



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Artes y Diseño

Tríptico. Actívate, para una madurez de Calidad.

Bajo la modalidad de Tesina

Que para obtener el Título de:

Licenciada en Diseño Gráfico

Presenta: Laura María González Bustos

Directora de Tesina: Licenciada Patricia Valero

Cabañas

México, D. F., 2015



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



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 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 Nacional Autónoma de México

Facultad de Artes y Diseño

Tríptico. Actívate, para una madurez de Calidad.

Bajo la modalidad de Tesina

Que para obtener el Título de:

Licenciada en Diseño Gráfico

Presenta: Laura María González Bustos

Directora de Tesina: Licenciada Patricia Valero

Cabañas

México, D.F., 2015

Agradecimientos:

A mis padres, Alberto y Esperanza.

A mi Esposo, Marco Antonio.

A mis adorados hijos, Pamela, Carlos A, Gabriela y Lizeli.

A mis increíbles Nietos, Valentina, Daniela y Patricio.

A mis hermanos, a todos y cada uno de ellos.

*Quiero agradecer a mi amiga, compañera y directora de
Tesis, Patricia Valero Cabañas por el apoyo y la fe que*

*Puso en mí, para animarme a realizar
este trabajo.*

Y a todas las personas que de alguna manera cooperaron o

Me ayudaron con sus conocimientos y paciencia.

INDICE

CAPITULO I: GENERALIDADES DEL FOLLETO

1.1	Antecedentes del Diseño	11
1.2	Folleto	13
1.2.1	Características del Folleto	15
1.3	Tipos de publicaciones	19
1.3.1	Políptico	20
1.3.1.1	Usos del Políptico	20
1.3.2	Tríptico	20
1.3.2.1	Usos del Tríptico	21
1.3.3	Díptico	
1.3.3.1	Usos del Díptico	22
1.3.4	Volante (Flayer)	22
1.4	Elementos del Tríptico	23
1.4.1	Diseño Editorial	23
1.4.2	Retícula	23
1.4.2.1.	Partes de una Retícula	24
1.4.3	Tipografía	25
1.4.3.1	Tipos de alineación	27
1.4.4	La Fotografía	28
1.4.5	El Papel	29
1.4.5.1	El Corte	30
1.4.5.2	El Plegado	31
1.6	La naturaleza del Color	31
1.7	Metodología	33

CAPITULO II	ESTUDIO DEL PROBLEMA	
2	Deporte, Acondicionamiento Físico y Ejercicio	36
2.1	Qué es el Deporte	36
2.2	Qué es el Acondicionamiento Físico	37
2.3	Qué es Ejercicio	37
2.3.1	Diferencias	38
2.3.2	Beneficios	39
2.4	Qué es lo que queremos y esperamos del Ejercicio	39
2.5	Qué es la Obesidad	40
2.6	¿Por qué subimos de peso?	40
2.6.1	Factores	41
2.7	Encuesta	42
2.7.1	Resultados de la Encuesta	43
CAPITULO III	PROPUESTA DEL TRÍPTICO	
3	Tríptico	46
3.1	Justificación del Tríptico	47
3.2	Retícula	47
3.3	Tipografía	47
3.4	Fotografía	
3.5	Elección de material de soporte, Papel	48
3.5.1	El plegado del Tríptico	
3.6	El color	49
3.7	Proyecto Gráfico	50
	Conclusión	55
	Bibliografía	56
	Mesografía	58



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo dar a conocer la importancia de la actividad física para mejorar la calidad de nuestra salud, sobre todo en la etapa de la madurez.

Actívate, para una madurez de calidad

Mucho se ha hablado recientemente sobre las enfermedades, trastornos físicos, emocionales y sobre todo de obesidad.

La obesidad y el sobrepeso son el principal problema de Salud Pública en México, pues nuestro país es el primer lugar mundial en niños con obesidad y sobrepeso, y segundo en adultos.¹

Todo esto, trae como consecuencia una infinidad de problemas tanto sociales como económicos. México gasta 7% del presupuesto destinado a salud para atender la obesidad solo debajo de Estados Unidos que invierte el 9%.²

Estos problemas repercuten de manera general en el país y de manera particular en nosotros mismos.

¿Por qué se ha visto en esta época que los índices de enfermedades, trastornos físicos, emocionales y sobre todo la obesidad en las personas, ha ido en aumento en México?

Esta interrogante me llevó a realizar una investigación y contribuir de cierta manera a buscar una solución.

Las respuestas son varias. La mala alimentación, el sedentarismo, la falta de acceso a alimentos nutritivos son factores determinantes del sobrepeso y la obesidad.³

Al realizar una encuesta con personas maduras encontré que sobre todo en esta etapa de la vida el factor más importante es el sedentarismo.

Mi formación como diseñadora gráfica me hizo pensar en un objeto de diseño que pudiera tener un fuerte impacto para poder comunicar sobre los beneficios de una actividad física.

¹ <http://www.salud.df.gob.mx>. 16 de Marzo de 2015
http://www.salud.df.gob.mx/ssdf/index.php?option=com_content&task=view&id=4034

² Ídem

³ Ibídem



El Diseño Gráfico al ser un medio de comunicación cuenta con los elementos idóneos para llevar a cabo dicho objetivo. El diseño crea y comunica a través de mensajes con significado dirigidos a un público determinado.

“diseño” conjunción de imagen, tipografía y elementos gráficos en una sola composición. Giovanni Troconi.⁴

El diseño gráfico consiste en concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales con objetivos claros y determinados. Esta actividad posibilita comunicar gráficamente ideas, hechos y valores procesados y sintetizados en términos de forma y comunicación, factores sociales, culturales, económicos, estéticos y tecnológicos.⁵

Particularmente para este tema la intención es informar y más particularmente crear conciencia en las personas que por diferentes circunstancias han caído en el sedentarismo y han permitido que la obesidad se instale en ellas.

Una vez decidido a qué público se dirigirá el trabajo, el tema que manejaría como objeto de estudio, el núcleo de personas a quien lo iba a dirigir, me faltaba saber qué objeto de diseño sería el más adecuado para ello.

Se pensó en una página web, una posibilidad muy buena, pero no hay la seguridad de que llegue a toda la gente, ya que no todo el mundo tiene los medios y los conocimientos adecuados.

El Cartel otra posibilidad, pero muy local solo tienes la información fija en lugares determinados, un anuncio en TV es muy caro; igual, la revista u otros medios.

El folleto (Tríptico) se puede adaptar como un medio de comunicación individual o como parte de una campaña, es económico y la gente lo acepta fácilmente por que no estorba, lo puede llevar en la mano o en su bolsa, la información es precisa directa y concisa ya que el folleto es un elemento gráfico impreso, que tiene como característica ser fácil y rápido de leer. Si el diseño y el contenido son adecuados el usuario lo guardará y podrá leer la información con detenimiento en casa y hasta compartir ésta con la familia y/o amigos.

Otra de las grandes ventajas, que tiene el folleto es su distribución: fácil de repartir, ya que no se necesita gran infraestructura para su distribución, ni costos extra para que llegue a la gente a la que va dirigido, se pone en un lugar fijo o se entrega en mano propia.

En cuanto al contenido del folleto, busque muchas alternativas para activarse, desde el ejercicio en casa, con una guía a través de internet, al aire libre, en grupos para buscar mayor motivación, en clubes, etc.

No importa el nivel socio económico cuando se es obeso o no, sean jóvenes o maduros, en realidad este problema social es enorme y la intención es llegar al mayor número de personas.

⁴ Troconi, (2010) Giovanni. 100 años de Diseño gráfico en México. México: Artes de México.

⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Diseño_gráfico



Hay muchos factores por los cuales la gente no hace ejercicio o actividad física: económicos, el tiempo, distancia, etc. Y podemos decir que estos factores no son tan importantes como la gente cree, porque excusas y pretextos hay muchos. Lo principal es encontrar esa motivación para movernos y activarse o reactivarse, aunque los pretextos pueden sobreponerse a nuestra convicción.

La actividad física es importante pero es más en una edad madura, cuando el cuerpo está empezando a cobrar la factura o empieza a tener más problemas, quizá por malos hábitos alimentarios y poca actividad o sedentarismo.

Este folleto representa el inicio de una buena intención, que podemos encontrar en cualquier lugar y en cualquier momento la facilidad de movernos, llámese ejercicio, deporte, actividad física o simplemente la forma de activarnos.

Muy probablemente recurriremos a otras formas de comunicar y llegar a un mayor público, para difundir los beneficios de dejar el sedentarismo.

El diseño gráfico brinda muchas otras alternativas que tal vez sean el camino para crear conciencia.



CAPITULO I GENERALIDADES DEL FOLLETO

1.1 ANTECEDENTES DEL DISEÑO

Lo que menciona Peter Bridge Water en su libro *Introducción al Diseño Gráfico* es que el diseño siempre ha estado presente en el ser humano como parte de su entorno y como expresión artística, y sabemos que todo en la vida ha tenido su evolución, y el diseño no está exento a estos cambios que han ocurrido través de la historia.

EL hombre ha usado, el diseño desde épocas remotas, como el lenguaje usando símbolos, para comunicarse, haciendo su ropa de acuerdo al medio ambiente, sus armas y herramientas y todo esto intuitivamente por la necesidad de sobrevivir.

En un principio el hombre era el artesano que diseñaba sin tener conciencia de que lo hacía, pero su acción de hacerlo empíricamente obedecía a una necesidad y así a través de la historia lo siguió haciendo, convirtiéndose en un artesano como por ejemplo; cuando se hacía un libro, la persona hacía la corrección, la elección tipográfica, la impresión, la publicación y la venta, no había una profesión, solo una persona hacía todo.

Fue hasta el siglo XV cuando el diseño de *Tipos* se transforma y el material que usaban, era la madera. Gutenberg que introduce los *Tipos* móviles de metal y esto vino a ser una revolución en el ámbito de la impresión y así hasta el siglo XIX, teniendo un desarrollo del diseño, todavía con poco avance.

Es hasta mediado del siglo XIX, el Diseño Gráfico se integró en el área de empaques, presentación, exposición y publicidad y se estableció como profesión.

El Diseño Gráfico se fue desarrollando a través del tiempo, en diferentes áreas como la arquitectura, industria, ingeniería, tecnología y comercio.

Podemos mencionar que entre 1864-1901 el cartel moderno fue tomado como medio de comunicación, combinando texto e imagen en un solo trabajo, y se dirigió a una audiencia en especial, y fue así avanzando y proponiendo diferentes formas de composición, como la asimetría que rompe con los valores establecidos.

EL Diseño Gráfico actual proviene principalmente del movimiento del Arte y Oficio fundado por Williams Morris (1837- 1889). Decía su teoría socialista: todos los productos deben hacerse a mano por el pueblo y para el pueblo, después de él, llegó el Art Nouveau, Paris 1895 basado en el diseño de Morris (curvas y flotantes) fue un estilo de decoración gráfico.



Más tarde tenemos que en la primera guerra mundial vino la fundación de la Bauhaus fundada por Walter Gropius (1919) Escuela de arte y diseño. Los principios que aquí se enseñaron fueron, el fundamento de todos los aspectos de diseño del siglo XX. La filosofía era reunir el arte y la tecnología, creó una nueva tipografía y experimento con materiales de impresión. Después vino en los años 50 el diseñador suizo Jan Ischichold quien abogó por la simplicidad y el contraste de los colores primarios y las formas asimétricas así como combinación de fotografía y tipos que no se veían en esa época,

Y no fue sino hasta que en los Estados Unidos se consolidó como profesión el Diseñador Gráfico por la demanda de producción, publicidad masiva y el cine que hicieron que el diseñador fuera una persona especializada. Y fue en este país que se hizo por primera vez lo que se llama hoy en día Imagen Corporativa.

En los últimos años de los 60 vino la creación de diferente *Tipos* de tipografía y con esto el desarrollo de maquinarias y tecnología de impresión cada vez más sofisticadas y exactas como él (offset-t Web) haciendo que el trabajo del diseñador cambiara radicalmente.

El Diseño Gráfico ha evolucionado cada día más y ha ido metiéndose en la necesidad de la gente, ya que ahora lo usa para hacer publicidad, propaganda, difundir ideas o simplemente comunicarse, con la ventaja de poder hacerlo por diferentes canal de comunicación como es: la web, televisión, el cine, los anuncios de publicidad, libros, periódicos, carteles, folletos, revistas, animación y un sinfín de medios impresos y electrónicos.

“El diseñador articula y organiza los elementos del diseño para que el hombre los comprenda, asimile y use.”⁶

¿Y cómo puede articular y organizar los elementos el diseñador? Basándose en dos aspectos que es el teórico y el práctico y para esto se requiere conocimiento en ambos, como es manejar una cantidad de elementos con sus posibles combinaciones, para dar una solución. Para esto es usar estudios y materias que se han ido desarrollando cada día más, complejas por las mismas necesidades que se incrementan al mundo moderno.

Es por eso que ahora no se puede solo resolver un problema de diseño partiendo solo de una necesidad, tiene que haber un planteamiento y un desarrollo de todos los elementos teóricos que intervienen, para que se vea planteada la solución al problema que se va a resolver (diseño), pero hay otro aspecto muy importante que se debe tomar en cuenta como es la parte técnica, que va estar dada por Diseño Editorial siempre y cuando sea un elemento impreso. En él vamos a conjugar, organizar y manejar los elementos que nuestra publicación requiera. Existen varios tipos de publicación como son: Libro, Periódico, Revista, Folleto, Poli dístico, Tríptico, Dístico por mencionar algunos. Y en esta presentación se hablara de algunas publicaciones como es el Folleto, Polístico, Tríptico, Dístico, y un poco del Flayer.

⁶ Vilchis, L. del C., (1998) Metodología del Diseño.P.39
Cfr. Bridge, W.P., (1992) *Introducción al Diseño Gráfico*



1.2 EL FOLLETO

Esta área del diseño pertenece al Diseño editorial que a través de publicaciones que contienen diversos elementos que son propios de esta disciplina como son la imagen, texto y dentro de estos podemos mencionar tipografía, retícula, ilustración, la fotografía por mencionar algunos y esto nos sirven para hacer trabajos editoriales como libros, revistas, folletos, etc.

“Folleto.- Obra impresa no periódica, reducida en número de hojas” (Real Academia Española, 2014) ⁷

“El folleto es un texto impreso de corta información, no menor a cuatro páginas y no mayor a cuarenta y seis, que todavía no es considerado un libro. Donde se explica o se vende algo y regularmente no es periódica su difusión.”⁸

“El folleto es un cuadernillo impreso, del cual se dice que tiene sus inicios en los textos castellanos impresos en el siglo XVI” ⁹

Esto es que el folleto nace del libro o se deriva de un libro, como una necesidad de hacer un extracto o resumen para una mejor facilidad de lectura y comprensión, en un principio solo se capturaban los capítulos de los libros tal cual, fue pasando el tiempo tuvieron la necesidad de ir sintetizando o resumiendo, quitando la paja o lo que no era tan importante de los capítulos de los libros que se iban transcribiendo para publicarlos en los folletos.

De ahí podemos desprender que un Folleto es una transición de una obra impresa (libro) la cual, ha tenido sus variaciones, hoy en día no solo lo usamos como síntesis de libros.

En nuestros días el folleto tiene fines y uso diferentes, como la publicidad, la propaganda la información entre otros.

Para la publicidad el folleto tiene una finalidad que es vender dando a conocer productos, compañías, métodos, lugares procedimientos, servicio profesionales etc. En fin todo lo que tiene que ver con venta y economía de un producto.

FOLLETOS PUBLICITARIOS



guiaverde.com



lopez-uribe.com

7 Diccionario de la Real Academia Española 23-a (2014)

8 Diego Chapa R... (2008). La literatura de cordel brasileña y sus conexiones con la edad media. (2009), De wikilearnig Sitio web: www.wikilearnig.com

9 Definición de Google www.google.com.mx



Para la propaganda el folleto es usado para difundir ideas e ideologías de corte político y tendencioso.

FOLLETO PARA PROPAGANDA



Imprentasprint.com.a



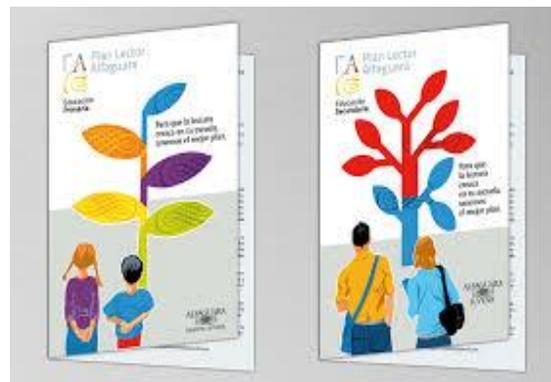
Visualco.com

Para el informativo, en este aspecto el folleto nos sirve, para informar y difundir temas ideas recomendaciones de diferentes materias como, medicina, científicos, educativo eventos a realizar etc.

FOLLETO INFORMATIVO



Impresoresgraficatroya.cl/category/folletos-volantes



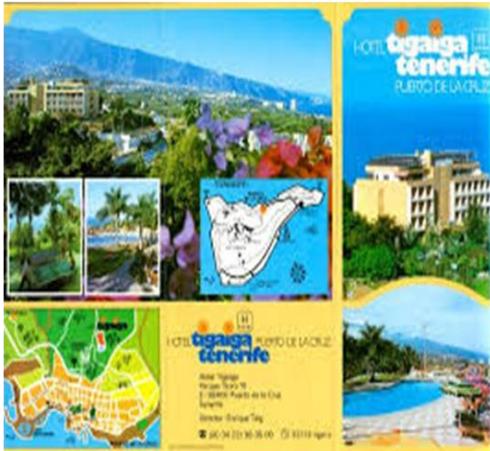
pasodezebra.com

Para hacer un folleto se recomienda:

- a) Poner títulos y subtítulos claros y atractivos.
- b) Explicar claro y conciso los beneficios del producto o tema a tratar dando una densa información con una buena redacción.
- c) Incluir un buen número de fotografías con sus pies de fotos dando una información clara del producto o de la información que se maneje.
- d) Acompañar el texto y las fotografía con dibujos y diagrama, según el caso.
- e) Tener un recorrido lógico en los elementos que se usen en el folleto.



Título y subtítulos
Claros y atractivos



Poner una buena cantidad de fotos
Dando una buena explicación

Acompañar al
texto y fotos
con dibujos y
diagramas



Dar una buena información
Clara y concisa

1.2.1 CARACTERÍSTICAS DEL FOLLETO

El folleto sirve para darnos una información rápida y concisa en un espacio reducido, pero muy bien pensado, redactado y estructurado para llegar al resultado deseado al final.

El folleto puede ser:

- **PRÁCTICO.**- Por su tamaño, puede ser guardado fácilmente doblado porque es de papel y de tamaño muy cómodo.
- **ECONÓMICO.**- Son más baratos que cualquier otro trabajo de impresión, se adapta a todas las necesidades del cliente, imagen corporativa institución etc.
- **INFORMATIVO.**- En cualquiera de sus presentaciones, nos da orientación de precios, novedades promociones, descuentos, información, conocimientos educativos, eventos etc. La información es más corta directa y sintetizada y nos sirve para interesar enganchar o reflexionar al lector.
- **ATRACTIVO.**- Es atractivo porque tiene poco texto muchas imágenes y está diseñado de tal manera que se pueda captar el mensaje lo más rápido posible capturando así al receptor y dejando satisfecho al cliente. Todo esto se logra con un buen diseño editorial adecuado.



- DE FÁCIL DISTRIBUCION.- Tiene múltiples canales de distribución, vía pública de mano en mano, correo, en congresos, en unas oficinas o empresas, consultorios gimnasios oficinas de gobierno o simplemente en dejarlos en una recepción para que la gente él tome, por interés propio.

Podemos decir que el folleto tiene muchas características como por ejemplo el contenido del texto: ¿cómo tiene que ser éste?

El contenido del texto puede ser

- Llamativo para que haya una conexión con el tipo del lector al que va dirigido.
- Debe de ser claro preciso y con frases cortas.
- Se usan tecnicismo cuando va dirigido a un sector de personas en especial.
- Comprendemos que las imágenes son parte de un lenguaje, se utilizan dibujos esquemas o fotos para facilitar la comprensión del mensaje y hacerlo más atractivo.

Las disposiciones de la información suele ser:

En la portada se imprime el slogan o frase así como el logotipo identificativo de la organización.

En el interior se despliega el argumento de servicios exponiendo las ventajas competitivas del mismo generalmente apoyadas, por fotografías ilustración o gráficos. “El juego de tres láminas que se van desplegando permite ir viendo los argumentos en un orden determinado de modo que valla aumentando el interés del cliente por saber más.”¹⁰

Por último la contraportada se reserva para colocar el logotipo de la organización y datos para localización, áreas, teléfonos de contacto y todo lo que sirva para para referencia de la empresa o institución en cuestión.

Para realización y la planeación de un folleto tenemos que tomar en cuenta muchos factores y elementos que intervienen para dicho trabajo, como:

- 1.-Las necesidades del cliente o de la persona que requiere el trabajo.
- 2.- La decisión del tamaño del folleto es especialmente importante por las razones económicas del solicitante o cliente.
- 3.- El tipo de papel con los colores, son dos elementos que se tienen que combinar para un resultado deseado.
- 4.- La cantidad de tintas que se usen depende del solicitante y su presupuesto.

Lo primero que tenemos que tomar en cuenta, es el tamaño que vamos a usar para un trabajo como es el folleto.

¹⁰ Braham, B. (1991). *Manual del Diseño Gráfico*. P.



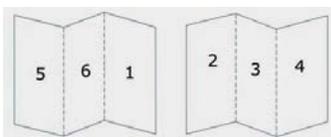
La portada o parte frontal debe ser simple impactante y directa, debe llevar la frase o eslogan y el logotipo de la empresa.

Cuando abrimos un tríptico o folleto de este tipo, se tiene que pensar que ante el lector quedan expuestas las páginas 2 y 5 y desde el punto de vista de diseño estas dos páginas tienen que armonizar muy bien.

Al seguir abriendo el folleto (alzar la página 5) vamos a tener todos los paneles frontales expuestos como un todo, estos paneles son el 2, 3 y 4. Hay que pensar en un buen diseño, unificado, usando el texto y las imágenes armonizadas para que haya continuidad en el trabajo.

Hay que tener en cuenta que cuando queremos plegar las páginas 4 y 5 estas deben ser más cortas para que pueda cerrar el folleto sin lastimar la hoja.

Pero el espacio más creativo lo vamos encontrar en las páginas 2, 3 y 4, es donde se pone la mayor parte del contenido del trabajo tanto imágenes como texto, nos da una amplia explicación de cómo, porque en donde con quien etc. Nos hace resaltar, enmarcar, y cuadrar toda la información más importante que el cliente quiere resaltar.



[&url=http://siempre20.blogspot.com/](http://siempre20.blogspot.com/)



[Imgurl=http://2.bp.blogspot.com/](http://2.bp.blogspot.com/)

Es un poco complicado dar aspecto de continuidad si usamos tantos elementos, pero podemos ver que si se usa una franja blanca antes de empezar a usar los textos e imágenes, para dar un aspecto de integridad. Y podemos decir que un buen diseño o un buen diseñador, es saber aprovechar creativamente estos espacios en blanco, porque el espacio en blanco bien tratado o manejado es tan importante como el texto y las imágenes mismas.

El tamaño del papel a usar en este tipo de trabajos puede ser tan diverso tanto en tamaño como en calidad, eso va a depender de las necesidades del cliente o del presupuesto.

Factores para tomar en cuenta.

Para llegar al resultado final con éxito tenemos que tomar en cuenta muchos factores como son:

El cliente (que quiere).

Necesidades.

Planeación.

Propuestas.

Presupuesto.



Distribución.

EL CLIENTE.- Es el que va a poner la pauta a seguir y nos va indicar, el tipo de trabajo que quiere como lo quiere en el tiempo en que lo requiere.

LA NECESIDAD.- Nos la va dar el cliente, indicándonos todos los requerimientos que el necesita: un tamaño de folleto, el tipo de información la cantidad de la misma, el tipo de imágenes y la cantidad que debe llevar, el lugar de distribución, la persona a la que va dirigido dicha información y algo muy importante el presupuesto que él tiene para disponer hacer dicho trabajo.

PLANEACIÓN.- Ese lo realiza el diseñador o publicista, en base a todas estas necesidades que requiere y plantea el cliente y se hacen unos bocetos y se dan varias propuestas basados en los requerimientos.

PROPUESTAS.- Es lo que se le ofrece al cliente después de que se hace un estudio de todos los elementos que el pidió y se le presentan varias opciones que él puede elegir o combinar entre sí para hacer un trabajo final. Después de que el escoja una opción y se le presenta el trabajo que él decidió pasamos a la siguiente parte que es.

PRESUPUESTO.- Este nos lo va dar el tipo de trabajo que el cliente escogió vamos a ver tamaño de papel, calidad de papel, número de tintas cantidad de imágenes a color, si se usa ilustración, foto, dibujo y diagramas todos estos factores y su forma de distribución intervienen para tomar encuentra un presupuesto.

PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN.- En este aspecto viene muy relacionado con el presupuesto porque su distribución puede ser muy variada con un alto costo o muy barato como por ejemplo: si lo dejamos en una recepción para que la gente lo vea o lo tome no necesitamos pagar nada si lo damos de mano en mano es un poco más caro ya que tenemos que pagar gente que lo esté repartiendo u ofreciendo pero se lo mandamos por correo tal vez el costo se eleve más ya que necesitamos gente para que lo meta al sobre bolsa o cualquier otro papel que lo contenga timbre y llevarlo al coreo por medio de una persona.

Todos estos elementos, cuando se escojan, es importante que encuentren un equilibrio o una armonización con la parte verbal o texto, para crear un diseño agradable y de fácil lectura y haciendo un trabajo ideal en conjunto a la vista y al contexto.

Se podría tomar en cuenta de no saturar las imágenes ni el texto ya que eso nos va permitir un trabajo lo más limpio posible y se va a traducir en un mensaje claro, limpio, fácil de leer y comprender para el receptor, el diseñador seleccionara la cantidad de elementos que se usarán para no llenar de imágenes y así llegar a una simplicidad y claridad para el receptor.

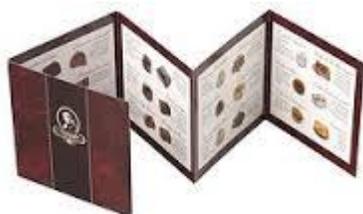
1.3 TIPOS DE PUBLICACIONES

Se pueden encontrar diferentes tipos de publicaciones, con formas y tamaños variados, como el folleto, que tiene una transformación, por las necesidades actuales, como son: las de sintetizar la información, y además el costo y tiempo reducido, derivándose así otras publicaciones, y dando como resultado que



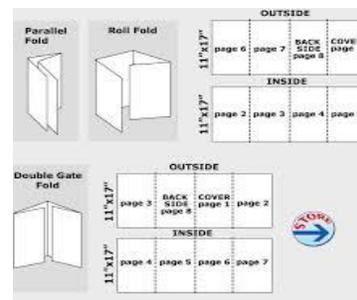
tengan características propias, como elemento individuales, estos son: Políptico, Tríptico, Díptico, y probablemente el Flyer (Volante)

POLÍPTICO



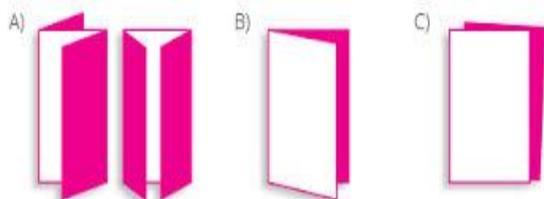
C2.saticflickr.com

DOBLESES DE UN POLÍPTICO



Sembrandoy
cosechandodiseno.blogspot.com

TRÍPTICO, DÍPTICO Y VOLANTE (FLAYER)



Graficasformentera.com

Origellaura.blogspot.com



TRÍPTICO

DÍPTICO



Jetdijital.com

MEDIDAS DEL FLAYER



Fantasiaweb.com

Volante (Flyer)

- A3 = 420x297 mm
- A4 = 210x297 mm
- A5 = 150x210 mm
- A6 = 100x150 mm
- B6 = 100x210 mm



altorhdez.com



1.3.1 POLÍPTICO

Se cree que el inicio de los poli dípticos, viene de la edad media y del renacimiento, estas obras fueron hechas en madera como retablos, se usaban en los altares de las iglesia, en la parte de atrás aunque no eran muy comunes los que tenían muchos paneles. Se sigue usando en la pintura hasta la actualidad como arte moderno y sin embargo tiene sus raíces en los tiempos pasados.

En cambio en nuestros días el término se usa para determinar un tipo de folleto, compuesto por cuatro o más páginas, lo interesante de este tipo de folletos es que su doblez puede ser muy conservador de cuatro carátulas por enfrente y cuatro por el reverso como mínimo, pero si es muy vanguardista el diseño, puede ser doblado en diferentes formas, claro que sin perder su esencia que es de la hoja solo doblada y no unida por una grapa o por costura, es una de la característica de este medio de impresión solo por dobleces.

1.3.1.1 USO DEL POLÍPTICO

Este tipo de folleto es muy poco usado ya que se necesita más trabajo de diseño, más papel, más tinta y más fotografías; y tomando en cuenta estos factores, el costo del trabajo se eleva considerablemente en relación de los otros Tipos.

Se usa más en venta de coches, donde el costo del producto es muy elevado y gastar en este tipo de propaganda no les es gravoso, como también en bienes y raíces venta de casa terrenos edificios y en exposiciones donde es reducido el tiraje. A demás se distribuye entre la gente que acude a los lugares y que estén interesada en él producto.

Su distribución, normalmente es en mano propia en el lugar de venta, muy ocasionalmente lo mandan por correo, aunque es poco común, pero llega a suceder.

1.3.2 TRÍPTICO

Se dice que la palabra surgió en la edad media cuando encontraron una pintura en tres paneles dos del mismo tamaño, en los laterales y una al centro más grande.” La palabra que viene del griego (τρίπτυχο, *tri-* «tres» + *ptychē* «doblar») *triptche* que significa triple dobleces.”¹¹

También tenemos que en la época en que apareció esta obra de arte con los tres paneles surgieron innumerables retablos que se usaban en las iglesias, los cuales contenían pasajes bíblicos, imágenes de santos, la virgen etc. . Los trípticos no eran tan comunes como los dípticos, en la época en la cual surgieron. Ahora se usan en la pintura moderna, aunque no son tan comunes, pero son interesantes como desarrollo plástico. He aquí dos muestras de trípticos de diferentes épocas

Tríptico: la Adoración de los Magos (1485)



Grandes jardines zoológicos, tríptico de: Agust Macke (1913)

11 Diccionario de la Real Academia Española 23-a (2014)



En la actualidad , un tríptico es un folleto de tres caras : obteniendo una pieza gráfica de un total de seis caras, tres de frente y tres del reverso, las caras pueden estar plegadas de diferentes formas, una sobre la otra, dando por resultado variantes más o menos originales. El formato tradicional del tríptico es vertical y con los paneles superpuestos de modo que forma una sola cara al estar cerrado. El tamaño estándar de estos folletos abiertos es de una hoja tamaño carta.

Sin embargo, también se realizan trípticos horizontales o más grandes, de tamaño doble carta o triple. Este tipo de folletos generalmente se realiza en papel de mayor calidad, y son ideales para producir un alto impacto visual. Son poco usados por su alto costo, ya que no solo es la cantidad y calidad de papel, sino también la tinta y de diseños más elaborados, porque hay que pensar más en cubrir más cantidad de espacio.

Esta pieza permite presentar gran cantidad de información, a diferencia de otras piezas gráficas que generalmente no pueden incluir demasiadas informaciones por falta de espacio.

1.3.2.1 USOS DEL TRÍPTICO

Es ideal para enumerar las ventajas, beneficios y detalles técnicos de un servicio a promocionar. Los Trípticos se utilizan para dar información en un espacio que, si bien no es sumamente amplio, nos da la facilidad de incluir texto e imágenes y con un buen diseño editorial nos permite dar un resultado claro ordenado y directo.

Es uno de los cuatro TIPOS más usados, como ya dijimos su información es más amplia y se puede jugar mucho, tanto con el contenido como la forma, como con la información.

Los usamos en todo tipo de información de propaganda, promoción, publicidad, educación ciencias arte y su distribución es sencilla, en mano propia, se deja al alcance del interesado o se envía por correo.

El tríptico no está limitado para un tipo de distribución o para un solo sector. Es de los folletos más solicitados en el ámbito de la impresión.

1.3.3 DÍPTICO

De este tipo de folletos dijéramos que es el más sencillo, pero no el menos importante, pues él tiene antecedentes históricos más antiguos que los otros tipos, se cree que el "Díptico viene desde los romanos que los usaban como aguinaldos y se los daban a la gente más pudiente, como el cónsul del imperio, siendo este el que mejor se conserva hoy en día, este es el Cónsul Apión año (539) dic. a fines del siglo V y principios del VI. Los temas eran diversos incluso podrían traer la imagen de la persona a la que se lo regalaba".¹²

Díptico consular de Aerobindus (506 d.c.)



12 Wikipedia. (14 de diciembre de 2014). *Folleto*. Recuperado el 2014, de <http://es.wikipedia.org/wiki/folleto>



Díptico de la vida de Cristo S.XIV

Se le llama Díptico porque son dos hoja unidas al centro, eran de diferente material como madera, piedra, metal o marfil.

Se cree que esto empezó desde el siglo V pero la iglesia lo empezó a usar Desde el siglo XII hasta el XVI, como retablos y los ponían en los altares para recordar a personas vivas o muertas, aunque también los temas que usaban eran pasajes bíblicos, imágenes de santos y todo lo que le pudo interesar al mundo de la iglesia.

Pero hoy en día podemos decir que el Díptico es un medio impreso de una hojas dobladas por en medio, dándonos dos hojas por frente y dos por la parte posterior y nos sirve de publicidad, propaganda o solo como medio informativo.

Su limitación es la forma en ocasiones ya que nos hace ver la información de un golpe no hay juegos de ir abriendo poco a poco, y esto nos hace pensar en un diseño editorial más creativo, ya que tiene que tener mucho más juego de imágenes y texto porque, puede caer en lo monótono por su forma, además para guardarlo es más incómodo, pero todo esto no lo hace menos importante.

1.3.3.1 USOS DEL DÍPTICO

Este Tipo de folleto no es tan común por su espacio para conjugar texto e imágenes nos podemos encontrar dípticos con mucha información nada de fotos o muchas fotos y poca información, pero hay un hecho el espacio es un poco más monótono para jugar, con los dos elementos principales que componen un folleto (Díptico), se usan por ejemplo: en instructivos recomendaciones informes de médicos, de aparatos etc. Pero como diseñador o publicista se ven limitados para jugar con los espacios imágenes y la información y además es más difícil guardarlo.

1.3.4 VOLANTE (FLAYER)

El Volante o Flayer es un papel de tamaño media carta, en el cual la información que se maneja tiene que ser más impactante clara, concisa y lo más organizada posible porque el espacio es muy reducido, y normalmente no lleva tanto texto, como fotos e imágenes y debe de impactar de inmediato, ¿Por qué?, porque solo tenemos una sola posibilidad o vistazo para que la gente la atrape y lo lea.

Se usan mucho como medio publicitario, su distribución en especial es en la calle para dar información que pueda atrapar al "cliente" en un abrir y cerrar de ojos, de una forma certera ya que por su corta información el cliente se entera de su contenido rápidamente y tiene la ventaja de poder doblarlo y así lo puede guardar más fácil, para después, usarlo como referencia ya sea de lugar, fechas, nombres.

Lo podemos guardar más fácil que cualquier otro de los que hemos comentado aquí. Su tiraje es más económico y suele ser muy alto ya que se reparte a mucha gente, y en muchos lugares. Puede ser a color o a una tinta de todas formas, es más económico que cualquiera. Como podrán observar hay diferentes tipos de folletos que se derivan de este, los cuales van de mayor a menor cantidad de hoja, dobleces o extensión de papel y con un mismo fin, que puede ser la propaganda, la publicidad la información etc.



1.4 ELEMENTOS DEL TRÍPTICO:

- DISEÑO EDITORIAL
- RETÍCULA
- TIPOGRAFÍA
- FOTOGRAFÍA
- PAPEL

1.4.1 DISEÑO EDITORIAL

“El diseño editorial es una forma de periodismo visual, en la cual puede entretener, instruir, informar comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones. Generalmente consiste en la combinación de imágenes y textos, pero también en uno de ambos elementos exclusivamente”¹³

Su objetivo es comunicar, transmitir una idea mediante una narración, organizadamente de los elementos que la componen. “La función es dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.”¹⁴

1.4.2 RETÍCULA

Modo de diagramación basado en una retícula y maquetación.

RETÍCULA es “un conjuntos invisibles de guías o sistemas de coordenadas que ayudan al diseñador y a determinar tamaño, forma de la tipografía, la ubicación del uso del texto, las imágenes y los otros elementos como los blancos de la página y los folios.”¹⁵ Hay un elemento que en una retícula debe tomarse mucho en cuenta que es la legibilidad de una línea que no debe ser menor a 45 y no mayor de 60 caracteres (esto incluyendo letras, puntuación, números y espacios) esto no quiere decir que no puede ser de 40 a 70 caracteres, pero corre el riesgo de no cumplir el objetivo de legibilidad, eso depende del Diseñador y que corra el riesgo, el texto es importante que sea fácil y claro de leer. La base de una buena retícula nos permite la libertad de una buena fluida y fácil y maqueta

Hay diferente tipo de retículas como son:

LA RETÍCULA DE COLUMNAS, estas son retículas simples que se componen de una como en caso de los libros o que son compuesta por 2 y 4 columnas estas son más usadas por los Diseñadores, pero pueden ser muy simétricas, hay otras, las retículas de 3 y 6 columnas, estas son más comunes para hacer folletos, proporcionando ancha columnas y muy legibles, y estas se pueden dividir de tres a seis columnas, esto nos da más flexibilidad para organizar nuestro espacio.

RETÍCULA DE MANUSCRITO, su área es un rectángulo grande de texto que ocupa la mayor parte de la página, esta acoge textos largos y continuos, como los del libro .Su composición contiene los espacios

13 Zapatterra Y. (2007) Diseño Editorial periódicos y revistas G.G. p. 6

14 Ibidem. P.6

15 Op. Cit. p. 117



Para el texto en una sola columna, espacio también para los folios y el título, que van marcados fuera de la columna y si lleva unas imágenes va dentro de esta sola columna.

RETÍCULA JERÁRQUICA : esta es mas libre e intuitiva , es ideal para las paginas Web, carteles o libros de arte. reticula modular se usan para un trabajode gran complejidad o que tenga mucha información como es el periodico .

LA RETÍCULA MODULAR : “esta es derivada de la reticula de columnas pero con una mayor numero de lines de flujo horizontales que subdividen las columnas en filas creando una matriz de celdas que se denominan modulos-“¹⁶

En una palabra la retícula nos da orden uniformidad y coherencia al trabajo impreso.

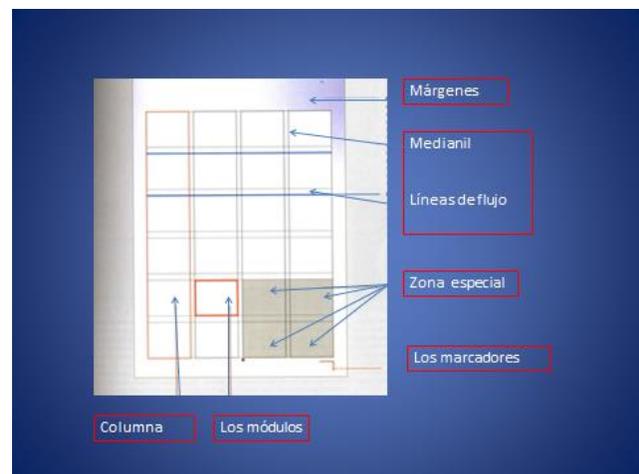
La maquetación consiste en darle forma y lugar a la distribución de los elementos como son el texto, titulares y las imágenes que se usan en un trabajo impreso, pero dentro de esa retícula establecida.

1.4.2.1 PARTES DE UNA RETÍCULA

Los márgenes son los espacios entre el borde del formato y el contenido que lo rodea es la zona “viva” nos ayudan a mantener la atención dentro de de la composición , o nos sirven para dar un espacio de descanso para los ojos o pueden contener cierta información secundaria.

El medianil es el espacio que hay entre dos columnas y se le da una medida “x” y a los margenes dos veces la anchura del medianil y eso es 2x.

Las líneas de flujo son la s que rompen el espacio horizontalmente .Estas líneas guian al ojo a traves de formato y nos dan la posibilidad de hacer paradas adicionales y crea puntos de inicio para el texto o las imágenes.



Las zonas especiales son conjunto de módulos donde nos sirven para usar una imagen o texto específico que abarque más de una columna sin salirse del formato esta zona nos permite jugar mucho con el formato.

Los marcadores son indicativos de páginas para textos subordinados repetido a lo largo del trabajo, o número de página o cualquier otro elemento que ocupe una única posición en una maqueta.

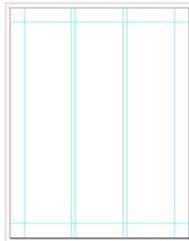
Los módulos son unidades individuales de espacios que estan separados por intervalos regulares que, cuando se repiten en el formato de la página crean columnas y filas.

16 Samara, T. (2004) Diseño con o sin Retícula p.29

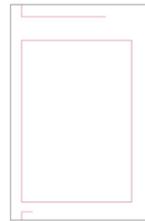


Columnas son alineaciones verticales de tipografía , que crean divisiones horizontales entre los márgenes. Puede haber un número cualquiera de columnas, teniendo la misma anchura o diferente; todo esto en función de la información

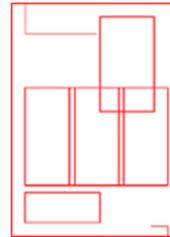
TIPO DE RETÍCULAS



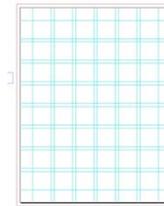
Columnas



Manuscrito



Jerárquica



Modular

1.4.3 TIPOGRAFÍA

La palabra TIPOGRAFÍA “viene del griego y de la unión de tres vocablo, el primero “*tipos*” que significa *molde*, el concepto “*graphos*” que se traduce como *escribir o grabar*, y el subfijo “*ia*” que equivale a *calidad o acción*”¹⁷

La tipografía es un elemento esencial o principal para ser usado en cualquier tipo de trabajo impreso tiene su propia personalidad como elemento aislado y puede ser manejado como una parte independiente, también usándolo como imagen de los otros elementos, o simplemente como conjunto de un todo,

“Una de las funciones fundamentales de la tipografía usando color y tipografía, donde cada carácter pueda construir un elemento gráfico independiente, es decir, una estructura perfecta por el equilibrio la limpieza y los trazos que la componen.”¹⁸

Recomendaciones para escoger la tipografía adecuada.

- 1.- Debemos escoger el estilo tipográfico por su análisis, de acuerdo a lo que necesitamos expresar no solo porque nos gusta.
- 2.- No se debe usar demasiados tipos de letras, dos tipos está bien tres son aceptables pero 4 son excesivos.
- 3.- Par a hacer un uso mejor de la tipografía hay que, conocerlas a fondo y hacer una clasificación que siempre esté relacionada con la cronología de la creación tipográfica

17 Definición de Tipografía, (2008-2015) <http://definicionde/tipografia/>

18 Santiago, C.S. Bertola G.A. El Manual de Diseño Gráfico, ed. Almuzara (2004) p.88



“Que debemos tener en cuenta para escoger un tipo de letras (familia tipográfica, fuente, estilo, caja Alta o baja) además el uso correcto de la tipografía para nuestro trabajo tenemos que considerar, todos estos valores.”¹⁹

- 1.- El tamaño de letra.
- 2.-El espacio entre las letras y entre palabras.
- 3.- El interlineado entre dos líneas de texto.
- 4.- Alineación del texto.

Las características de las diferentes cajas de texto.

- 5.- Columna.
- 6.- Párrafo.
- 7.- Sangría.

Los tamaños de letra dependen del tipo de trabajo que vamos a realizar. De 3 a 8 puntos resulta poco legible y se usa para diccionario de bolsillo tarjetas de presentación o documentos legales como contratos etc. *Los 9 y 10 puntos* sirven para textos continuos como folletos anuncios de prensa o un catálogo. *Los 11y 12 puntos* Son ideales para lectura de bloque de texto, texto continuo. No suele superar *los 12 puntos* Para usar tamaños superiores con puntos mayores, solo se usan para encabezados títulos subtítulos. *Los de 18 y 24 puntos* Se usa para leer entre una distancia de 40 a 80 cm. Carteles u otros anuncios exteriores no mayor a un metro de distancia. *Los de 30 puntos* Son usados para slogan o titulares texto breve encabezados de artículos de revistas nombre de productos o servicios en catálogos etc. *Los de 72 puntos* nos permiten comunicar en espacios más abiertos.

Unas reglas que ayudan a que funcione un trabajo de impresión son:

- En los titulares las letras de palo seco se ven más que las de Tacó .
- El mayor impacto se obtiene con mayúsculas gruesas o negritas.
- Los cuerpos de textos son más legibles en letras de tacón y en minúsculas.
- La alineación a la izquierda es más común, la más legible; el público está acostumbrada a ello y lo agradece.
- Las tipografías manuales y de fantasía son poco aconsejables, debido a su poca legibilidad. Un anuncio que no se ve es como no existiera”²⁰

19 Santiago CAS. Bertola G.A, Op. Cit. P. 92

20 Santiago C.S. Bertola G.A, Op .cit .p. 108



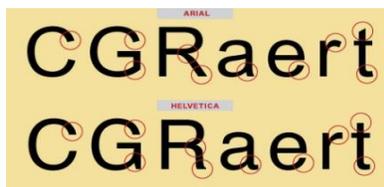
El tipo de letra o la tipografía la escogemos de acuerdo a la necesidad del mensaje a transmitir, para asimilar las distintas clases de información, como son: los listones, catalogo, enciclopedias, folletos, periódicos, formularios, carteles etc.

“Es una convicción clásica en la tipografía que tanto la forma como la función deben fundamentarse en el propósito del texto.”²¹

Sabemos que la elección de la tipografía correcta, es un de las partes importantes, fundamentales y funcionales, para el éxito de poder transmitir correctamente la idea.

Aunque sabemos que los estilos romanos son de las más legibles, estas no dan la modernidad que se requiere, porque tengo que pensar en la edad a la que va dirigido que son personas adultas (de 40 y mas) las cuales su visión ya no es tan clara y la letra debe de ser lo más limpia posible

La tipografía que se propone para el trabajo a realizar es una tipografía delgada pero con cuerpo suficiente para tener su propia personalidad, esbelta, limpia, clara y muy legible con poca atención, moderna, como las de palo seco, aparentemente limpio, funcional y aséptico. Dicho de otro modo, es la tipografía por excelencia de la lectura, como la Arial, la Helvética, la Futura, la Universo, la Avant Garde por mencionar algunas.



Letras de palo seco o sea sin remate (gracias o serifias) Que sensación me da las letras de palo seco, actualidad fuerza dinamismo, potencia precisión tecnología y modernidad. El tamaño de letra es importante para que sea legible y no sea cansado para su lectura, el número 9, es lo ideal para este tipo de trabajo para no tener que quitar información, pero con la elección del tipo de letra lo compensamos y nos da una lectura legible y fácil. La alineación es a la izquierda y de bandera que eso es lo más común y probado y la gente lo agradece ya que las palabras no se cortan. Escogí la letra **Helvética** por todas estas ventajas y también porque tiene una familia más extensa y puedo usarla en todo el trabajo sin cambiar de familia y si darle énfasis con la tipografía, en los lugares que requiera.

1.4.3.1 TIPOS DE ALINEACIONES

A la Izquierda: Recomendado para texto largos, es la más legible, es una opción con mejor distribución de las letras en cada línea y es la más usada.

Alineación a la Derecha: Este es más difícil de seguir y se pierde la línea, es adecuado para textos cortos.

Alineación Centrada: Esta sirve para títulos, textos muy cortos (citas, resúmenes etc.) es muy formal.

Alineación Justificada: Este empieza a la izquierda y termina a la derecha hasta donde termina el margen, solo que puede haber mucha separación entre palabra y palabra y lo hace poco legible.

Alineación Asimétrica: Es cuando el diseñador quiere romper el texto en unidades de pensamiento ideológico, o para dar más expresividad a la misma.

21 Jury D. Que es la tipografía (2007) Ed. GG. P.96



1.4.4 LA FOTOGRAFÍA

“El 19 de Agosto de 1839 se anunció en París que Louis Daguerre había descubierto un procedimiento de fijar la imagen de la cámara oscura por la acción de la propia luz, por medio de un material fotosensible a la luz, captando así una imagen directa”²²

“La fotografía consiste en una mezcla de aplicación práctica de ciencia, de imaginación y de diseño, de habilidad artística y manual y de capacidad organizativa”²³

Tenemos dos aspectos de la fotografía, las máquinas y el procedimiento, y como segundo la variedad de criterios visuales basado en algo que es objetivo tangible y preciso y que está a libre interpretación.

Estamos tan acostumbrados en nuestro mundo moderno a la fotografía, que no nos damos cuenta que tan importante es, que sería de nosotros sin ella en estos tiempos pues estaríamos limitados y solo creeríamos en lo que vemos y no más allá, nuestro conocimiento estaría limitado.

Pero en el ámbito del diseño o publicidad podemos decir que, es un herramienta científica y documental de primera importancia y medio creativo por derecho propio Y que en nuestros días no concebimos un medio de impresión sin imágenes a través de la fotografía (excepto el libro que es el único que puede llevar o no fotografías). Es una mezcla de aplicación práctica de ciencia, de imaginación y de diseño, de habilidad artística y manual y de capacidad organizativa.

Nos ponemos a pensar por que usar fotografía en un trabajo impreso, porque nos da la posibilidad de mostrar una imagen lo más realista posible tal como es, la vemos y la percibimos, aunque lo podemos manejar para alterarlo sigue siendo lo más fiel y con alta credibilidad, es más impactante y con rápida connotación. En cambio la ilustración va al detalle y borra todo lo que no es interesante o necesario va a la objetivo de la imagen.

Este método vino a revolucionar que puede ser reproducida cuantas veces sea necesario y en el menor tiempo posible y lo más fiel (aunque puede ser cambiado o manipulado a consideración). Podemos decir también que es un elemento primordial para un trabajo de propaganda difusión y persuasión por su alta calidad de veracidad).

La fotografía vino evolucionar la imagen ya que puede ser reproducida cuantas veces sean necesarias y en el menor tiempo posible y lo más fiel posible (aunque puede ser cambiado o manipulado a consideración). Podemos decir que es también un elemento primordial para un trabajo de propaganda, difusión y persuasión por su alta calidad de veracidad.

Josef Müller Brockmann dice que “la fotografía proporciona una imagen objetiva de la realidad, confiriendo así una gran impresión de autenticidad”

22 Longford M. La Fotografía Paso a Paso ed. Blume (1979) p.8

23 Longford M. Fotografía Básica ed. Omega (1991). P. 7



Hay dos tipos de fotografía:

1.- La fotografía, Comercial-Publicitaria (crea ambiente y los reproduce con un fin específico).



2.- La fotografía, Documental-Utilizado en el periodismo (capta imágenes y las reproduce tal cual la toma)

“La cualidad especial de una fotografía en diseño gráfico: es la capacidad para describir, para transmitir una atmósfera, para divertir, para expresar una afirmación artística, o para vender un producto”²⁴

El folleto y la revista tienen más en común que con el catálogo, porque buscan buenas fotografías pero en estilo y dirección de arte son diferentes

La fotografía es un elemento del Diseño editorial muy importante y esencial, que vino a desplazar cualquier medio de expresión gráfica, aunque podemos decir que no es nada barato usarlo para un trabajo gráfico pues hay que pagar a un fotógrafo o a una biblioteca de imágenes que cobra por cada fotografía y por cada reproducción

Por todo esto podemos decir que nuestra principal fuente de información acerca de todo lo que vemos y nos rodea es la fotografía y vino a desplazar a muchos medios de expresión gráfica.

La fotografía con el texto son los elementos que componen lo que es un medio impreso y por lo tanto un diseño editorial.

Se puede dar una atmósfera deseada, el entorno se puede manejar mejor, sé sabe que no es fácil encontrar o buscar la fotografía que se necesita, pero se tiene opciones de adquirirla por encargo o hacer lo y eso me hace involucrarme más en el objetivo y la intención que va tener el trabajo. Se piensa que es lo idóneo para lo que se quiere transmitir.

1.4.5 EL PAPEL

Es tener un equilibrio entre lo que se necesita, lo deseado y el costo, porque hay muchos factores y elementos para escoger un papel por ejemplo.

¿Estucar o sin estucar? Y Estructurado refleja más la luz y absorbe menos tinta imágenes con más detalles, y más nítida la imagen. Sin Estucar produce un contraste más suave que funciona bien con material artístico e ilustraciones y facilita la legibilidad del texto. ¿Mate o brillo? Papeles brillantes publicaciones de alta calidad y muchas páginas. Mate es una reproducción excelente y da distinción.

24 Marshall H. Diseño Fotográfico (1992) Ed. Gustavo Gili, p. 7



¿Volumen específico alto o bajo? Voluminosita se refiere al grosor del papel y se relaciona con libros de arte o contenido intelectual, transmite sensación de opulencia pero depende de otras cualidades como la densidad, el brillo o el revestimiento.

¿Translucido u opaco? Que se transparente o no a la parte de atrás, arrumando el trabajo porque no tendría claridad una retícula asimetría ayudaría a esa transparencia

¿Gramaje alto bajo? Gramaje alto publicidad lujosa, este lujo cuesta, pero no solo el papel cuesta sino su transporte y envío. Debemos pensar en una publicación portátil.

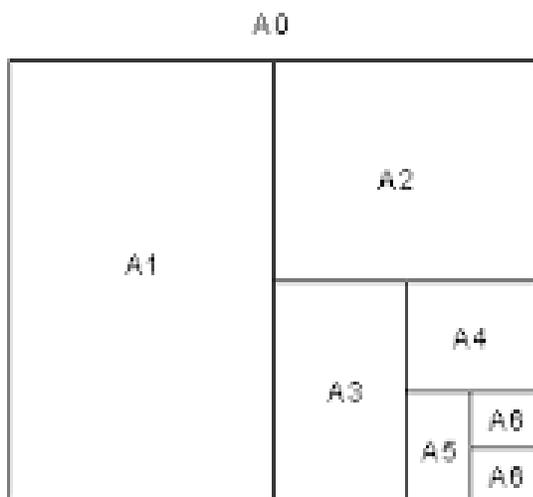
¿Grano de blancura? Cuanto más cantidad de blanco más luz azul refleja pero también se debe de tomar en cuenta que puede deslumbrar y hacer difícil la lectura, este proceso puede afectar cualidades del papel como son la durabilidad y calidad de la impresión

¿Reciclado o virgen? Hay reciclado sin blanquear o parcialmente reciclado, el uso depende del tipo de trabajo si es con respecto a la ecología o el costo con el que contamos no es muy alto, podemos inclinarnos por ello.

Creo que el idóneo para este trabajo es el papel reciclado blanqueado, mediano que tiene cierta textura y le da calidez al trabajo. Se siente con más comunicación y contacto con el lector o interesado, a la gente a la que está destinado y en este caso no se trata de dar clase altura presencia, sino que haya una comunicación más sencilla y más directa con el interesado.

1.4.5.1 EL CORTE

Es recto u ortogonal el más usado aunque puede llevar otro tipo de corte como tipo suajes, pero el costo se sube demasiado y también no cualquier imprenta tiene las máquinas necesarias para este tipo de Trabajo, por este motivo es necesario saber los tamaños del papel y saber qué tamaño es el más adecuado a nuestras necesidades, para que no haya desperdicios y por lo tanto fuga de dinero.



“El formato del papel se adoptó por primera vez en Alemania en 1922 es el formato “serie A” que también se llama DIN, los tamaños están calculados de tal modo que cada uno se obtiene dividiendo el anterior en dos partes iguales, En la actualidad el sistema se usa en 26 países”²⁵

Tamaño	ancho	largo
DIN A0	84,1	118,8
DIN A1	59,4	84,1
DIN A2	42,0	59,4
DIN A3	29,7	42,0
DIN A4	21,0	29,7
DIN A5	14,8	21,0

Dimensiones en centímetros

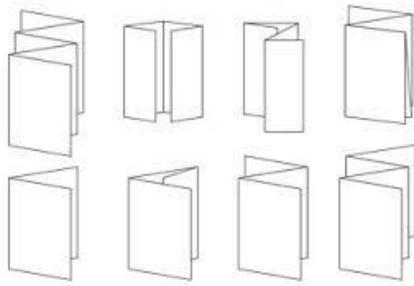
<http://www.memoriagrafica.com>

<http://www.drupama.de>

25 Dawson J. Coordinador (1982) *Guía Completa de Grabado e Impresión Técnicas y materiales*. ed. H. Blume p. 48



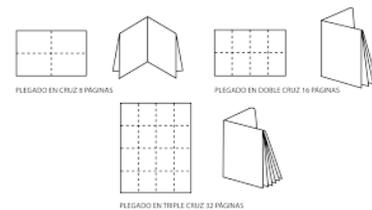
1.4.5.2 EL PLEGADO



Hay varios tipos de plegado en los folletos como son : plegado paralelo en medio, plegado de ventana, plegado envolvente, plegado en zigzag , plegado en cruz en seis páginas u ocho páginas.

El tríptico es el folleto más usado, está compuesto por una hoja dividida en tres partes de ahí su nombre Tríptico.

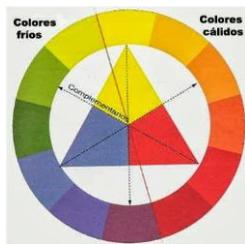
El tríptico con plegado envolvente ya que la información se va descubriendo poco a poco y al abrir la primera hoja, queda la hoja número 2 con la hoja 5 descubierta y hay un contraste de información; “lo bueno y lo malo de no hacer ejercicio”.



De un solo vistazo nos da la idea de lo que se trata la información. Es importante que la gente se entere del tema antes de que despliegue todo el folleto. El tríptico está compuesto por una hoja tamaño carta u oficio estos son los dos tamaños más usados normalmente (aunque puede variar el tamaño, pero el costo sube considerablemente), también hay dos formas de usarlo en forma vertical o apaisado que es la forma horizontal.

1.6 LA NATURALEZA DEL COLOR:

La fuente de todo color es la Luz y la “luz es una energía radiante constituida por varias longitudes de onda, cuando la onda es más larga se hace invisibles, cuando estas ondas se acortan y su frecuencia se aumenta se, dejan sentir como calor y después alcanza la visibilidad en un rango variable que conocemos como color.”²⁶ La luz blanca del sol contiene toda la longitud de onda de la luz. Cuando la luz llega a una superficie que refleja toda la luz blanca, la superficie aparece blanca a nuestros ojos, y para cuando absorbe toda esa luz blanca el color que vemos es el negro.



COLORES PRIMARIOS Y SECUNDARIOS

Por lo tanto el color es una propiedad de las ondas luminosas, no del objeto que vemos, esto quiere decir que el objeto absorbe algunas longitudes de ondas y otras solo las refleja, haciendo que veamos el color del objeto que observamos. El color de todo, depende de cuales son absorbidos y cuales reflejados. Las ondas reflejadas son captadas por el ojo e interpretadas en el cerebro como distintos colores según las longitudes de ondas.

CÍRCULO CRÓMATICO



Saturación Tono Luminosidad

26 Turbull A. Baird R., Comunicación Gráfica. P. 255



Los colores llevan mensajes emocionales específicos que van implícitos en cada aplicación y dentro de cada color innumerables valores tintes y matices, genera una gama de respuestas aún más variada.

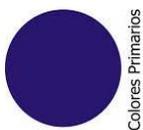
“Si el blanco es agregado como incremento a cualquiera de los doce colores, obtendremos valores más claros del tono llamados *TINTES*. El incremento de negro o gris en un tono da por resultado valores más oscuros conocido como *MATICES*”.²⁷ Ya que le llamamos *VALOR* a la claridad u oscuridad de un Matiz.

Se puede hablar muchas cosas acerca del color, por que el color no es por principio igual para todos, se sabe que en algunas culturas el color tiene diferentes representaciones y no tiene el mismo significado que para otras culturas. También se sabe que las personas no ven el mismo color, por lo tanto esto nos da a pensar que el color es algo simple y complejo a la vez, y por lo tanto podemos decir que el color es personal y universal. El color nos envía mensajes de inagotable variedades y esto nos da a conocer que el color está lleno de simbolismos, y se puede decir que el color es todo un lenguaje, que es un elemento básico de la estimulación visual y forma parte de la vida emocional del hombre. Sabemos que el color puede por sí solo crear un ambiente, evocar una respuesta y simbolizar una idea y así un sinnúmero de emociones.

Los colores en la impresión son

- 1.- Llamar la atención
- 2.- Producir efectos psicológicos
- 3.- Desarrollar asociaciones
- 4.- Lograr la retención
- 5.- Crear una atmósfera estéticamente placentera

Otras características del color. Asociaciones positivas



Colores Primarios

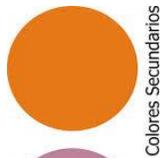
Azul: Frío, dominante, fuerte, aumenta el metabolismo, aumenta nuestra sensación de calma, tranquilizador, descanso, confiabilidad, seguridad, autoridad, firmeza y fuerza, masculinidad



Amarillo: Intelecto, sabiduría, optimismo, idealismo, y amanecer.



Rojo: Ardiente, fuerza, agresivo, aumentar la presión sanguínea, estimula al sistema nervioso, pasión, amor, energía, entusiasmo, sexo, poder, y fuego



Colores Secundarios

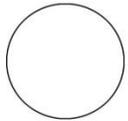
Naranja: Creatividad, singularidad, energía, cítrico.



Violeta: Lujo, sabiduría, Realeza, imaginación, riqueza, nobleza y espiritualidad, poesía romántica, menos apasionada que el rosa, excitante y levemente excéntrica, en la moda se la considera un color inmaduro.



Verde: Frescura, naturaleza, medio, ambiente, calma tranquilidad, profundidad, dinero, refrescante, maduras, fertilidad, posesión, permanencia, naturaleza y valor.



Blanco: Pureza limpieza, luz, verdad, virtud, sencillez y frescura.



Negro: Poder, autoridad, peso elegancia, dignad, nocturno, misterio, formalidad.



Gris: Balance, neutralidad, sabiduría y modestia, sobrio con un mínimo de humo.

1.7 METODOLOGÍA

“Estructurar metodológicamente un proyecto, consiste en descubrir la trama o conjunto de relaciones fundamentales que corresponden a momentos determinados con base en una secuencia lógica”²⁸

La metodología es una disciplina que usa el diseño gráfico para implementar una serie de pasos que nos permite organizar y ordenar toda la información recabada en cada etapa de la investigación y así dar un desarrollo lógico al proceso de trabajo, para llegar al final del proyecto con éxito.

Más allá de nombrar a los maestros de la metodología como Bruno Munari o Morris por mencionar algunos, la implementación de una metodología del diseño debe llevarse a cabo a través del tipo de objeto que se requiere diseñar, llamado objeto en este caso al tríptico resultado de este trabajo.

La metodología que se usó en este proyecto está basada en cinco procesos estos son:

- 1.- Proceso de identificación
- 2.- Proceso de investigación y análisis
- 3.- Proceso de proyectación (diseño)
- 4.- Proceso de producción (pre-prensa e impresión)
- 5.- Proceso de evaluación (encuesta al respecto)

El siguiente cuadro muestra la metodología usada, indica los procesos que intervinieron paso a paso

28 Vilchis, L. del C., Metodología del Diseño (1999) p.49

Tabla de Metodología del Diseño.

Proceso de Identificación	Proceso de Investigación	Proceso de Proyección	Proceso de Producción	Proceso de Evaluación	Comentarios
<p>1.- Conocer la existencia de un problema: Se observa que hay un problema de salud en México, que ahora somos el país con la mayor población de personas obesas.</p>	<p style="text-align: right; font-size: small;">shutterstock - 105093671</p>				<p>1.- Se cuenta con información del Instituto de Nutrición, INEGI, Seguro Social y de Organizaciones Internacionales que reconocen que en México hay un problema de salud por obesidad por sobre peso, mala nutrición, falta de ejercicio, genético, etc.</p>
	<p>2.- En esta etapa se investiga cual o cuales pueden ser las razones del sobre peso y obesidad.</p>				<p>2.- Se realizo un análisis de cuales podrían ser las causas y se encontró lo siguiente: Mala nutrición, falta de ejercicio, nula información sobre alimentos sanos, genética o psicológicos.</p>
	<p>3.- Se realiza un análisis e investigación del problema a resolver, seleccionando uno por el cual podamos apoyar por medio del Diseño Gráfico.</p>				<p>3.- Se analizan los diferentes problemas y se descartaron los problemas consecuentes de mala nutrición, genéticos, educación nutricional y psicológicos, y se selecciono a la falta de ejercicio como problema específico a atacar por medio del apoyo que el Diseño Grafico puede proporcionar.</p>
	<p>4.- Se analizó cual de los medios gráficos sería el mas adecuado para nuestro objeto de diseño.</p>				<p>4.- Se analizaron los siguientes objetos de diseño: Libro, Web, TV, Folletos, cartel, etc.</p>
	<p>5.- Después del análisis se concluyo que el mas adecuado es el folleto.</p>				<p>5.- Se observo que el folleto es el mas fácilmente accesible a una gran cantidad de personas y por su bajo costo.</p>
	<p>6.- Se evaluaron los diferentes tipos de folletos y se escogió el tríptico.</p>				<p>6.- Se evaluaron los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Polidictico, b) Tríptico, c) Díptico y el d) Volante. <p>Y de estos se selecciono el tríptico por ser el mas común dentro de las publicaciones de este tipo y por cumplir mejor nuestro objetivo.</p>
		<p>7.- Se procede a la etapa de proyección, la cual iniciamos con el bocetaje, posteriormente con su variantes.</p>			<p>7.- Se plasman las primeras ideas con las cuales se hace una selección de las mejores ideas y se hace uno de mejor acabado.</p>



Continua Tabla de Metodología del Diseño					
Identificación	Investigación	Proyectación	Producción	Evaluación	Comentarios
	A →	8.- Se realiza un anteproyecto.			8.- Se procede a realizar uno mas estructurado para su revisión.
		↓ 9.- Se realiza el proyecto formal.			9.- Después de su revisión y ajustes se tiene el proyecto terminado para seguir a la siguiente fase (taller de impresión).
		↘	10.- Se selecciona y entrega a una imprenta.		10.- Se selecciona un taller de imprenta conforme a la calidad y costo, para tener un producto que se llama "pre prensa" para hacer correcciones de impresión.
			↓		11.- El taller de imprenta hace los ajustes y se prepara para imprimir el objeto de diseño.
			11.- Se revisa y si hay ajustes se indican para su impresión. Además se presenta al cliente para que tengamos su aprobación previo al trabajo final.		
			↓		12.- En esta etapa se realiza considerando los costos y la calidad esperada. El taller de imprenta realiza la impresión del tríptico.
			12.- Se da la información específica al taller para su tiraje y tipo de impresión.		
			↓		13.- Se hace una presentación al cliente para su entrega del producto.
			13.- Se realiza la revisión del producto terminado y si todo esta conforme lo solicitado, se entrega al cliente.		
			↘	14.- Se procede hacer la distribución del folleto.	14.- Se le solicita al cliente que distribuya los trípticos en los lugares que el haya seleccionado, como pueden ser: consultorios, hospitales, centros deportivos, etc.
				15.- Se hace la evaluación.	15.- La evaluación del contenido del tríptico e impacto en las personas que tuvieron acceso a la lectura del mismo, se realiza por medio de una encuesta y se revisan sus resultados.
				16.- Validación de resultados.	16.- Si es en sitios donde el cliente tiene control de acceso a los espacios donde se hace ejercicio o en los lugares donde se distribuyeron los trípticos; y se tiene forma de corroborar que ha aumentado la cantidad de personas, que por su lectura les haya motivado hacer ejercicio y lo estén realizando, podríamos decir que el tríptico fue un éxito.
					





CAPITULO II ESTUDIO DEL PROBLEMA

2. DEPORTE, ACONDICIONAMIENTO FÍSICO Y EJERCICIO

En este capítulo nos avocaremos a nuestro tema que es la importancia del ejercicio en la edad madura, que nos va a llevar a realizar nuestro trabajo de Diseño gráfico,

El significado de cada uno de estos tres conceptos, son parecidos pero diferentes en su objetivo, el primero que tocaremos es el deporte, ¿qué es? Y parte de su historia.

2.1 QUÉ ES EL DEPORTE

De los tres conceptos que vamos hablar, el deporte es el más antiguo. Se puede decir que del deporte se derivan los otros dos conceptos, condición física y ejercicio.

El deporte está definido como una actividad física o ejercicio pero con el fin de competencia o juego y se requiere de un entrenamiento. Este está sujeto a un reglamento con o sin competencia, de habilidad, destreza, o fuerza física. Puede ser con fin pasatiempo recreación o competencia.

Para que un deporte sea considerado y avalado institucionalmente es necesario que tenga reglamentos.

“Se dice que el deporte comenzó hacia los años 4000 a.c. En parte de China y en Egipto en donde se había competencias de pesca, natación, jabalina y lucha, también se tenía noción que existía en la Antigua Persia alguna competencia de artes marciales, el polo y la justa. Por otra parte en América las culturas mesoamericanas usaban el juego de pelota, que también era un deporte pero más que eso lo usaban como un ritual.

En la Antigua Grecia ya había establecido varios deportes los cuales tenían cierta relación con la cultura militar. Para los griegos el deporte era una parte muy importante de su cultura y así lo podemos ver por la gran cantidad de arte escultórico basado en el deporte de esa época. Los juegos Olímpicos de la antigüedad fueron desde los años 776 a.c. hasta el 394 d.c. cada cuatro años en Olimpia que era una parte de Grecia. Esto dio pie al inicio de los juegos Olímpicos moderno en 1876, regulado por el comité Olímpico Internacional con más de 200 naciones participantes, esto es una justa internacional de varios deportes a concursar.”²⁹

29 Sports History of China, History of Sports in Ancient Egypt y International Olympic Committee



Se puede decir que del nacimiento del deporte como tal, ha ido evolucionando a través del tiempo y las comunicaciones que han influido mucho en su difusión y la importancia que tiene hoy en días. La carta europea del deporte lo define como "Todas las formas de actividades físicas que mediante una participación organizada o no, tienen como objetivo la expresión o la mejora de la condición física y psíquica, el desarrollo de las relaciones sociales o la obtención de resultados en competición de todos los niveles" ³⁰

El deporte es conocido y practicado como nunca se había imaginado ya que un deportista es más conocido e idolatrado que cualquier otra persona, llámese científico, escritor, político inventor, descubridor, héroe etc. En nuestros días ha tomado el deporte dimensiones antes no imaginadas.

2.2 QUÉ ES EL ACONDICIONAMIENTO FÍSICO

Es la actividad física que se realiza con cierta habilidad, para acondicionar al cuerpo a un mejor estado físico.

El acondicionamiento físico es una disciplina deportiva que tiene como objetivo el desarrollo de las cualidades físicas condicionales del individuo, para lograr un buen estado físico, es decir, que nuestro cuerpo funcionen con eficiencia óptima.

"Los componentes básicos son: Resistencia Cardio Respiratoria, la Resistencia Muscular (realizar actividad física por tiempos prolongados), la Fuerza (capacidad para moverse en contra de una resistencia como un peso o la gravedad), y la Flexibilidad (la capacidad de realizar todo tipo de movimientos buscando la mayor amplitud lo que se logra mediante la elongación de los músculos y ligamentos junto con la movilidad de las articulaciones)" ³¹

2.3 QUÉ ES EJERCICIO

Se considera ejercicio todo movimiento que hacemos de nuestro cuerpo, en el cual ponemos a funcionar nuestro sistema muscular, el sistema motor y el sistema óseo (esqueleto), con el fin de mejorar el rendimiento y que a su vez nos dará bienestar y salud.

Se realiza por diferentes razones como el fortalecimiento muscular, por favorecer al sistema cardiovascular, para pérdida de grasa, de peso o mantenimiento, tener una mejor calidad de vida en el futuro, desarrollo de habilidades atléticas etc. o simplemente como recreación.

El ejercicio ayuda a prevenir muchas enfermedades entre las cuales están las del corazón, Aumenta la fuerza y le da más energía, nos puede ayudar a reducir la ansiedad y la tensión. Todo esto nos produce, una mejor salud y una vida más larga y saludable.

30 Carta Europea de los Deportes (Artículo II, Inciso 1,a)

31 Lic. Enrique Carpio, Lic. en Educación Física, UAM, www.izt.uam.mx



2.3.1 DIFERENCIAS

La diferencia entre el deporte, acondicionamiento físico y el ejercicio estriba en que el DEPORTE debe tener reglas y normas para que se considere como deporte, este puede ser en conjunto o individual, en lugares específicos para cada deporte, con ropa adecuada y someterse a estrictos y repetidos entrenamientos para el dominio de la disciplina. Su objetivo es la perfección y dominio del mismo.



ACONDICIONAMIENTO FÍSICO El propósito aquí es a acondicionar el cuerpo a una actividad física en especial por algún problema que se haya presentado a nivel orgánico. Permite saber hasta donde el cuerpo humano es capaz de desarrollar sus propios límites, fuerza, flexibilidad y resistencia. Podemos encontrar mucha similitud con el ejercicio físico como su nombre lo dice es condicionar el cuerpo, por un objetivo deseado. Esencialmente, el término condición física describe un conjunto de “atributos relativos al rendimiento de la persona en materia de actividad física También se le llama “Fitness”.³²

EJERCICIO Aunque no puede subsistir sin el acondicionamiento físico tiene los mismos principios, el ejercicio es más completo ya que va más allá. Es más adecuado a la necesidad del hombre de moverse y no ser una persona sedentaria. “Es un término más específico que implica una actividad física planificada, estructurada y repetitiva realizada con una meta, con frecuencia con el objetivo de mejorar o mantener la condición física de la persona”³³

Su necesidad es integrar, cuerpo, alma y mente sana ya que por medio del ejercicio no solo el cuerpo se va ver beneficiado sino como un todo.



Esta práctica del ejercicio, no es tan rígida como el acondicionamiento físico o como el deporte mismo, ya que este se puede hacer en cualquier lado, tenga uno los medios adecuados, es tan flexible que se puede ser en cualquier lugar a cualquier hora con cualquier gente, o en la comodidad de su propia casa o salir a caminar simplemente. Otra de las ventajas que tienes cuando inicias el hacer ejercicio, es que la edad para empezar a hacerlo es cuando quieras y no hay restricción alguna, en cambio con el deporte sucede algo diferente, si tienes que empezar hacer lo más joven posible para tener éxito en lo que te propongas escoger como disciplina, porque ya la finalidad es diferente y los objetivos cambian.

Puede haber contra indicaciones para empezar hacer ejercicio, primero hay que visitar un Doctor, para no hacerlo de forma inadecuada, debe tomarse en cuenta varios puntos como son el tiempo de efectuar dicho ejercicio le edad, el peso etc. Y esto es el motivo de la recomendación.

32 Ejercicio Físico y Actividad Físico www/ejerciciofisico.es/

33 ídem.



2.3.2 BENEFICIOS

Los podemos clasificar en dos: biológicos y Psicológicos.

“BENEFICIOS BIOLÓGICOS:

- ❖ Mejora la forma y resistencia física
- ❖ Regula la presión arterial
- ❖ Incrementa o mantiene la densidad ósea
- ❖ Mejora la resistencia a la insulina
- ❖ Ayuda a mantener el peso corporal
- ❖ Aumenta el tono y la fuerza muscular
- ❖ Ayuda a la flexibilidad y el movimiento de las articulaciones.
- ❖ Reduce la sensación de fatiga.
- ❖

BENEFICIOS PSICOLÓGICOS

- ❖ Aumenta la auto estima
- ❖ Mejora la auto imagen
- ❖ Reduce el aislamiento social
- ❖ Relaja la tensión y el estrés
- ❖ Reduce el nivel de depresión
- ❖ Ayuda a relajarte
- ❖ Aumenta el estado de alerta.
- ❖ Disminuye el número de accidentes laborales
- ❖ Menor grado de agresividad, ira y angustia
- ❖ Incrementar el bienestar general.”³⁴

2.4 QUÉ ES LO QUE QUEREMOS Y ESPERAMOS DEL EJERCICIO

En primer lugar gozar de buena salud, en segundo lugar tener condición física, y finalmente tener de un alto rendimiento atlético. Tres cosas muy distintas y con rutinas diferentes.

EL gozar de buena salud, basta con 20 minutos de caminata al día, quita el riesgo de una muerte temprana, pero eso no nos da una condición física envidiable. El cuerpo se acostumbra a ciertos niveles de actividad a una velocidad impresionante, la recomendación es variar la intensidad poco a poco. Los beneficios de salud se dan cuando incrementas tus rutinas para hacer tu condición física mejor.

“Cuando vas en aumento del ritmo de ejercicio, el sistema cardio vascular y otros sistemas se van adaptando gradualmente a la carga de trabajo, y deja de ser una carga o esfuerzo extra para ti. Pero se recomienda para evitar lesiones, que el aumento no debe ser mayor del 10% semanal. Esto es para evitar lesione.” ³⁵

34 Lic. Enrique Carpio Lic., en Educación Física uam, www.izt.uam.mx

35 Reynolds G. (2014) Los primeros 20 minutos p. 31,



“Las personas que trotan o realizan ejercicio: Las personas que trotan o realizan ejercicio vigoroso durante por lo menos 30 minutos al día, muestran una reducción del 50% en el riesgo de muerte prematura por cáncer” dijo el Dr. Sudhir Kurl uno de los autores de este estudio y director médico de la Escuela de Salud Pública de la Universidad de Kuopio, en Finlandia”³⁶

Otras de las recomendaciones es que hacer ejercicio sin hacer dieta de nada te sirve para perder peso, la dosis recomendada es de casi una hora al día cinco veces a la semana. Si consumimos menos calorías de las que quemamos, entraremos en un balance de energía negativo y al final perderemos peso.

Debemos tomar en cuenta la grasa abdominal o visceral, ya que nos trae problemas metabólicos, como diabetes y enfermedades cardíacas, y esto lo podemos controlar a base del ejercicio no solo el peso sino bajar la grasa abdominal prácticamente en cero. Dice el Dr. Gary Hunter profesor de ciencias del ejercicio en la Universidad de Alabama y director de este estudio.³⁷

La circunferencia del hombre debe de ser menor a 100 centímetros y de la mujer menor a 88 centímetros si no es así puedes estar en riesgo de sufrir alguna enfermedad ya mencionadas.

2.5 QUÉ ES LA OBESIDAD

“La Obesidad es una enfermedad crónica caracterizada por un aumento excesivo de la cantidad de grasa del cuerpo. Este aumento patológico de la grasa corporal se manifiesta por un incremento del peso y del volumen del cuerpo.”³⁸

Cuando hablamos de obesidad o sobre peso hablamos de cuando el cuerpo almacena energía en forma de grasa.

2.6 ¿POR QUÉ SUBIMOS DE PESO?

Porque comemos más energía de la que gastamos. La respuesta está en el hecho de ingerir más energía de la que se gasta

.Como poder hablar de todos estos beneficios sin hablar de un factor importantísimo que nos puede llevar al éxito o no en el camino de una mejor vida saludable, este factor lo conocemos como obesidad, o sobre peso, parte de este problema lo ocasiona el sedentarismo.

El sedentarismo lo conocemos como la usencia de movimiento que tiene el cuerpo humano y el gasto de energía que es mínima, no solo es la falta de movimiento sin actividades como ver la televisión por lapsos prolongados, estar sentados leyendo trabajo de oficina sin movimiento físico por largo tiempo, usar solo el coche para ir de un lado a otro aunque sean distancias cortas y una infinidad de razones más.

36 Reynolds G. (2014) Los primeros 20 minutos p. 35

37 Op. Cit. p. 126

38 Formiguera X. (2014) Conceptos y causas de la obesidad p. 9



En este complejo sistema biológico el cuerpo, necesita energía para funcionar. Esta energía se mide en calorías (kilocalorías). Hay una quema de sustancias energéticas como son los hidratos de carbono, grasas o incluso proteínas. Si todo esto pasa bajo un proceso balanceado de ingesta de energía y quema de la misma decimos que nuestro cuerpo está funcionando correctamente, pero cuando hay un desbalance o desequilibrio de alguno de los dos factores, tenemos un problema en puerta, que es la obesidad o sobre peso.

La naturaleza nos ha capacitado para almacenar energía sobrante en forma de grasa y esto ha sido punto importante para la sobrevivencia de la especie humana.

En épocas ancestrales, los hombres tenían que guardar reservas de grasa porque cazaban y consumían sin saber a ciencia cierta cuando podían volver a hacerlo. Actualmente no existe tal problema, el cuerpo moderno sigue almacenando energía, grasa que no se quema por falta de movimiento físico ya que la vida moderna no nos lo exige tanto como antes, porque se nos ha facilitado, por el avance de la ciencia, por ejemplo: las computadoras los medios de transporte, los electrodomésticos etc. A través del tiempo hacemos el mismo trabajo con menos esfuerzo físico, y nos hacemos una pregunta ¿Y TODA ESA ENERGÍA QUE CONSUMIMOS DONDE SE QUEDA O A DONDE VA?

Se sabe que debe haber un equilibrio de lo que comemos o sea la energía que ingerimos con la que gastamos, si esto no se da y su balanza va por el exceso de energía sin gastar, eso nos da como resultado el sobre peso u obesidad.

2.6.1 FACTORES

Hay cuatro factores fundamentales que determinan nuestra manera de comer: genético, ambiental, emocional y el natural apetito.

“La obesidad es el resultado de la intersección de factores genéticos con factores ambientales”³⁹

EL GENÉTICO.- Esta dado por nuestros cromosomas. El llamado genoma humano que está formado por 300,000 genes, estos son: lo que somos, color de ojos, pelo, estatura etc. Y además nuestra predisposición a las enfermedades, esto no quiere decir que las vamos a padecer, tiene que intervenir otro factor que es muy importante como es los factores ambientales, estos dos tienen que conjugarse para que se desarrolle una enfermedad.

EL AMBIENTAL.- La influencia ambiental es determinante pues compartimos todo un estilo de vida (manera de comer, preferencias alimentarias, actividad física etc.)

“Los genéticos nos proporcionan la capacidad de ser obesos y los factores ambientales actúan determinando el momento de aparición de la enfermedad y su magnitud”⁴⁰

39 Formiguera X. (2014) Conceptos y causas de la obesidad p. 16

40 Op. Cit. p. 16



EL EMOCIONAL O (PSICOLOGICO).- ¿Por qué comemos? por una necesidad biológica de reponer la energía gastada, también por que intentamos compensar emociones que vivimos mal desde el punto de vista psicológico. Para cada persona el comer tiene diferentes connotaciones, para la mayoría es obtener una sensación de placer y esto nos lleva no solo a cubrir una necesidad biológica, sino también pueden ser por situaciones adversas de tristeza, ansiedad, aburrimiento, enfado estrés depresión etc.

EL APETITO.- Podemos citar dos trastornos el compulsivo y el trastorno por atracón. La compulsión es la pérdida del control sobre una determinada conducta (comer, beber comprar etc.) “La máxima expresión de comportamiento alimenticio compulsivo es la bulimia nerviosa.”⁴¹ Son personas que se purgan o vomitan después de un atracón.

“El trastorno por atracón es muy frecuente en personas obesas, y lo viven con sentimiento de culpabilidad y vergüenza; y esto hacen que no hablen de su enfermedad”⁴²

Podemos saber y encontrar donde y como hacer ejercicio cerca de nuestras casas y sin costo o costos muy bajos dentro de la delegación Tlalpan, podemos encontrar 12 centros deportivos, 85 módulos deportivos donde se realiza actividades (ejercicio) en espacios cerrados y al aire libre, dando asesoría en alguno de estos módulos.

La indicación es hacer ejercicio prolongado y vigoroso para la pérdida de peso y si lo hacemos en ayunas si se trata de una actividad intensa genera una mayor quema de grasa que si se hace después de consumir alimento, mejorando el perfil metabólico.

En conclusión, siempre es mejor estar en forma que estar con sobre peso u obeso, pero mejor aún es tener un acondiciona física buena.

2.7 ENCUESTA

Realizada por Laura Ma. González Bustos.

Se hizo una encuesta acerca del tema, con las siguientes características.

- 1.- Se encuestaron a 100 gentes
- 2.- El 58% de los encuestados tenía entre 40 y 60 años, el resto eran jóvenes menores a cuarenta y solo el 10% eran mayores a 60 años. Fue gente cercana a mí o relacionada con la gente que conozco.
- 3.- La población que se encuestó fueron; hombres y mujeres entre los 18 y 65 años de edad, en su mayoría eran mujeres y en edad madura la minoría eran jóvenes y hombres. Uno de los puntos que se preguntó

41 Formiguera X. (2014) Conceptos y causas de la obesidad p.21

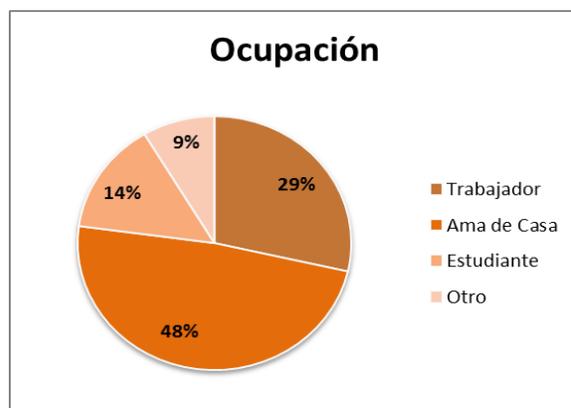
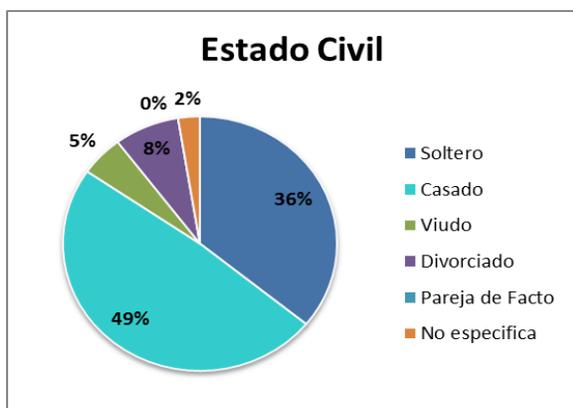
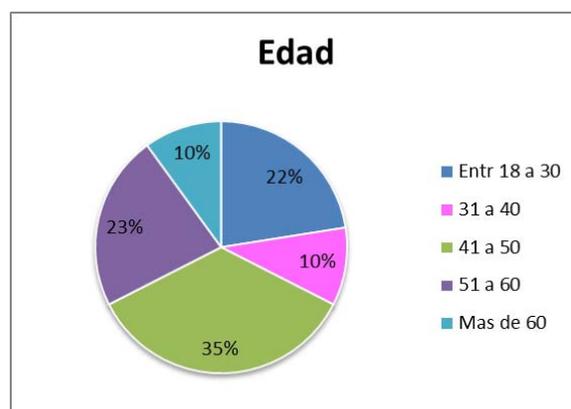
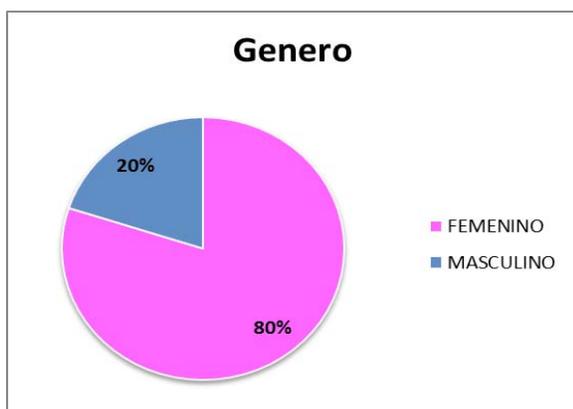
42 Op.cit.p.20



fue, el estado civil, eso nos puede decir si el estar soltero o casado nos permite hacer menos o más ejercicio, el nivel de estudios que tienen las personas que encuestamos era importante porque habla de un estado socio económico que manejan estos encuestados siendo este medio y medio-alto.

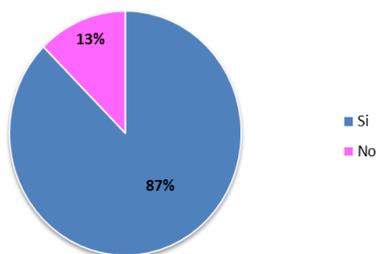
4.-El objetivo de la encuesta es para conocer las diferentes causas de por qué no o por qué si, hace la gente ejercicio; y dónde y cuándo lo hacen. La encuesta nos arrojó diferentes aspectos que pudimos evaluar y que se presentan en las diferentes graficas que a continuación se presentan.

2.7.1 RESULTADO DE LA ENCUESTA

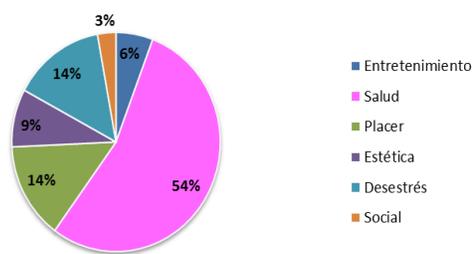




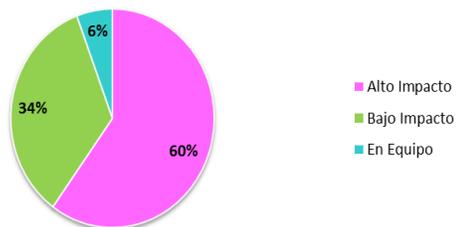
¿Le interesa la actividad física o el ejercicio, y los practica?



¿Cuál es el principal motivo por el que usted practica actividad física y/o ejercicio?



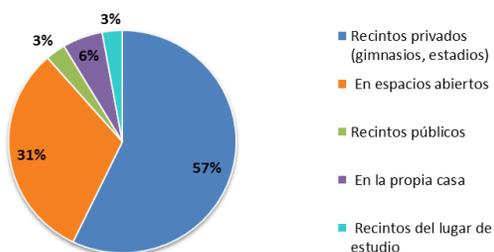
Específicamente, ¿Qué actividad física y/o ejercicio practica?



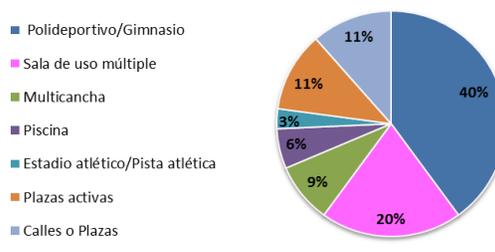
Fundamentalmente ¿Cómo hace ejercicio y/o actividad física?

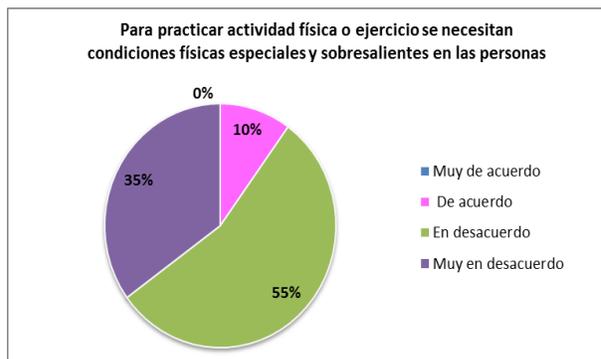
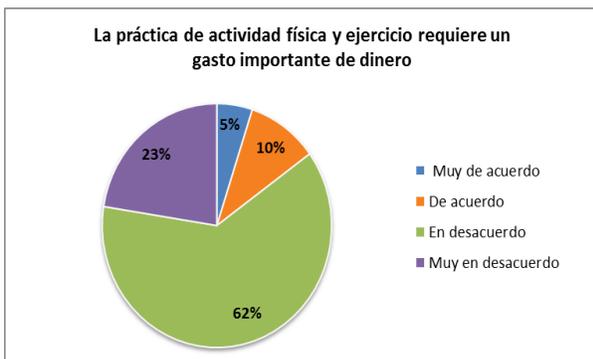
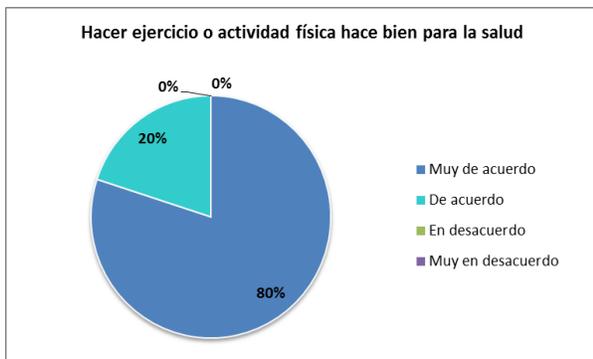
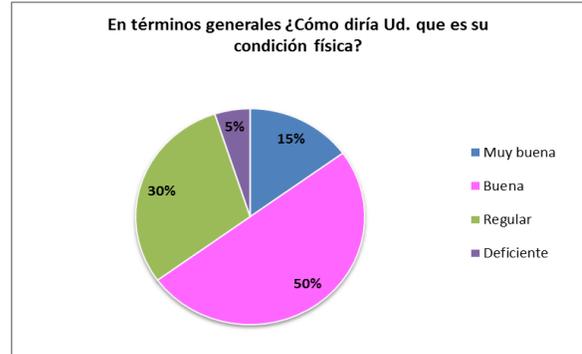
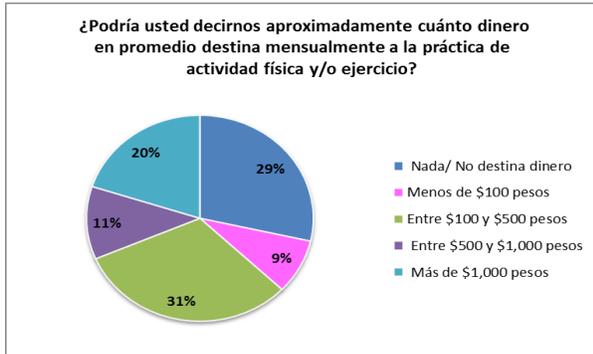


¿En qué tipo de recinto deportivo (recinto público, club privado etc.) practica ejercicio actividad física?



Específicamente, ¿en qué instalación deportiva practica ejercicio o actividad física?







CAPITULO III PROPUESTA DEL TRÍPTICO

3. TRÍPTICO

¿Cómo va a comunicarse el mensaje? Llegando a este punto la conclusión, más idónea es el folleto a través de un tríptico.

Después de tener un panorama más amplio de lo que es un folleto, se ha llegado a la decisión de realizar el trabajo o proyecto basado en un tríptico.

Porque es un medio impreso, de los más usados y común para difundir y hacer propaganda de un producto, una institución, dar a conocer ideas nuevas o revolucionarias de cualquier materia, publicitar o vender un producto etc.

Se encontró que en el tríptico puede llevar la información más directa al tipo de receptor que se espera. Y se puede decir que hay más espacio para usar, puede uno jugar más con los elementos que intervienen en él, es más cómodo para la gente que lo recibe tanto para leerlo y guardarlo y después verlo como referencia, y esto parte de nuestro objetivo. Por espacio, cantidad de información, tamaño, costo, y por todas estas razones se cree que tiene lo indispensable y cumple con las necesidades de este proyecto, en cuanto a espacio, tamaño y economía.

La intención de este proyecto es hacer reflexionar a la gente de 40 años y más, lo importante que es hacer ejercicio. Y cuál es la mejor manera de darlo a conocer y llevar el mensaje, se decidió hacerlo por medio impreso, como es el folleto que estará representado por un (tríptico).

Cuando se inicia con este trabajo, se planteó las siguientes preguntas, la primera de ellas es.

¿Qué se quiere conseguir con este proyecto? Que llegue un conocimiento, directo, fácil, rápido y concreto de porque es bueno que la gente tiene que hacer ejercicio y que pasa cuando no lo hacen y que ventajas cuando lo hacen.

¿A quién va dirigido el mensaje? Este trabajo, va dirigido a las personas de 40 años y más, hombres o mujeres sin distinción,

¿Qué hay que decir? Lo importante en este punto es dar a conocer al lector o interesado, que cuando llega uno a esa edad, es cada día más preponderante no dejar de hacer o empezar hacer ejercicio y llevar una mejor dieta, porque el tiempo y la vida está por cobrar la factura y que es un buen momento para revertir una mala condición física, provocada por un sedentarismo o mala alimentación. Ya que esto les traerá problemas al individuo: de salud principalmente, pero esto se convertirá también en problemas económicos ya que no tendrá la fuerza requerida para asistir al trabajo regularmente o tendrá un cansancio que no le permitirá rendir de la mejor forma en trabajo. Además convivir y hacer



actividades con la familia y no siendo menos importante, problemas económicos que la persona, va a representar al gobierno o al estado y sobre todo a su propio bolsillo.

3.1 JUSTIFICACIONES DEL TRIPTÍCO.

En esta fase se comenzarán a aplicar todas las ideas basadas en la investigación previamente realizada y que darán forma y sentido a nuestro diseño.

3.2 RETÍCULA

La retícula que más se adaptó a las necesidades de este trabajo fue la retícula de manuscrito o retícula de bloque, aunque se pudiera confundir con retícula de columnas, ya que en el momento que se abre el tríptico se ven tres columnas y no sólo una, porque la que se escogió fue con el fin de que cada página se pueda leer independientemente y no se enlazan unas con otras ni con el texto ni con la imagen. Se dio la posibilidad de organizar en un espacio corto pero con buena distribución la información que se maneja, ya que esta retícula, nos da orden y una secuencia lógica sin la necesidad de abrir todo el tríptico para darnos idea de que se trata. Esto es importante para la gente a la que va dirigido, es más fácil su lectura por la organización que lleva su información.

3.3 TIPOGRAFÍA

Se eligió la tipografía de Helvética para este trabajo, ya que tiene varias características de acuerdo a lo que se necesita transmitir como: una tipografía delgada pero con carácter suficiente para tener su propia personalidad, fácilmente legible, pero también refinada y agradable a la vista sin remates. Se posiciona como la tipografía más usada de la historia.

LUGAR	TIPOGRAFÍA	PUNTAJE
Titulo	Helvético Bold	120 y 16 pts.
Subtitulo	Helvética Regular	11 pts.
Cuerpo del texto	Helvética Light	9 pts.
Texto de Plecas	Helvética Bold	14 pts.
Dirección	Helvética Light	11 pts.
Recuadro	Helvética Bold	30 y 16 pts.
Balazo	Helvética Itálica	12 pts.

(El balazo se refiere a una llamada de atención, por decirlo de alguna forma, sobre uno del punto más importante de la noticia y también se escribe en negritas o en diferente letra)



La alineación es a la Izquierda en tipo de bandera recortando la figura, esto con el fin de darle más movimiento a la composición al tríptico.

3.4 FOTOGRAFÍA

Se decidió usar fotografía para realizar este trabajo, ya que la intención es, dar a conocer la importancia del ejercicio, pero hacerlo de una forma más realista, con un aire de seriedad, como primera impresión para que la gente se asome y se interese a abrirlo. Ya que la fotografía retrata la realidad y estamos acostumbrados a creer lo que vemos y de ahí la necesidad de usar la fotografía para un mejor realismo y una mejor percepción del tema. Porque es muy importante, que los lectores se den cuenta exacta de la edad que tiene la gente que parecen en estas fotos y de ahí salga una motivación, se pensó que es lo idóneo para lo que se quería transmitir, una realidad y una consecuencia.

3.5 ELECCIÓN DEL MATERIAL DE SOPORTE PAPEL

Creo que el idóneo para este trabajo es el papel reciclado blanqueado, mediano que tiene cierta textura y le da calidez al trabajo. Se siente con más comunicación y contacto con el lector o interesado. A la gente a la que está destinado y en este caso no se trata de dar clase alta presencia, sino que haya una comunicación más sencilla y más directa con el lector, el papel reciclado siempre se ha relacionado con la naturaleza y por tanto cuidarla. El costo es más económico que otros más satinados o elegantes.

(Los costos que aquí se dan son de este mismo año 2015)

Costo de Impresión
En papel: 100% reciclado
Grosor: Mediano
Tamaño: Carta 21.5 cm. X 28 cm. Dos pisadas frente y vuelta, 6 caras
Costo: \$18 por unidad, si es menor del millar.
\$ 6,400 por 4,000 ejemplares
Papel: Couche
Grosor. Mediano
Tamaño: Carta 21.5 por 28 cm. Dos pisadas frente y vuelta, 6 caras
Costo: \$6,800 por 4000 ejemplares



3.5.1 EL PLEGADO DEL TRÍPTICO

El plegado que se usó para este trabajo fue la forma vertical ya que cumple con las necesidades que se requerían, de que la gente vaya “desenvolviendo” la información poco a poco. La forma horizontal o forma apaisada no se acomodaba a las necesidades; el espacio se sintió más reducido con menos movimiento y el diseño no se prestaba para esa forma. Se escogió que el tríptico fuera vertical y que el espacio se doblara en tres partes casi iguales. Para que la información más importante fuera en la página 2 y 5 y al abrirlo las páginas 3 y 4 completan la información.

3.6 EL COLOR

Como ya hemos dicho el color es todo un lenguaje visual de simbolismos de sensaciones y de valores. El color nos envía mensajes de inagotable variedades y esto nos da conocer que el color esta lleno de simbolismos, y para que este proyecto sea completo no podíamos pasar por alto uno de los elementos que nos ayuda expresar con mas facilidad lo que se quiere transmitir en esta publicacion (Tríptico)

Se escogieron dos colores bases, como son el azul que es color primario y el color secundario que es el verde.

El **Azul**: es un color primario y se escogió este color porque tiene muchos de los elementos que ayudan a transmitir estas sensaciones y características, que se necesitaba que llevara este proyecto como son: fuerza, aumenta el metabolismo, aumenta nuestra sensación de calma, es tranquilizador, nos da sensación de limpieza, confiabilidad, nos da seguridad, nos impone autoridad, firmeza y fuerza.

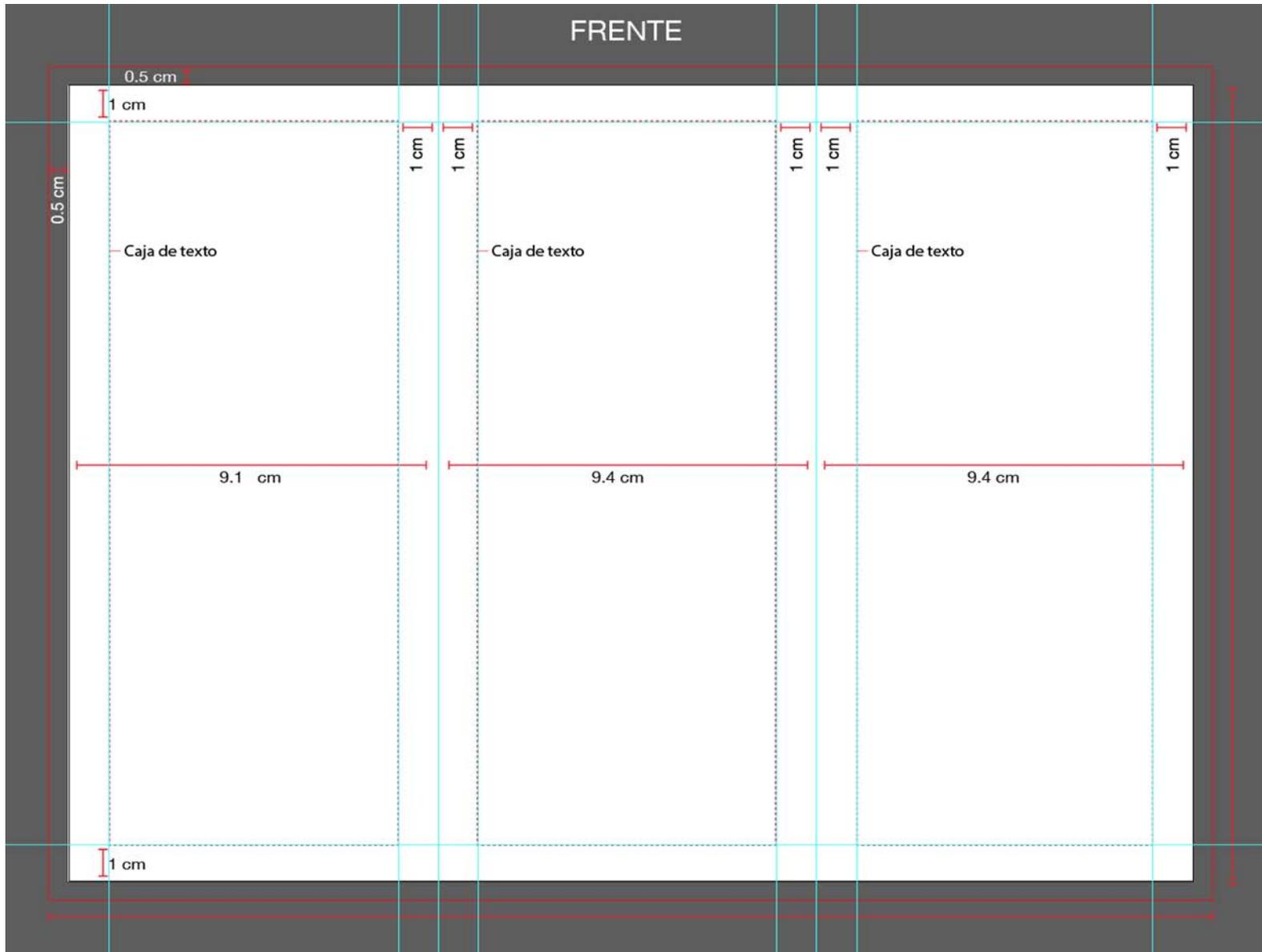
El **Verde** se propuso como un color secundario, como el lugar que ocupa en la escala de colores, porque está formado por la unión de dos colores como son el azul y amarillos que son primarios para formar el verde esto quiere decir que el verde tiene algo de azul y no son ajenos uno con el otro.

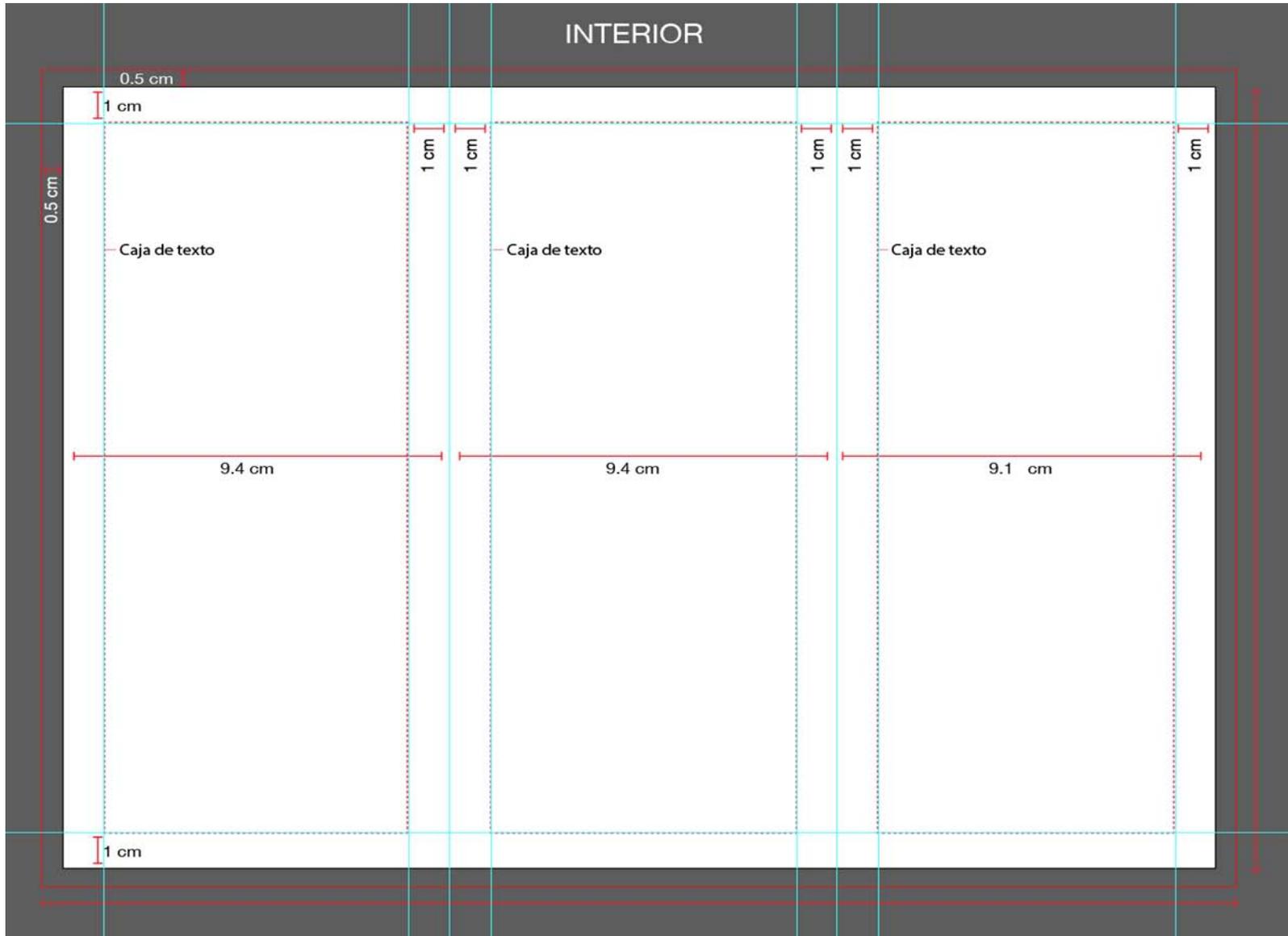
EL Verde se escogió porque queremos transmitir varias sensaciones como son: la frescura, el estar en contacto con la naturaleza, el medio ambiente, refrescante, estar en calma, tranquilidad, la profundidad de pensamiento, maduras y valor para tomar la decisión de empezar hacer ejercicio.

En las plecas se usaron los dos colores combinados para dar todo este simbolismo junto y tener más fuerza de lo que se quiere decir. (Pleca, En imprenta, signo gráfico formado por una línea y que se usa generalmente para separar distintas partes de un texto).



3.7 PROYECTO GRÁFICO





LA ALIMENTACIÓN

Una alimentación balanceada es lo recomendable para una excelente salud. Cuatro factores determinan nuestra forma de comer: Genética, Ambiental, Emocional y el factor Apetito.

Debe haber un balance entre el ejercicio y lo que comemos: energía = alimento. Si no se corresponden estos dos factores puede haber un aumento de peso porque se acumula energía, grasa.

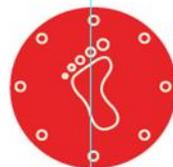


LA OBESIDAD

Es una enfermedad crónica caracterizada por un aumento excesivo en la cantidad de grasas del cuerpo. Este aumento patológico de grasa corporal se manifiesta en un incremento de peso y de volumen corporal.

ALGUNAS DE SUS CONSECUENCIAS

Presión y colesterol altos, diabetes tipo 2, hipertiroidismo, problemas cardiovasculares, complicaciones metabólicas, asma bronquial, síndrome de apnea del sueño, complicaciones digestivas y de articulaciones, algunos tipos de cáncer, problemas renales y hepáticos, por mencionar algunos.



DELEGACIÓN
TLALPAN

La Delegación Tlalpan te ofrece 12 Centros Deportivos y 85 Módulos Deportivos, donde se realizan actividades en espacios cerrados y al aire libre.

www.tlalpan.gob.mx

¡ACTIVATE!

PARA UNA MADUREZ DE CALIDAD

PONTE EN MOVIMIENTO.
Programa de vinculación al ejercicio para adultos y adultos mayores.



DELEGACIÓN
TLALPAN



EJERCICIO

Se considera ejercicio toda actividad física donde intervienen los sistemas motor, esquelético y muscular.

El ejercicio mejora el rendimiento y da salud y bienestar a la persona que lo realiza.



PARA HACER EJERCICIO

No tenemos que estar en un lugar en particular, ni con determinada ropa. Se puede realizar en cualquier lugar y a cualquier hora. Solos o acompañados. En la comodidad del hogar o simplemente saliendo a caminar.

RECOMENDACIONES

Consultar a un médico antes de iniciar un plan de ejercicio, para saber en qué estado físico nos encontramos. Él nos dirá el tiempo, cantidad, frecuencia e intensidad del ejercicio.



La actividad debe adecuarse al tiempo disponible, edad y condición física; hacerla paulatinamente para evitar el riesgo de lastimarse, quedar imposibilitado por un buen tiempo y perder la iniciativa de reiniciarla. Se recomienda empezar con una rutina de 20 minutos e ir subiendo 5 minutos por semana hasta llegar a 30 minutos por día.

Lo ideal es hacer ejercicio 5 o 6 veces a la semana, aunque si usted lo realiza tres veces por semana es

bueno, aunque no lo óptimo.

El ejercicio debe ser habitual y diario.

El ejercicio recomendado para bajar de peso es el aeróbico: correr, caminar, trotar, bailar, nadar pedalear.



BENEFICIOS BIOLÓGICOS

- Mejora la forma y la resistencia física
- Regula la presión arterial y reduce el colesterol malo y triglicéridos
- Aumenta la capacidad pulmonar
- Nos da una mejor densidad ósea
- Aumenta la reabsorción del calcio
- Reduce los niveles sanguíneos de glucosa en los diabéticos
- Ayuda a mantener el peso, aumenta el tono y la fuerza muscular viéndonos más jóvenes y lozanos
- Ayuda a la flexibilidad y movimiento de las articulaciones
- Disminuye la fatiga

¿SABÍAS QUE...

TENEMOS DOS TIPOS DE BENEFICIOS AL HACER EJERCICIO, EL BIOLÓGICO Y EL PSICOLÓGICO?

BENEFICIOS PSICOLÓGICOS

- Aumenta la autoestima e imagen personal
- Nos hace más sociables
- Relaja la tensión y el estrés, reduce la depresión
- Disminuye la adrenalina (hormona del estrés) y aumenta las endorfinas que contribuyen a relajar y a bajar la tensión emocional
- Mejora el estado de ánimo sintiéndonos bien física, emocional y socialmente
- Regenera las neuronas
- Nos pone en estado de alerta ante cualquier eventualidad
- Reduce el número de accidentes laborales
- Ayuda a controlar la agresividad, la ira y la angustia



Con todos los beneficios que aporta el ejercicio y una comida balanceada, debemos pensar a que nos lleva el no hacerlo: a la obesidad o sobre peso.





CONCLUSIÓN

Como resultado final de este proyecto se tiene el haber cumplido con el objetivo que se había planteado desde un inicio: informar, exponer y transmitir la idea de hacer ejercicio para una calidad de vida mejor.

El folleto cumple las exigencias del proyecto, específicamente el tríptico es la solución idónea por sus atributos como medio de información y sus costes.

¿Por qué el tríptico? Porque es un folleto completo en tan sólo una hoja donde puedo jugar con el espacio, los colores, las imágenes y el texto; dar toda la información rápida, fácil y concreta, para que la gente lo pueda leer, guardar y después consultar; no es bromoso para guardar, es ligero en su lectura y permite destacar los aspectos fundamentales. Lo importante de ser concreto es que a la gente la atrape y no lo tire antes de leerlo, por flojera de que tenga mucho texto y pocas imágenes. Debe tener un diseño ágil, creativo, estructurado, con un balance bien establecido entre los elementos que componen el proyecto haciéndolo atractivo e invitador.

Se ha pensado en un papel orgánico pero barato con un grosor medio que tenga cierta textura, para que sea más agradable, cálido y orgánico. El hecho de que al tacto se sienta la fibra natural, y esa misma naturaleza del papel nos da una empatía con el medio ambiente, para cualquier persona que lo lea. Esto además facilita que el costo no se eleve mucho.

La gente a quien se va a distribuir es de clase media a clase trabajadora.

La sugerencia es de entregarse en mano propia en centros hospitalarios de gobierno, en escuelas; a madres o padres de familia y dejarlo en mostradores de consultorios, deportivos y entregarlo en parques, en las oficinas de la delegación, buscando apoyo económico para un bien social. La manera en que se tiene pensado la entrega nos va dar costos bajos en cuanto a la distribución.

Mis conclusiones, en lo que se refiere al área del ejercicio y de la actividad física: es necesario hacer ejercicio o más bien es elemental para el ser humano el moverse, llevar una vida menos sedentaria, con disciplina tanto para comer como para hacer ejercicio.

Necesita haber un balance entre estos dos factores: comida y ejercicio, ya que si no lo encontramos, podemos llegar a un punto de nuestras vida en la cual ya no hay vuelta atrás por los males que nos aquejen, que estos pueden ser muchos, como la hipertensión, la diabetes tipo 2 y otras enfermedades. Destacamos la necesidad de reducir el índice de obesidad o sobre peso, que conlleva más gastos en el sector salud y menos rendimiento económico en nuestros hogares y en el trabajo productivo. El uso que se le puede dar a esta información es concientizar, informar y dirigir a la gente para que haga ejercicio: La salud no puede esperar.



BIBLIOGRAFÍA

Braham, B. (1991). *Manual del Diseño Gráfico*.

Barcelona: Celestes Ediciones

Bridge W. P. (1992) *Introducción al Diseño Gráfico*

México: Trillas

Buen U.J. (2008) *Manual de Diseño Editorial* (3° ed.)

Gijón: Trea

Dawson, J. Coordinador (1982) *Guía Completa de Grabado e Impresión Técnicas y materiales*.

Madrid: Blume

Formiguera, X. (2014) *Conceptos y causas de la obesidad, Factores emocionales y*

Apetito. (2° ed.) Barcelona: Amat.

Langford, M.J., (1979). *La fotografía paso a paso*.

Madrid: Blume

Langford, M., (1991). *Fotografía Básica* (5° ed.)

Barcelona: Omega.

Lesur, L. (2009). *Publicidad y Propaganda*,

México: Trillas.

Lonard, K., Wippo, R. (1992). *Recetario del Diseño Gráfico: Propuesta, Combinaciones y Soluciones*

Gráficas. México: Gustavo Gili

Marshall, H, (1993). *Diseño Fotográfico*, (2° ed.)

Barcelona: GG

Martínez-Val, J. (2002). *Tipografía Practica usos, normas, tecnologías y diseño tipográfico en los*

Inicios del siglo XXI. Madrid: Comunicación



Reynolds, G. (2014). *Los primeros 20 Minutos*.

México: Grijalva Vital

Samara, T. (2004). *Diseño con o sin retícula*. (5° ed.).

Barcelona: Gustavo Gili

Santiago, C.S. y Bertola, G.A., (2005), *El manual del Diseño Gráfico*.

S.L.: Almuzara.

Troconi, G. (2010). *100 años de Diseño gráfico en México*.

México: Artes de México

Turnbull A.T., Baird R.N. (1986) *Comunicación Gráfica. Tipografía, diagramación,*

diseño producción. México: Trillas

Vilchis, L. del C., (1998) *Metodología del Diseño*,

México: UNAM

Walton, R., Gillis, K., Chappell, L., (1992). *Haga usted mismo su diseño gráfico*.

Madrid: Blume.

Whelan B. M., (1994) *La armonía en el color* .

México: Somohano

Zapatterra, Y., (2008) *Diseño Editorial periódicos y revistas*.

Barcelona: Gustavo Gili.



MESOGRAFÍA

Aguilar, E. C. (agosto de 2005). *Acondicionamiento Físico*. Recuperado el septiembre de 2014, de Universidad Autónoma Metropolitana:
http://www.izt.uam.mx/ceu_dep/archivos/entre_aconfis.htm

Consejo Europeo en el ámbito de los deportes. (2011). *Carta Europea del Deporte-1975*. Recuperado el 2014, de <http://www.femp.es/files/566-69-archivo/CARTA%20EUROPEA%20DEL%20DEPORTE.pdf>

Real Academia Española. (octubre de 2014). *Diccionario de la lengua Española, 23-a Edición Octubre*. Recuperado el enero de 2015, de www.rae.es/recursos/diccionarios/drae

Wikipedia. (2011). *Deporte*. Recuperado el 06 de 2014, de Wikipedia:
http://es.wikipedia.org/wiki/Deporte#cite_note-11 Historia de los Juegos Olímpicos

“Revista Española de Educación Física y deporte 3- (1) 39-42

Wikipedia. (14 de diciembre de 2014). *Folleto*. Recuperado el 2014, de <http://es.wikipedia.org/wiki/folleto>

Diego Chosa Ruiz Bello. (2005). *La Literatura del Corcel Brasileño y sus conexiones con la Edad Media*. 18 sep. 2008, de http://www.wikilearning.com/cursosgratuitos/la_literatura Sitio web: URL <http://www.ucm.es/info/especulo/num?ero30/cordelbr.html>

<http://www.salud.df.gob.mx>. 16 de Marzo de 2015
http://www.salud.df.gob.mx/ssdf/index.php?option=com_content&task=view&id=4034

http://es.wikipedia.org/wiki/Diseño_gráfico