantes al interior del periódico, generalmente se encuentra al pie del periódico.

El autor José Luis Martínez Albertos (2012, p. 22) plantea su concepto de la siguiente manera: “Presenta un resumen lo más completo posible de lo que ofrece el periódico y su diseño es horizontal. Con una rápida lectura obtienes una idea global de los acontecimientos novedosos ocurridos. Es ponderada y objetiva”.

26. Cuerpo del texto: El reportero cuenta el acontecimiento y va desarrollándose de manera que el lector pueda entender el suceso, sin embargo, el diseñador gráfico es realiza el acomodo final de la información para que ocupe el espacio asignado.

El artículo desarrollado para Técnico Superior en Gráfica Publicitaria (Maquetación de Periódicos, 2012) plantea el término de la siguiente forma:

Es el elemento al que menos atención se presta, esto es debido que en muchas ocasiones el lector ya ha recibido el mensaje casi en su totalidad con la información que le ha aportado el titular y la imagen o fotografía (p.9).

27. Pie de foto: Sirve para ilustrar de mejor manera la imagen, detalla lo que se muestra en la misma y sirve como un refuerzo para el entendimiento de la nota.

El artículo desarrollado para Técnico Superior en Gráfica Publicitaria (2012) plantea el término de la siguiente forma:

El pie de imagen o pie de fotografía se coloca debajo de ellas aportando alguna información adicional a las mismas. Debería ser corto y breve y aportar la información necesaria para que el lector capte el mensaje que queremos darle con la imagen (p.10).

28. Folios: Señala los datos de identificación, costo, edición y publicación.

El autor José Luis Martínez Albertos (2012, p. 22) plantea su concepto de la siguiente manera: “La identificación de la sección se encuentra en el *Folio*, que adicionalmente contiene el número de la página y la fecha del día de publicación”.

29. Ventanas y recuadros: Es una noticia breve, regularmente va acompañada de una fotografía que ilustra la nota.

El autor José Luis Martínez Albertos (2012, p. 22) plantea su concepto de la siguiente manera:

La ventana es una noticia recuadrada formada por el titular, un pequeño texto y, a veces, una imagen. Su colocación más usual es la parte superior de la página, a los laterales del rótulo o por encima de éste. También la sitúan algunos diarios entre la cabecera y la información (p. 62).

30. Tiraje: Es la cantidad de periódicos impresos para su venta y distribución.

Cantidad de ejemplares impresos que se distribuyen dentro de la ciudad del periódico

Modelo de análisis.

El modelo de matriz comparativo que propone este estudio, está basado en la del autor Joaquín López del Ramo, quien es catedrático en la Universidad del Rey Juan Carlos en la facultad de la comunicación, además es Doctor en ciencias de la información en la Universidad Complutense de Madrid desde 2004 y entre otras coordinador académico de las Licenciaturas de Periodismo y Publicidad y Relaciones públicas hasta 2009.



Figura 17. Joaquín López del Ramo, 2012.

CAPÍTULO IV

Discusión, Conclusión y Recomendaciones.

Introducción

En este capítulo se responden las preguntas de investigación sobre los elementos que se utilizan en cada periódico para elaborar el diseño editorial al realizar la taxonomía de cada elemento usado en el desarrollo del mismo periódico y que se van ilustrando en la misma matriz; es importante mencionar que dentro de los objetivos de este documento se encuentra que este trabajo sea utilizado por los alumnos y docentes de la Carrera de Diseño y Comunicación Visual de la Universidad Mesoamericana de San Agustín sea útil en la impartición de clases una vez que los alumnos lleguen al quinto semestre y puedan elegir la optativa de diseño editorial para conocer la estructuración que los periódicos utilizan en el diseño editorial, logrando responder la segunda pregunta de investigación de este trabajo de investigación.

Ahora se presentarán las preguntas de investigación, en el orden en cómo fueron presentadas en el capítulo I. En ese mismo sentido, se presentarán los objetivos que tiene este documento. Como ya se ha mencionado, solo se presenta un resumen de estos datos ya que son muy amplios y ya están contenidos los apéndices al final de este documento.

¿Qué elementos utilizan el Diario de Yucatán y Milenio Novedades para realizar el diseño editorial de sus respectivos periódicos?

En primer lugar se destaca la utilización, por parte de ambos medios, de una retícula modular. En el caso de los contenidos se utilizan familias tipográficas con las más extensas variantes posibles para distribuir las en las áreas necesarias como por ejemplo en los títulos, subtítulos, sumarios, entradas, pie de fotografía.

Se emplea también, la división de la información en secciones: Local, Nacional-Internacional. Utilizan dos medidas o formatos de periódicos diferentes, el Diario de Yucatán utiliza el formato ‘estándar’ y el periódico Milenio Novedades el formato ‘tabloide’, aunque siguen los mismos esquemas del diseño editorial.

¿Qué beneficios traería a los estudiantes de la Carrera en Diseño y Comunicación Visual este trabajo de investigación?

El principal beneficio que obtienen los alumnos es el conocimiento sobre los elementos anteriormente mencionados, despejando las dudas sobre los nombres y medidas específicas de los elementos utilizados en el desarrollo de cada diseño editorial.

Conocen diferencias y similitudes entre ambos medios y analizan la construcción de cada diseño, sistemas de impresión, plegado, entre otras importantes que se ven en la producción.

Además, siguiendo el mismo modo para presentar la información, se pudo demostrar los resultados obtenidos para el Objetivo general que fue:

Desarrollar una Matriz comparativa de los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades para conocer el diseño editorial de ambos periódicos.

El presente documento es una matriz comparativa, entre los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades y en donde se enlistan cada elemento usado en el diseño editorial de cada periódico; basado en la teoría del diseño editorial y en diversos autores, publicados en las editoriales más reconocidas a nivel mundial, esta matriz se enfoca al desglose de los elementos técnicos y formales, resultando una compilación de la teoría del diseño editorial extraída de libros, artículos, sitios de internet y documentos relacionados al tema. Todos los elementos, están contenidos dentro de la matriz comparativa.

Este estudio se realizó durante los años 2014 – 2015, durante este período se realizaron las solicitudes para las entrevistas con los responsables del departamento de diseño de cada periódico. Debido a la buena disposición de los medios las charlas se realizaron sin problemas, ofreciendo toda la información detallada para cubrir los puntos que la matriz demanda.

Realizando múltiples visitas a la biblioteca se efectuó la compilación de algunos autores sobre diseño editorial como por ejemplo: Lakshmi Bhaskaran, Kal Johansson, Peter Lundberg, Robert Ryberg, Phil Baines, Andrew Haslam entre otros, destacando los puntos más importantes sobre sus postulados en el campo del diseño editorial.

Objetivos particulares

- d) Realizar una taxonomía de los elementos que integran el diseño de los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades y así conocer cada uno de ellos.

Como se plantea en el primer objetivo, en el desarrollo del método, a partir de la página 75 a la página 84 se enlistan y definen los elementos técnicos y formales que integran la matriz comparativa y que utilizan los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades, cumpliéndose a cabalidad con el primer objetivo particular de este estudio.

Señalar las diferencias existentes entre los elementos, formatos y estilos que son utilizados por ambos periódicos.

A partir del desglose de los elementos, contenidos en la matriz y en donde comienzan las diferencias entre ambos medios, se pueden encontrar las familias tipográficas utilizadas por el Diario de Yucatán y Milenio Novedades; en el primer caso, los llamados balazos que no se utilizan a razón de que no están contemplados en la maquetación del mismo periódico.

Otra diferencia, es el hecho de que el Diario de Yucatán utiliza cinco familias tipográficas y el Milenio Novedades utiliza únicamente cuatro familias, en el primer caso el medio ha adquirido todas las fuentes tipográficas y en el segundo caso, hay dos básicas o exclusivas de ellos y otras dos de libre uso.

La principal característica que los diferencia a ambos periódicos, es el tamaño de sus ejemplares, en el caso del Diario de Yucatán sus dimensiones son del tamaño estándar, es decir, 580 mm x 580 mm y en Milenio Novedades, utilizan el formato tabloide inglés con unas medidas de 270 mm x 410 mm.

La matriz señala el tipo de papel que utilizan los periódicos, es fácil pensar que es el mismo papel prensa, sin embargo no es así y la diferencia es la siguiente: en el caso del Yucatán se utiliza el papel denominado 'Resolute News', teniendo una coloración ligeramente más oscura y opaca, con un gramaje de 45 gramos por metro cuadrado. En el caso del Milenio novedades utilizan el papel '85 plus', con una apariencia más blanca y su gramaje más denso con 48 gramos por metro cuadrado, logrando una coloración más clara a la vista. Más adelante, se podrán apreciar todas las diferencias entre ambos periódicos ya que se presentan en la matriz comparativa.

- e) Señalar las similitudes existentes entre los elementos, formatos y estilos que son utilizados por ambos periódicos.

Una similitud entre ambos periódicos, es la utilización de la rotativa como sistema de impresión, colocando en el mercado un total de 50,000 ejemplares al día (en caso del Yucatán), según la información que el medio nos proporcionó y 35,000 copias que el Milenio produce todos los días.

Curiosamente, otra similitud es que se utiliza la retícula modular en los dos casos, la razón es meramente comercial, para facilitar la venta de los módulos para realizar la financiación de los mismos periódicos.

Finalizando con esta explicación, se cumplen los objetivos planteados al principio del trabajo de investigación, este documento se convierte en una herramienta de consulta sobre el diseño de los periódicos que se publican en la ciudad, del diseño editorial y sobre la teoría del diseño editorial de los autores consultados en este documento.

A continuación, se muestra una imagen que ilustra la matriz del autor Joaquí López del Ramo y la elaborada para este trabajo de investigación, con unas modificaciones que la autora Martine Joly (2009) que señalaba el análisis servía a un proyecto y él mismo proyecto le dictaría la orientación sin un método absoluto, dándonos una libertad de crear la matriz con los componentes necesarios para realizar la taxonomía y lograr nuestros objetivos.

Atributos del logotipo/logosimbolo	
Rasgos	Indicadores
Semántica	Simplifica nombre
	Nombre más extenso
	Agrega .com., .es u otros
Iconografía	Quita o modifica elementos icónicos
	Añade elementos icónicos
Tipografía	Estilo
	Familia
	Serie
	Color de la tipografía
	Contratipos
	Altura de la letra
Líneas	Diferente número de líneas
	Diferente interlineado
Módulos	Recurso "bimo" empleado
Disposición	Alineamiento del logotipo/logosimbolo
Proporción	Variación de tamaño respecto al marco

Tabla 4. Bocetos de la matriz comparativa, ilustración propia, 2015.

Matriz comparativa de los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades

Aspectos técnicos y formales		
Aspectos técnicos y formales	Periódico 1	Periódico 2
Nombre del periódico:	Diario de Yucatán	Milenio Novedades
Lema del periódico:	El periódico de la vida peninsular	El lado crítico de la noticia
Logotipo:		
Tipo de composición:	Tipográfico	Tipográfico
Nombre de la tipografía:	Diseño exclusivo	Trajan Bold
Color:	Negro	Rojo
Autor:	Desconocido	Cases i Asociated
Estructuración de composición		
Número de páginas por ejemplar:	42 páginas	56 páginas
Número de secciones:	Cinco secciones	Cinco secciones
Nombre de las secciones:	Nacional e internacional (primer cuaderno) Local, Deportes, Imagen y Avisos económicos	Local, Nacional, Hey, Deportes, Anuncios económicos
Cromatismo:	Cuatricromía	Cuatricromía
Sistemas de impresión:	Offset Rotativo	Offset Rotativo
Plegado:	Plegado por la mitad	Plegado por la mitad

Características de composición

Aspectos técnicos y formales	Periódico 1	Periódico 2
Tipo de papel:	Resolute News	85 plus
Área de Mancha Tipográfica:	272 mm x 546 mm	250 mm x 330 mm
Gramaje por m2:	45 g/m2	48 g/m2
Columnas:	Seis columnas	Cinco columnas
Medida de la columna:	40 mm	45 mm
Medianil:	20 mm	4.512 mm
Interlineado:	3.9856 mm	4.136 mm
Márgenes:	El margen dentro del espacio de impresión de de 1mm.	1 cm de ancho de margen laterales Y el medianil de 2 cms.1.33 margen superior e inferior 1 cm.
Tipo de retícula:	Modular	Modular

Estructuración de composición

Familias tipográficas:	Cinco familias	Cuatro familias
Tipografías en títulos de las secciones:	Grand Central	Oldride
Tamaño en títulos de las secciones:	72 pts	72 pts
Balazo:	Vectora	Amplitud black

Composición tipográfica

Aspectos técnicos y formales	Periódico 1	Periódico 2
Tamaño en balazos:	14 pts	16 pts
Tipografía en títulos y encabezados:	Vectora	Utopia
Tamaño en títulos y encabezados:	72 pts max - 18 pts min.	65 pts max - 24 pts
Entradas y Bajadas:	Vectora / Nimrod MT	Amplitud lighth
Tamaño en Entradas y Bajadas:	15 / 9 pts	16 pts
Tipografía en subtítulos:	Miller	Amplitud black
Tamaño en subtítulos:	14 pts	10 pts
Tipografía en sumarios:	Elemento eliminado del diseño	Amplitud lighth
Tamaño en sumarios:	Elemento eliminado del diseño	16 pts
Tipografía en cuerpo de texto:	Nimrod	Amplitud lighth
Tamaño en cuerpo de texto:	9 pts	9.7 pts
Tipografía en pie de foto:	Vectora Bold	Amplitud
Tamaño en pie de foto:	9 pts	9 pts

Tabla 5. Matriz comparativa, ilustración propia, 2015.

Discusión

Con respecto al objetivo general: *Desarrollar una Matriz comparativa de los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades para conocer el diseño editorial de ambos periódicos*, parte de lo que se esperaba encontrar en este trabajo de investigación era que se desarrollara una matriz en donde pudiese compararse los elementos que se utilizan en el diseño de los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades.

Se inicia la discusión con una cita del autor Joaquín López Del Ramo (2012, p. 2) en la cual plantea lo siguiente: “El diseño de los periódicos impresos posee técnicas de confección regladas y muy definidas, fruto de la evolución tecnológica y formal del propio medio a lo largo de las décadas”.

Es una cita muy general para abrir ir planteando el contexto, ahora este autor no es el único que tiene este pensamiento, la Dra. Rosana Fuentes Fernández (2012, p. 1) plantea en su texto: ‘Análisis Morfológico de los periódicos’ una observación un poco más profunda sobre el diseño de los periódicos: “La edición de un periódico no debe centrarse solo en los textos, sino que ha tener en cuenta la distribución de las imágenes y el diseño o maquetación de las distintas secciones”.

Los autores se refieren a todas aquellas reglamentaciones y distintas normas que se siguen desde el diseño editorial y pero no es lo único que debemos considerar sobre el diseño editorial, también el autor Mario Balcázar (2012, s/p) en su artículo denominado: ‘10 Reglas para hacer diseño editorial’ plantea lo siguiente:

El diseño editorial es una de las ramas más completas en el diseño gráfico, requiere no solamente de una buena dosis de creatividad, sino también de aplicar el idioma correctamente, utilizar los programas apropiados y conocer los pormenores de la producción, entre otras cosas (s/p).

Esta coincidencia que tienen los dos primeros autores sobre una reglamentación y normas en el diseño editorial no es fortuito, sino que parte de una metodología que forma parte del diseño en sí mismo.

Por ejemplo, antes de realizar el diseño de un periódico es muy importante trabajar sobre una retícula tipográfica, la cual contendrá el diseño editorial del periódico y sobre la misma recae el peso de tener la adecuada distribución de la información, imágenes y secciones importantes.

Esto lo menciona el autor Timothy Samara (2006) en su libro: 'Diseñar con y sin retícula' el cual en este libro dice lo siguiente:

En un principio, la retícula tipográfica es un principio organizador en diseño gráfico, cuya influencia está sumamente arraigada en la práctica actual, y al mismo tiempo se combate en las escuelas de diseño; un principio que se ensalza y se vilipendia por igual, debido a las ideas absolutas inherentes a su concepción (p. 7)

Con respecto al primer objetivo particular: *Realizar una taxonomía de los elementos que integran el diseño de los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades y así conocer cada uno de ellos*, la autora Fuentes (2012) plantea lo siguiente:

Las crónicas comparten espacio con imágenes como las fotografías, las ilustraciones, los collages e incluso las infografías, que algunos autores consideran un género. Elementos que se insertan en el periódico con un determinado diseño o maquetación. La suma de estos factores internos (textos) y externos (diseño y maquetación) hacen del periódico una unidad con sentido total (p.2).

Por esta razón de importancia que se realiza el estudio de los elementos que se utilizan en el desarrollo de una retícula para un periódico.

Con respecto al segundo objetivo particular: *Señalar las diferencias existentes entre los elementos, formatos y estilos que son utilizados por ambos periódicos*, no hay mucho para discutir, se puede señalar los diferentes formatos de los periódicos, pero los autores Laura González Díez y Pedro Pérez Cuadrado (2014) en su libro: ‘La cabecera como signo de identidad del producto periódico’ señalan lo siguiente:

Las primeras variables del trabajo de campo nos han ofrecido unos resultados que hacen referencia, fundamentalmente, al tamaño, al uso tipográfico (familia, estilo...), al color, a su posición en la página, a los recursos gráficos y tipográficos que emplean y a los elementos que la componen (p.46).

Ambos autores, hacen mención a resaltar las diferencias entre los elementos y que son importantes señalarlos.

Con respecto al tercer objetivo particular: *Señalar las similitudes existentes entre los elementos, formatos y estilos que son utilizados por ambos periódicos*, no hay mucho que discutir por parte de los autores, son muy pocas y para no repetir la información se sugiere consultar la información antes señalada en la página 89 de este trabajo de investigación.

Conclusión

Se inicia este apartado mencionando que se han cumplido los objetivos, tanto general como de los particulares de este trabajo, el desarrollo del presente proyecto de investigación permite conocer los aspectos técnicos y formales que utilizan los periódicos Diario de Yucatán y Milenio Novedades.

Debido al enfoque didáctico de este documento se busca primero que nada cubrir el aspecto educacional, contemplando la teoría del diseño editorial; dando un primer paso con la contextualización sobre el diseño, sobre sus ramificaciones hasta llegar al diseño

editorial. Al abordar el tema del diseño editorial, se definen los conceptos medulares del diseño y maquetación de periódicos.

Desde ¿qué es el diseño editorial? hasta los tipos de retículas, familias tipográficas, definición del mismo periódico, su estructuración, el tipo de sistema de impresión en la rotativa, cromatismo, entre otros puntos importantes de la teoría.

Se plantearon las medidas de los papeles, sobre los tres formatos estandarizados de los periódicos alrededor del mundo como por ejemplo: el tamaño sábana o estándar, el tamaño Berliner y el Tabloide, el tipo de retícula que utilizan en ambos periódicos.

En los apéndices, se encuentran las entrevistas con los responsables de los departamentos del área de diseño; en ambas entrevistas se puede conocer la interesante historia de ambos medios.

Existe un glosario de términos de algunos conceptos surgidos durante el desarrollo de la información. El esquema que se plantea de uso de esta matriz, es a través de dos formas: una planilla impresa a dos caras para su consulta en la biblioteca y uno digital para su consulta desde casa.

Recomendaciones

Como primera recomendación, debe considerarse el aprovechamiento de este documento durante la impartición de la materia de diseño editorial en las aulas de la Universidad Mesoamericana de San Agustín, con el único fin de ser usado como herramienta de apoyo en los temas de diseño de periódicos.

Se propone establecer dinámicas participativas entre el alumnado y cuerpo docente para el enriquecimiento de las clases al momento de tocar los casos del Diario de Yucatán y del Milenio Novedades.

La participación de todos los diseñadores para realizar análisis en foros de discusión, es de capital importancia para el desarrollo del área editorial como para el crecimiento profesional de cada alumno y cuerpo docente, así lo plantea Miranda (2009) de la siguiente manera:

Diseñar, como cualquier otra actividad humana, es una actividad compartida. Por ello, requiere el consenso, la colaboración y el esfuerzo de los demás. Es una actividad dirigida a satisfacer necesidades, deseos y aspiraciones de la sociedad o de una parte de ella (p. 9).

Se debe aprovechar la serie de definiciones que irán acompañando a la matriz en el anverso del diseño, para que al momento de ser consultado el documento, puedan despejar dudas sobre alguna definición y entender más detalladamente el contexto del documento y de la herramienta.

Esta matriz es una herramienta de apoyo y por lo tanto en clases será positivo profundizar con los docentes los aspectos de la estructuración del periódico en su maquetación, en la selección de sus familias tipográficas y la retícula a elegir.

Se diseña cuando surgen las necesidades y la de los alumnos es aprender y por ello se debe analizar más profundamente si debe existir un plan de estudios acorde al diseño de periódicos en los esquemas vigentes de la Carrera de Diseño y Comunicación Visual de la Universidad Mesoamericana de San Agustín apoyando a todo su alumnado, Miranda (2009, p.10) señala lo siguiente: “Solamente es necesario ser un diseñador consciente de que el trabajo creativo trasciende de su persona”.

De acuerdo a esta cita, la esencia del diseñador gráfico en general se basa en la creatividad y ésta llega a partir de mucho trabajo y dedicación para descubrir nuevas maneras de crear imágenes o mensajes más claros para las audiencias.

Referencias

- Academia Mexicana de la Lengua (2015) Recuperado en: <http://www.academia.org.mx/>
- Arce Barceló, María Esther (2011). Análisis del periódico Mexicano: “La Jornada”. Tesis Doctoral, Universidad de Murcia. PDF.
- Balcázar, Mario (2012). 10 Reglas para hacer diseño editorial.
- Álvarez Fernández, Diego Luis (2009) Diseño editorial: lo que debes saber, Edit. The SignHaus.
- Bhaskaran, Lakshmi (2006). ¿Qué es el diseño editorial? Editorial IndexBook S.L. Copyright © Roto-Vision SA 2006.
- De Joly, Martine. (2009) *Introducción al análisis de la imagen*. Buenos Aires: Ed. La Marca
- Definición de la Semántica (2015) Recuperado en: <http://www.gramaticas.net/2011/05/la-semantica.html>
- Definición de Iconografía (2015) Recuperado en: <http://definicion.de/iconografia/>
- Deutsche Institut für Normung (“Instituto Alemán de Normalización” (2015) <http://www.din.de/de/>
- Drew, Helen (2006) “Fundamentos de la fotografía, introducción a los principios de la fotografía contemporánea”.
- Fotonostra, tipografía y su evolución (2008) <http://www.fotonostra.com/grafico/tipografia.htm>
- Fuentes Fernández, Rosana (2012). La cobertura de cinco conflictos internacionales: análisis morfológico de El País, El mundo, Abc y Heraldo de Aragón. Actas on-line: http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas.html
- Flores, Julio, *Áreas y disciplinas del diseño gráfico, 2014*, <http://origenarts.com/>

Hernández, Fernández y Baptista, Metodología de la Investigación, (2010) Edit. McGraw-Hill / Interamericana editores, S.A. de C.V.

Historia del periodismo (2007) Recuperado en:

<http://historiaperiodismo.tripod.com/id2.html>

Katholische Universität Eichstätt Ingolstadt.KU, La Estructura de un periódico, PDF.

Melfi, Jhoana, *Periódico: Diseño y diagramación*, (2013)

La caricatura Recuperado en:<http://sincronia.cucsh.udg.mx/caricatur.htm>

López del Ramo, J. Análisis comparativo de las cabeceras de los diarios digitales españoles respecto a los impresos. *Anales de Documentación*, 2012, vol. 15, nº 2. ISSN: 1697-7904.

Manjarrez de la Vega, Juan (2010) Diseño editorial, PDF.

Miranda, Sergio (2009). Manual de las buenas prácticas del diseño: La profesión del diseño. © 2009 surgenia CENTRO TECNOLÓGICO ANDALUZ DE DISEÑO

Ortiz Trujillo, Fernando Emmanuel (2012). Tesis “Modelo de Análisis Básico Para Determinar los Elementos Técnicos y Formales de las Fotografías del James Nachtwey Campaña XDR-TB”.

<http://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2013/periodico-diseno-y-diagramacion-2/>

Samara Timothy, Diseñar con y sin retícula (2006) Gustavo Gili, St.

Tamaños de papel: Internacional de tamaños de papel y formatos (2015)

<http://www.tamanosdepapel.com/periodico-tamanos.htm>

Vico Mauricio (2009) Diseño Editorial y Diseño de la Información, Taller Gráfico II. PDF.

William Addison, Dwiggins “Design Is history: <http://www.designishistory.com/1850/wa-dwiggins/>”.

Definición de tipografía y tipógrafos: <http://www.unostiposduros.com/tratado-de-tipografia-1-generalidades/>

Tamaños y formatos de los periódicos, autora: Mónica Bautista Fernández:

<https://diagramacionenprensafcom.wordpress.com/tag/berlines/>

John Ingledeew, Photography (2006) Editorial Blume

Apéndices

Entrevistas

Las entrevistas son distintas, debido a la que los medios son diferentes y tienen un enfoque particular aunque tienen un mismo fin, el resultado fue la obtención de la información necesaria para plantearla en este proyecto.

Apéndice A. Entrevista realizada a través del Licenciado Gaspar López Poveda, jefe de redacción del departamento de visitas escolares del Diario de Yucatán.

La entrevista se realizó el día 16 de diciembre del año dos mil catorce en la sede del Diario de Yucatán.

Edwin Arcila.- Licenciado Gaspar, antes que nada agradezco que a través de su persona el Diario de Yucatán me conceda esta entrevista para conocer los elementos que conforman la estructura de diseño del Diario.

Gaspar López.- Al contrario Edwin, estamos para servirte y para los que formamos parte de este periódico es importante brindar toda la ayuda para tu investigación.

EA.- Gracias, bueno para empezar me gustaría que me platicara del diseño editorial que maneja el diario...

GL.- Si mira, el diseño que actualmente tiene el Diario de Yucatán ha tenido algunos cambios y el que actualmente maneja el periódico se realizó en el 2003; este cambio fue desarrollado en colaboración con el Washington Post, ya que mantenemos un convenio de colaboración con este medio y gracias a esto vino una diseñadora que fue la encargada de realizar el rediseño que actualmente manejamos.

EA.- ¿Sabe cuánto tiempo se llevó este rediseño?

GL.- El proyecto tuvo un proceso de 3 meses.

EA.- Está bien, dígame por favor cuál es el nombre de la tipografía que el diario utiliza en su logotipo principal.

GL.- Mira, el logotipo principal fue realizado por encargo del fundador del periódico y no tiene nombre, de hecho cuando se hizo el rediseño el logotipo tuvo una actualización, originalmente llevaba la ilustración de la península, dentro de esta figura llevaba la palabra “de” y se posicionaba entre las palabras “Diario” y “Yucatán” para formar el nombre de nuestro medio. Se rediseñó y se prescindió de ese elemento y sólo se quedó el puro nombre como firma caligráfica como actualmente sale todos los días en la portada.

EA.- Entonces digamos que fue un diseño hecho por encargo del periódico y no existe una fuente tipográfica que haya sido utilizada para hacer el logotipo.

GL.- Así es.

EA.- ¿Qué familias tipográficas maneja el periódico en los títulos de las secciones y en qué tamaño se usa?

GL.- Para los títulos de las secciones se utiliza la familia tipográfica “Grand Central”, aquí hay un dato curioso, cuando llega la diseñadora del Washington Post a Mérida y ve un letrero que está en la calle 62 que dice “Diario de Yucatán” en la puerta de ese acceso piensa que esa letra se parece a la que era utilizada en la central de trenes de Nueva York y las del viejo oeste y es precisamente esta que se llama “Grand Central” y el tamaño de los títulos es a 72 puntos.

EA.- Para los títulos y encabezados de las noticias, ¿qué fuente se utiliza? ¿y qué tamaños usa?

GL.- Para los títulos y encabezados de las notas es la “Vectora Bold” con un máximo de 72 puntos y mínimo de 18 puntos.

EA.- Para los subtítulos ¿qué tipografía es?

GL.- Para ella se utiliza “Miller” a 18 puntos.

EA.- Para el cuerpo de las noticias, ¿qué tipografía se utiliza?

GL.- Para el texto de las noticias se utiliza la “Nimrod” a 9 puntos.

EA.- Para las notas destacadas, ¿qué fuente se usa?

GL.- La “Gotham” a 9 puntos, en total son esas cinco familias tipográficas las que usamos.

EA.- Perfecto, ahora Licenciado, dígame ¿qué tipo de retícula utiliza el periódico?

GL.- Modular, es retícula modular y se utilizan 6 columnas.

EA.- Para los pies de fotografías, igual ¿qué tipografía es?

GL.- Es la “Vectora Bold” a 9 puntos.

EA.- ¿Cuántas secciones son las que conforman al “Diario de Yucatán”?

GL.- Son cinco, Cuadernillo principal, Local, Espectáculos, Deportes y Avisos económicos.

EA.- ¿Cuál es el sistema de impresión que se utiliza para hacer el diario?

GL.- Se utiliza la rotativa.

EA.- El cromatismo de impresión es...

GL.- A color por supuesto.

EA.- ¿Qué tipo de encuadernación utiliza?

GL.- Plegado por la mitad.

EA.- ¿Cómo se llama el papel que se utiliza para imprimir el periódico? ¿y qué gramaje maneja ese papel?

GL.- “Resolute News” con un gramaje de 45g/mt.

EA.- Ok, ya para terminar Licenciado, ¿cuál es el tiraje de venta en promedio del diario?

GL.- De 50,000 ejemplares diarios.

EA.- Correcto Licenciado Gaspar López, le agradezco su amable ayuda.

GL.- Al contrario Edwin, fue un gusto haberte ayudado y espero que esta colaboración haya sido útil.

EA.- Muchas gracias.

Apéndice B. Entrevista realizada a través del Licenciado Carlos Benítez, jefe del departamento de diseño del periódico Milenio Novedades.

La entrevista se realizó el día veinte de enero del año dos mil quince en la sede del Milenio Novedades.

Edwin Arcila (EA).- Licenciado Carlos, antes que nada agradezco que a través de su persona el Milenio Novedades me conceda esta entrevista para conocer los elementos que conforman la estructura de diseño del periódico.

Carlos Benítez (CB).- Por supuesto Edwin, estamos para servirte y nos parece muy interesante tu investigación y nos agrada hablar de nuestro trabajo.

EA.- Muchas gracias, bueno empecemos con la charla. Platíqueme un poco del periódico Milenio novedades.

CB.- Hablando del Milenio Novedades tiene un diseño más elaborado que junto con el Diario de Yucatán maneja un tipo de diseño mucho más profesional, mucho más consiente; incluso las tipografías que se usan, fueron escogidas para una parte del periódico; de hecho ambos han sido diseñados por bufetes de diseño internacionales. En el caso del Milenio el diseño lo realizó un despacho español, muy famoso y especializado de nombre Cases que es española y que se dedica desde hace mucho tiempo a diseñar tabloides, mucho de los tabloides más famosos en Europa han sido diseñado por ellos, en América Latina este despacho hizo el diseño que usa el “Clarín” de Argentina.

EA.- Esto que me cuentas Carlos, me lleva a la siguiente pregunta... ¿Cuál es el tamaño que usa el Milenio Novedades?

CB.- Es tabloide aunque los periódicos tabloide tienen diferentes tamaños, pero todos los periódicos han tratado de reducir sus dimensiones por cuestiones económicas: menor papel, menos tinta, menos costo de inversión y mejor ganancia.

CB.- El periódico se rediseñó hace 10 años por esta empresa, de 10 años para aquí el periódico ha tenido una evolución por parte de la gente de Milenio México.

EA.- En un inicio, el periódico originalmente se llamó “Novedades de Mérida” de ahí hubo una transición al “Mundo al Día”... ¿cómo es que se deciden los cambio?

CB.- Bueno, el periódico como Novedades de Mérida en los años 70’s y 80’s tuvo mucho éxito incluso mucho mejor que el Diario de Yucatán.

EA.- Según la investigación que realicé, este periódico fue el primero a nivel nacional en producir el color en sus ediciones.

CB.- Esto que tú mencionas es algo que la empresa, que grupo Sipse quién es el dueño de este medio siempre ha procurado en invertir en tecnología y en estar a la vanguardia. Ha sido el primer periódico en crecer fuera del estado, llegó a otros estados como Quintana Roo, Tabasco y Campeche, de hecho el año que se funda el estado de Quintana Roo nace el mismo periódico. Luego de un tiempo de mucho éxito viene una debacle en las ventas y se decide hacer el cambio a El Mundo al día; ahí entra tu servidor, me invitan a hacer el diseño del periódico. Antes sólo una diseñadora que se encargaba de realizar algunas páginas. Cuando inicia el proyecto del Mundo al Día, el equipo era muy grande había un equipo de 9 infografistas diseñadores, ilustradores, gente talentosa y empezamos a trabajar con retículas, medidas y todos usábamos una metodología más profesional; sin embargo los 6 años que vivió el periódico tres años tuvo buena aceptación y tres años no y los propietarios deciden adquirir la franquicia del Milenio.

EA.- En esta investigación tengo una delimitación importante y quiero consultarte lo siguiente: que los periódicos hayan sido fundados y publicados antes del año 2000.

CB.- Sí mira, es la misma razón social a pesar de haber tenido los cambios en dos ocasiones se ha mantenido la misma razón social, de hecho se decidió usar en nuestro nombre la parte

de “Novedades” y esta pequeña diferencia nos da ciertas libertades, seguimos las líneas editoriales que marca la franquicia pero muchas cosas las decidimos aquí.

EA.- Excelente, esto me permite la inclusión de este periódico entre los más importantes y más antiguos de la ciudad.

CB.- Cuando éramos el Mundo al Día se trabajaba de la siguiente manera: el diseñador era quién realizaba el diseño de la página, el editor daba la información y el diseñador también iba jerarquizando la información, a raíz del cambio a la franquicia de Milenio se empieza a trabajar con páginas pre-diseñadas, empezamos a usar las maquetas que son piezas que nos ayudan a optimizar nuestro tiempo. Obtuvimos mejores resultados, puesto que las secciones por ejemplo nacionales e internacionales ya vienen listas; los reporteros y editores van colocando su información, los fotógrafos meten su imagen y los diseñadores se pueden concentrar en darle más tiempo a secciones que sí requieren más trabajo creativo.

EA.- Entonces la retícula que maneja el periódico es “modular”, ¿correcto?

CB.- Así es, se trabaja mucho mejor ya que al trabajar con módulos podemos reemplazar toda la información si ya es diferente con un anuncio publicitario y así el diseñador trabaja de una mejor forma.

EA.- Carlos, te agradezco el tiempo que me has dedicado, muchas gracias.

Entrevista al periódico Por Esto.

Apéndice C. Listado de periódicos registrados en Yucatán.

Medios de comunicación impresa en Yucatán:	
Nombre de la publicación:	De Peso
Estado:	Yucatán
Municipio:	Mérida
Tipo de publicación:	Periódica
Periodicidad:	Lunes a domingos
Asociado a la agrupación:	
Casa Editorial:	Novedades de Mérida, S.A. de C.V.
Promedio de circulación pagada:	57,594 ejemplares diarios, de lunes a sábados. 51,287 ejemplares los domingos.
Medios de comunicación impresa en Yucatán:	
Nombre de la publicación:	Diario de Yucatán El Periódico de la Vida Peninsular
Estado:	Yucatán
Municipio:	Mérida
Tipo de publicación:	Periódica
Periodicidad:	Lunes a domingos
Asociado a la agrupación:	Asociación de Editores de los Estados, A. C.
Casa Editorial:	Cía. Tipográfica Yucateca, S. A. de C. V.
Promedio de circulación pagada:	59,597 ejemplares de lunes a sábado. 71,140 ejemplares domingo.
Medios de comunicación impresa en Yucatán:	
Nombre de la publicación:	Diario La Verdad de Yucatán
Estado:	Yucatán
Municipio:	Mérida
Tipo de publicación:	Periódica
Periodicidad:	Lunes a domingos
Asociado a la agrupación:	
Casa Editorial:	La Verdad de Quintana Roo, S.A. de C.V.
Promedio de circulación pagada:	30,079 ejemplares de lunes a sábado. 27,769 ejemplares domingos.
Medios de comunicación impresa en Yucatán:	
Nombre de la publicación:	La I Noticias Para Mí Mérida
Estado:	Yucatán
Municipio:	Mérida
Tipo de publicación:	Periódica
Periodicidad:	Lunes a sábado
Asociado a la agrupación:	Asociación de Editores de los Estados
Casa Editorial:	Impresora y Editorial, S. A. de C.V.

Promedio de circulación pagada:	28,258 ejemplares.
Nombre de la publicación:	Novedades de Yucatán
Estado:	Yucatán
Municipio:	Mérida
Tipo de publicación:	Periódica
Periodicidad:	Lunes a sábado
Asociado a la agrupación:	
Casa Editorial:	Novedades de Mérida, S. A. de C. V.
Promedio de circulación pagada:	18,740 ejemplares.
Nombre de la publicación:	Por Esto! (Yucatán)
Estado:	Yucatán
Municipio:	Mérida
Tipo de publicación:	Periódica
Periodicidad:	Lunes a domingo
Asociado a la agrupación:	
Casa Editorial:	Compañía Editora Nuestra América, S. A. de C. V.
Promedio de circulación pagada:	31,955 ejemplares.
Nombre de la publicación:	¡Al Chile!
Estado:	Yucatán
Municipio:	Mérida
Tipo de publicación:	Periódica
Periodicidad:	Lunes a domingo
Asociado a la agrupación:	Coparmex
Casa Editorial:	Grupo Megamedia
Promedio de circulación pagada:	Lunes a sábado: 39,522 ejemplares. Domingo: 35,417 ejemplares.
Nombre de la publicación:	Artículo 7
Estado:	Yucatán
Municipio:	Mérida
Tipo de publicación:	Periódica
Periodicidad:	Lunes a domingo
Asociado a la agrupación:	Asociación de Editores de Los Estados, Sociedad Interamericana de Prensa, Asociación Mundial de Peri
Casa Editorial:	Concentradora de Información Sustentada de Yucatán, S.A. de C.V.
Promedio de circulación gratuita:	17,500 ejemplares.

Tabla. 6 Listado de periódicos registrados en Yucatán, tabla propia, 2015.