



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

**TEMA:**

“Análisis del diseño editorial en revistas de las Unidades Educativas Particulares de Quito pertenecientes al Distrito de Educación Nro. 5, periodo 2017- 2018”.

Plan de Trabajo De Grado previo a la obtención del título de  
Licenciada en Diseño y Publicidad

**AUTOR:** Susana Elizabeth Cardona Flores

**DIRECTOR:** PhD. Albert Arnavat Carballido

**IBARRA-ECUADOR**

**2019**



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100303163-8		
APELLIDOS Y NOMBRES:	CARDONA FLORES SUSANA ELIZABETH		
DIRECCIÓN:	Bernardo de Legarda OE 6-177 y Huachi, Cotacollao, Quito		
EMAIL:	peqsusy@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	(02) 3411960	TELÉFONO MÓVIL:	0984079030

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Análisis del diseño editorial en revistas de las Unidades Educativas Particulares de Quito pertenecientes al Distrito de EDUCACIÓN Nro. 5, periodo 2017-2018.
AUTOR (ES):	SUSANA CARDONA
FECHA: DD/MM/AAAA	25 de noviembre de 2019
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Lcda. En Diseño Publicitario
ASESOR /DIRECTOR:	PhD. Alvert Arnavat

#### 2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 25. días del mes de noviembre de 2019

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Susana Elizabeth Cardona Flores

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR**

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como Directora de Trabajo de Grado Titulado: **“ANÁLISIS DEL DISEÑO EDITORIAL EN REVISTAS DE LAS UNIDADES EDUCATIVAS PARTICULARES DE QUITO PERTENECIENTES AL DISTRITO DE EDUCACIÓN NRO. 5, periodo 2017-2018”**, realizado por la señora egresada Susana Elizabeth Cardona Flores, previo a la obtención del título de Licenciada en la Especialidad de Diseño y Publicidad.

Al ser testigo presencial y corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentarlo públicamente ante un Tribunal que sea designado oportunamente. Esto es lo que puedo certificar por ser justo y legal.



**PhD. Albert Arnavat**

**Director**

## **DEDICATORIA**

A Dios.

Con toda la gratitud y el amor del mundo a mí esposo Víctor Hugo Quimbiamba, por todo su apoyo, a mis hijos: Mauricio, Emilia y Víctor por respaldarme, ser mi motivación y confiar en mí. Gracias ustedes son mi inspiración y el motor de mi vida.

A todos y cada uno de mis docentes a lo largo de mi vida estudiantil quienes me han enseñado con paciencia y dedicación todas las herramientas necesarias para desempeñarme en el día a día.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Técnica del Norte, especialmente a mis docentes de la carrera de Diseño y Publicidad, por proporcionarme todos los conocimientos académicos necesarios para adquirir experiencia y profesionalismo en la rama del diseño y la publicidad y ponerlos al servicio de la sociedad.

De forma especial a mi tutor de trabajo de grado, PhD. Albert Arnavat, por su guía y colaboración en la realización del presente trabajo.

# INDICE

## Contenido:

<b>CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR.....</b>	<b>I</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>II</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>III</b>
<b>INDICE .....</b>	<b>IV</b>
<b>INDICE DE TABLAS.....</b>	<b>VIII</b>
<b>INDICE DE IMÁGENES.....</b>	<b>IX</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>XI</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>XII</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>XIII</b>
<b>CAPITULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>1. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. CONCEPTUALIZACIÓN DEL CONTENIDO .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2.1. Medios de Comunicación.....</b>	<b>2</b>
<b>1.2.2. Elementos de la Comunicación .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2.3. Medios Impresos .....</b>	<b>3</b>
<b>1.2.4. Diseño Editorial.....</b>	<b>4</b>
<b>1.2.4.1. Objetivo Del Diseño Editorial. ....</b>	<b>5</b>
<b>1.2.4.2. Funciones Del Diseño Editorial.....</b>	<b>5</b>
<b>1.2.5. El Diseño Editorial Como Parte Del Lenguaje Visual.....</b>	<b>6</b>
<b>1.2.6. Lenguaje Visual.....</b>	<b>6</b>
<b>1.2.7. Elementos del Lenguaje Visual.....</b>	<b>6</b>
<b>1.2.7.1. Texto.....</b>	<b>6</b>
<b>1.2.7.2. Tipografía. ....</b>	<b>8</b>
<b>1.2.7.2.1. Tamaño de las letras.....</b>	<b>9</b>
<b>1.2.7.2.2. Partes de las letras. ....</b>	<b>11</b>
<b>1.2.7.2.3. Fuentes tipográficas.....</b>	<b>12</b>
<b>1.2.7.2.4. Estilo de fuente.....</b>	<b>14</b>
<b>1.2.7.3. Color.....</b>	<b>15</b>

1.2.7.3.1. <i>Propiedades del color</i> .....	17
1.2.7.3.2. <i>Elementos del color</i> .....	19
1.2.7.3.3. <i>Asociación emocional y publicitaria del color</i> .....	20
<b>1.2.7.3. Imagen</b> .....	21
1.2.7.3.1. <i>Reglas de la imagen</i> .....	22
<b>1.2.8. Partes Del Lenguaje Visual</b> .....	29
<b>1.2.9. Composición Del Diseño</b> .....	29
<b>1.2.9.1. Principios de la composición</b> .....	30
1.2.9.1.1. <i>Forma y espacio</i> .....	30
1.2.9.1.2. <i>Simetría y Asimetría</i> .....	30
<b>1.2.10. Maquetación o Diagramación</b> .....	30
<b>1.2.10.1. El briefing o especificaciones</b> .....	31
<b>1.2.10.2. Factores prácticos</b> .....	31
1.2.10.2.1. <i>Estilo de Maquetación o Diagramación</i> .....	31
1.2.10.2.2. <i>Selección del formato</i> .....	34
1.2.10.2.3. <i>Número de Páginas</i> .....	35
1.2.10.2.4. <i>Selección del papel</i> .....	35
<b>1.2.10.3. La retícula</b> .....	36
<b>1.2.10.4. Principios de la maquetación</b> .....	38
1.2.10.4.1. <i>Ritmo y Contraste</i> .....	38
1.2.10.4.2. <i>Tamaño y Formato</i> .....	38
<b>1.2.10.5. Impresión</b> .....	39
<b>1.2.10.6. Recursos del Diseño Editorial</b> .....	39
<b>1.2.10.7. Actores del Diseño Editorial</b> .....	40
<b>1.2.11. Revista</b> .....	41
<b>1.2.12. Composición De Una Revista</b> .....	42
1.2.12.1. <b>Portada</b> .....	42
1.2.12.2. <b>Contraportada</b> .....	44
1.2.12.3. <b>Lomo</b> .....	44
1.2.12.4. <b>Páginas editoriales (Desarrollo de los temas)</b> .....	45
1.2.12.5. <b>Secciones de la revista</b> .....	46
<b>1.2.13. Elementos De La Publicación</b> .....	47
<b>1.2.14. Unidad Educativa</b> .....	50

1.2.15. Comunicación Institucional .....	51
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>52</b>
<b>2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>52</b>
<b>2.1. TIPOS Y NIVELES DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>52</b>
2.1.1. De Campo. ....	52
2.1.2. Cualitativa. ....	52
2.1.3. Descriptiva. ....	52
2.1.4. Cuantitativa. ....	52
2.1.5. Proyecto Factible. ....	53
<b>2.2. METODOS DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>53</b>
2.2.1. Inductivo-Deductivo.....	53
2.2.2. Recolección de Información. ....	53
2.2.3. Observación. ....	53
2.2.4. Estadístico. ....	53
<b>2.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....</b>	<b>54</b>
2.3.1. Cuestionario Estructurado.....	54
2.3.2 Recolección de Ejemplares (revistas escolares).....	54
<b>2.4. POBLACIÓN .....</b>	<b>55</b>
<b>2.5 MUESTRA.....</b>	<b>55</b>
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>56</b>
<b>3. Análisis e interpretación de resultados de la encuesta aplicada a los directivos o delegados de las Unidades Educativas del Norte de Quito pertenecientes al Distrito de Educación N. 5.....</b>	<b>56</b>
<b>3.1. Desarrollo del cuestionario.....</b>	<b>56</b>
3.1.1. ¿Tiene la institución un plan de comunicación?.....	56
3.1.2. ¿Qué canales de comunicación utiliza la Institución para llegar a los actores de la educación? .....	57
3.1.3. ¿Qué periodicidad tiene esa herramienta? .....	58
3.1.4. ¿En esta Unidad Educativa se elabora algún tipo de material impreso como periódicos o revistas escolares? .....	59
3.1.5. ¿Quién es el responsable de la planificación de contenidos?.....	60
3.1.6. ¿Quién es el responsable de la redacción de contenidos? .....	61
3.1.7. ¿Las piezas gráficas como imágenes y fotografías son planificadas y realizadas de acuerdo al tema? .....	61
3.1.8 ¿Quién es el responsable de realizar la parte fotográfica? .....	62

3.1.9. ¿Quién es el responsable de la edición de la información?.....	63
3.1.10. ¿Quién es el responsable de la aprobación de la publicación?.....	63
3.1.11. ¿Qué periodicidad tiene cada publicación?.....	64
3.1.12. ¿Se incluye publicidad dentro del contenido de la revista escolar?.....	65
3.1.13. ¿Cómo se financian?.....	66
3.1.14. ¿La institución ha realizado la evaluación de la publicación?.....	66
3.1.15. ¿La publicación tiene versión electrónica?.....	67
3.2. Observaciones Generales:.....	67
3.3. Conclusión General:.....	77
3.4. Recomendaciones:.....	78
<b>CAPITULO IV</b> .....	80
<b>4. PROPUESTA</b> .....	80
4.1. Artículo Científico.....	80
4.2. Tema:.....	80
"ACTUALIDAD DEL DISEÑO EDITORIAL EN REVISTAS INSTITUCIONALES EDUCATIVAS DEL NORTE DE QUITO".....	80
4.3. Justificación:.....	80
4.4. Importancia.....	80
4.5. Objetivo General:.....	81
4.6. Objetivos Específicos:.....	81
4.7. Motivación De La Publicación.....	81
4.8. Medio De Publicación Del Artículo.....	81
4.9. Características Del Artículo.....	82
4.10. BIBLIOGRAFÍA.....	83
<b>ARTICULO CIENTÍFICO</b> .....	86
ACTUALIDAD DEL DISEÑO EDITORIAL EN REVISTAS INSTITUCIONALES EDUCATIVAS DEL NORTE DE QUITO.....	86
<b>RESUMEN</b> .....	86
<b>ABSTRACT</b> .....	87
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	88
<b>CONCEPTUALIZACION DEL CONTENIDO</b> .....	89
Diseño Editorial.....	89
Tipografía.....	92
Color.....	93

Imagen .....	93
<b>METODOLOGÍA</b> .....	96
<b>RESULTADOS</b> .....	97
<b>CONCLUSIONES</b> .....	107
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	108
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	109

## INDICE DE TABLAS

TABLA 1: CARACTERÍSTICAS DE LOS PRINCIPALES MEDIOS EDITORIALES .....	4
TABLA 2: SISTEMA DE MEDIDA DEL TIPO .....	10
TABLA 3: ASOCIACIÓN EMOCIONAL Y PUBLICITARIA DEL COLOR.....	21
TABLA 4: PORCENTAJE DE UNIDADES EDUCATIVAS QUE TIENEN UN PLAN DE COMUNICACIÓN .....	56
TABLA 5: CANALES DE COMUNICACIÓN MÁS UTILIZADOS POR LAS UNIDADES EDUCATIVAS .....	57
TABLA 6: PERIODICIDAD DEL PLAN DE COMUNICACIÓN.....	58
TABLA 7: CAUSAS DEL POR QUÉ LAS UNIDADES EDUCATIVAS NO REALIZAN REVISTAS ESCOLARES.....	59
TABLA 8: RESPONSABLE DE LA PLANIFICACIÓN DE CONTENIDOS DE LAS REVISTAS ESCOLARES.....	60
TABLA 9: RESPONSABLE DE LA REDACCIÓN DE CONTENIDOS DE LAS REVISTAS ESCOLARES.....	61
TABLA 10: PLANIFICACIÓN DE IMÁGENES Y FOTOGRAFÍAS .....	61
TABLA 11: REALIZACIÓN DE IMÁGENES Y FOTOGRAFÍAS .....	62
TABLA 12: EDICIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	63
TABLA 13: RESPONSABLE DE LA APROBACIÓN DE CONTENIDOS .....	64
TABLA 14: PERIODICIDAD DE LA PUBLICACIÓN DE LAS REVISTAS ESCOLARES.....	64
TABLA 15: USO DE PUBLICIDAD EN REVISTAS ESCOLARES .....	65
TABLA 16: FINANCIAMIENTO DE LAS REVISTAS ESCOLARES.....	66
TABLA 17: EVALUACIÓN DE LA PUBLICACIÓN.....	66
TABLA 18: PUBLICACIÓN CON VERSIÓN ELECTRÓNICA .....	67
TABLA 19: ANÁLISIS DE PORTADAS ESCOLARES.....	70

## INDICE DE IMÁGENES

IMAGEN 1: TEXTO ESTILO NORMAL .....	7
IMAGEN 2: ESTILO DE TEXTO CON IMÁGENES Y TEXTO CON FORMAS.....	8
IMAGEN 3: TAMAÑO DEL TIPO .....	9
IMAGEN 4: PARTES DE LA LETRA .....	11
IMAGEN 5: CIRCULO CROMÁTICO .....	16
IMAGEN 6: LEGIBILIDAD DEL COLOR.....	18
IMAGEN 7: ARMONÍA DEL COLOR .....	18
IMAGEN 8: CONTRASTE DEL COLOR.....	19
IMAGEN 9: TONO DEL COLOR .....	19
IMAGEN 10: LUMINOSIDAD DEL COLOR .....	20
IMAGEN 11: SATURACIÓN DEL COLOR .....	20
IMAGEN 12: RELLENA EL ENCUADRE.....	22
IMAGEN 13: BUSCA EL CENTRO DE INTERÉS.....	23
IMAGEN 14: REGLA DE LOS TERCIOS.....	23
IMAGEN 15: APÓYATE EN LAS LÍNEAS.....	24
IMAGEN 16: TRABAJA EL FLUJO.....	24
IMAGEN 17: ELEMENTOS REPETIDOS .....	25
IMAGEN 18: REGLA FOTOGRÁFICA UTILIZA EL COLOR .....	25
IMAGEN 19: GRUPO DE TRES O USO DE IMPARES .....	26
IMAGEN 20: ESPACIO NEGATIVO .....	26
IMAGEN 21: BUSCA LA MIRADA.....	27
IMAGEN 22: TRABAJA LAS TRES DIMENSIONES .....	27
IMAGEN 23: ENMARCADO NATURAL.....	28
IMAGEN 24: CURVA DE “S” .....	28
IMAGEN 25: SIMETRÍA.....	32
IMAGEN 26: ASIMETRÍA.....	33
IMAGEN 27: ESTILO LIBRE .....	33
IMAGEN 28: TAMAÑO DEL PAPEL.....	34
IMAGEN 29: SISTEMA DE RETÍCULAS .....	37
IMAGEN 30: PARTES DE LA PORTADA (PORTADA REVISTA VISTAZO, JUNIO 2019) .....	43
IMAGEN 31: TIPOS DE CONTRAPORTADAS.....	44

IMAGEN 32: LOMOS DE LIBROS Y REVISTAS .....	45
IMAGEN 33: PÁGINAS EDITORIALES .....	45
IMAGEN 34: ELEMENTOS DE LA PUBLICACIÓN .....	49
IMAGEN 35: ELEMENTOS DE LA PUBLICACIÓN .....	50
IMAGEN 36: PORCENTAJE DE UNIDADES EDUCATIVAS QUE TIENEN UN PLAN DE COMUNICACIÓN .....	56
IMAGEN 37: PORCENTAJE DE UNIDADES EDUCATIVAS QUE REALIZAN REVISTAS ESCOLARES.....	59
IMAGEN 38: ELEMENTOS DEL DISEÑO EDITORIAL. ....	72
IMAGEN 39: EJEMPLO DE LA APLICACIÓN DE LA TIPOGRAFÍA EN EL CONTENIDO EDITORIAL .....	72
IMAGEN 40: EJEMPLO DEL USO DEL COLOR EN LA COMPOSICIÓN .....	73
IMAGEN 41: EJEMPLOS DE IMÁGENES INCLUIDAS EN EL CONTENIDO .....	73
IMAGEN 42: EJEMPLO DE COMPOSICIÓN DEL CONTENIDO .....	74
IMAGEN 43: EJEMPLO DE COMPOSICIÓN DEL CONTENIDO .....	74
IMAGEN 44: EJEMPLO DE COMPOSICIÓN DEL CONTENIDO .....	75

## RESUMEN

El presente trabajo tiene el objetivo de mostrar la importancia y funcionabilidad del diseño editorial aplicado como herramienta de comunicación institucional en las revistas escolares de las Unidades Educativas Particulares de Quito pertenecientes al Distrito de Educación Nro. 5, mediante un análisis descriptivo que nos permita conocer cómo están siendo aplicadas actualmente las técnicas del diseño editorial en las revistas escolares; y un estudio cuantitativo, que nos brinde el porcentaje de unidades educativas que aún utilizan revistas escolares como medio de comunicación institucional. Se determinará la importancia, funciones y principales características del diseño editorial y de sus principales herramientas como son: tipografía, color, imagen y composición y como estas influyen en la comprensión del contenido editorial. Además, se detallará la situación actual de las revistas escolares y las innovaciones del diseño editorial para adaptarse a las nuevas formas de comunicación institucional. La presente investigación tiene la finalidad de proporcionar a la comunidad un artículo referente al diseño editorial que sirva como guía de estudio para su correcta aplicación.

**Palabras Clave:** DISEÑO EDITORIAL, REVISTAS ESCOLARES, COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, COMPOSICIÓN VISUAL, MEDIOS DIGITALES.

## ABSTRACT

### ABSTRACT

This degree work has the objective of showing the importance and functionality of the editorial design applied as an institutional communication tool in the school magazines of the Individual Educational Units of Quito in the Education District No. 5, through a descriptive analysis to know how editorial design techniques are currently applied in school magazines; and a quantitative study, which gives us the percentage of educational units that still use school magazines as a means of communication. The importance, functions and main characteristics of editorial design and its main tools such as: typography, color, image and composition and their influence the understanding of editorial content will be determined. In addition, the current situation of school magazines and the innovations of editorial design will be detailed in order to adapt new forms of institutional communication. The purpose of this research is to provide the community with a research paper about editorial design as a study guide for its correct application.

**Keywords:** EDITORIAL DESIGN, SCHOOL MAGAZINES, INSTITUTIONAL COMMUNICATION, VISUAL COMPOSITION, DIGITAL MEDIA.

Victor De la Cruz  
R2



## INTRODUCCIÓN

El diseño editorial es la parte de la comunicación visual que transforma la información y la vuelve atractiva para el lector. Anteriormente era común, especialmente en escuelas y colegios privados ver a sus estudiantes y representantes disfrutar el contenido de las revistas escolares entregadas por su institución educativa, estas se elaboraban con la finalidad de informar las actividades relevantes y logros alcanzados por parte de la institución durante el periodo lectivo.

Este material impreso era elaborado y diseñado por los famosos clubs de periodismo que existían en cada institución dirigidos por las áreas de lengua y literatura y el área de ciencias sociales como actividad extracurricular. El nuevo modelo de educación, de cierta manera, ha limitado estas actividades escolares, sin embargo, existen instituciones donde aún se realizan y en esta investigación queremos conocer el porcentaje de las mismas, su organización para la realización de este material y las nuevas tendencias de comunicación institucional educativa.

Dentro de la organización para la realización de las revistas escolares, deseamos conocer qué herramientas se están aplicando y como se están aplicando de acuerdo a las normas básicas del diseño editorial.

El diseño editorial es una rama del diseño gráfico especializado en la elaboración, estructuración y diseño de toda clase de textos como: revistas, folletos, libros, enciclopedias, diarios, etc., cuya finalidad es la reproducción del contenido ya sea impreso o digital.

El diseño editorial es una herramienta importante de la comunicación escrita, ya sea esta impresa o digital, debido a que le proporciona modo y tono a la información facilitando su comprensión, pues todos sus componentes como: tipografía, color, imagen, distribución del espacio, etc., dotan de personalidad al contenido, por lo cual es importante conocer su correcta aplicación.

Algunas de las ventajas del diseño editorial son: genera impacto visual, atrae la atención del lector, fácil recordación de la información, y, este aplicado a medios escritos impresos se vuelve permanente. La palabra editorial se refiere al diseño aplicado al contenido del material que va a ser reproducido.

Actualmente las instituciones educativas del norte de Quito, pertenecientes al Distrito de Educación Nro. 5, usan diversos canales de comunicación institucional. En esta investigación deseamos conocer ¿Cuál es el porcentaje de unidades educativas que aún emplean medios de comunicación impresos especialmente revistas escolares? ¿Cómo se están aplicando las herramientas del diseño editorial en las mismas? ¿Cuál es la realidad de las revistas escolares como medio de comunicación institucional? y detallar la aplicabilidad del diseño editorial en las nuevas tendencias de comunicación institucional.

Esta investigación está enfocada en instituciones educativas particulares que actualmente cuentan con educación básica general y bachillerato, lo que nos indica que el público objetivo de las revistas escolares oscila entre 6 y 18 años que corresponde a la denominada generación Z, personas nacidas a partir del año 2000, cuya principal característica es su constante interacción con medios electrónicos y digitales demandando información inmediata.

Sin embargo, el diseño editorial está más vigente que nunca tanto en medios impresos como en digitales y lo podemos evidenciar en el número de ejemplares en circulación de una de las primeras y más influyentes revistas del país como es la revista Vistazo con 1.249 publicaciones y 21.000 ejemplares distribuidos mes a mes con su respectiva versión digital como se puede constatar en la edición del 5 de septiembre de 2019.

Los medios impresos escolares son un canal de comunicación que busca integrar a la comunidad educativa de una forma más tradicional, pero no menos importante, que los canales de comunicación actual. Gracias al internet y a la globalización de la información es más sencillo conocer los programas de edición y aprender a manejarlos de forma empírica para obtener un buen producto.

## **OBJETIVO PRINCIPAL**

Analizar el diseño editorial en revistas de las Unidades Educativas Particulares de Quito pertenecientes al Distrito de Educación Nro. 5, periodo 2017-2018.

## **OBJETIVOS SECUNDARIOS**

- a) Realizar un estudio sobre el uso del diseño editorial aplicado en revistas escolares en las Unidades Educativas Particulares del Norte de Quito.
- b) Describir las características principales de forma general del diseño editorial aplicado en las revistas escolares de las Unidades Educativas Particulares del Norte de Quito.
- c) Determinar la importancia de la correcta aplicación del diseño editorial en los medios impresos de las Unidades Educativas Particulares del Norte de Quito.

## CAPITULO I

### 1. MARCO TEÓRICO

#### 1.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

El desarrollo tecnológico ha facilitado las comunicaciones y la producción de medios de comunicación como varias aplicaciones disponibles para dispositivos móviles que brindan inmediatez y eficiencia a la comunicación, esto nos ayuda a estar más informados e incluso adquirir conocimientos de una forma más directa, pero como afecta o beneficia las nuevas tecnologías a los medios impresos especialmente a aquellos que están elaborados para un público tan específico como son las revistas escolares que generalmente se elaboran una vez al año y tienen un número muy limitado de reproducciones impresas y visitas en medios digitales.

La presente investigación surge de la necesidad de conocer si en la actualidad las instituciones educativas aún elaboran revistas escolares ya sea impresas o digitales como medio de comunicación institucional y si lo realizan deseamos conocer como está siendo aplicado el diseño editorial que es una herramienta fundamental al momento de crear material editorial, varios autores a lo largo del tiempo han creado teorías, reglas y propuestas que aporten al conocimiento del diseñador y este supere las prácticas empíricas. Es importante tener conocimiento de los fundamentos básicos del diseño para terminar con la idea de que el diseño se basa en el buen gusto pues este requiere de disciplina, creatividad y comprensión de los elementos como: tipografía, color, imagen y composición para obtener como resultado una pieza comunicacional que efectivamente transmita un mensaje (Ghinaglia, 2007).

Por lo tanto, es importante detallar todos los principios que permitan aplicar efectivamente el diseño editorial que nos brinde como resultado una pieza funcional, conceptual y atractiva para el lector. Además, en este proyecto deseamos determinar de forma indirecta las nuevas tendencias de comunicación institucional y si de alguna forma el diseño editorial se adapta a estas.

## 1.2. CONCEPTUALIZACIÓN DEL CONTENIDO

### 1.2.1. Medios de Comunicación

Según Erausquin (2004, p. 22), “Los medios de comunicación también llamados canales o mass media son aquellas empresas públicas o privadas, cuyo cometido es emitir información de actualidad desde los soportes físicos o técnicos que la moderna tecnología ha hecho posible”. Esta definición es complementada por la de Banrepcultural (2017) que dice:

Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, para millones de personas, como es el caso de la televisión o los diarios impresos o digitales, y otras, para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o institucionales.

Gracias al internet, recursos como: las redes sociales, blogs, páginas web, revistas digitales, etc., son considerados medios de comunicación masivos formales e informales.

### 1.2.2. Elementos de la Comunicación

Erausquin (2004, pp. 22-23), en su libro determina los siguientes elementos de la comunicación:

- a) **Fuente.** - Agente, personal o empresarial, que concibe los mensajes, los codifica y los pone en circulación con recursos propios o ajenos.
- b) **Transmisor.** - Conjunto de elementos técnicos de codificación de los mensajes, integrado por lenguajes, recursos humanos y materiales y soportes.

- c) **Canal.** - Vehículo, sencillo o complejo, que permite o facilita la circulación de los mensajes con o sin soporte palpable.
- d) **Receptor.** - Conjunto de elementos técnicos de descodificación de los mensajes, integrado por lenguajes y recursos humanos y materiales.
- e) **Destinatario.** - Agente, personal o empresarial, que recibe los mensajes y los interpreta con recursos propios o ajenos.
- f) **Medio.** - Sistema en el que se integran los anteriores elementos en un proceso de relación propio o diferenciado.

### 1.2.3. Medios Impresos

De acuerdo con Erausquin (2004, p. 24), los medios impresos se refieren a la letra impresa en papel, su difusión se la hace por medio de un soporte físico, como: “Las revistas, los periódicos, los magazines, los folletos y, en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar” (banrepcultural, 2017). Actualmente la mayoría de medios impresos tienen una versión digital, es decir, el diseño editorial adaptado a medios digitales.

Ghinaglia (2007, p. 3) describe en el siguiente cuadro las características de los principales medios editoriales.

<b>MEDIOS EDITORIALES</b>	<b>CONTENIDO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>SOPORTE</b>	<b>TIPO DE IMPRESIÓN</b>
<b>LIBROS</b>	Contenido abundante y detallado de todo tipo de información, no perecedera, puede ser leído varias veces.	Se reproduce por ediciones, por lo que su frecuencia es baja.	Generalmente papel con pasta dura, actualmente varios libros cuentan con versión digital.	Impresión a blanco y negro, full color o la combinación de las dos.
<b>PERIÓDICOS</b>	Contenido concreto, hace referencia a información inmediata que deja de ser relevante o de interés con rapidez, no es leído más de dos veces, perecible.	Es un medio de alta frecuencia, esta puede ser diaria o semanal.	Generalmente papel de material reciclado debido al número de ejemplares producidos, la mayoría de periódicos cuentan con versión digital.	Combina la impresión a color con la impresión blanco y negro ocupando esta un mayor porcentaje.
<b>REVISTAS</b>	Contenido concreto hace referencia a información de actualidad y temas específicos, deja de ser importante con rapidez, no es leído más de dos veces, menos perecible que los periódicos.	Alta frecuencia, esta va desde semanal, mensual, semestral o anual.	Soporte variable dependiendo del tipo de publicación, papel reciclado, bond o couché, de igual forma la mayoría de revistas cuentan con versión digital.	Depende del efecto que se quiera producir en el lector y el tipo de publicación en su gran mayoría son impresas a full color.

Tabla 1: *Características de los principales medios editoriales*  
Elaborado por: *Ghinaglia (2007)*

#### **1.2.4. Diseño Editorial**

El diseño editorial como explica Zapaterro (2009, p. 6) es una forma de periodismo visual que puede entretener, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones. Generalmente, consiste en la combinación de texto e imágenes o cada cual por separado para dar personalidad a la información. Este brinda principalmente funcionalidad y armonía a la información para su mejor comprensión y está presente tanto en medios impresos como digitales.

Ghinaglia (2007, p.1) concuerda con Zapatterra y afirma:

El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción. Los profesionales dedicados al diseño editorial buscan por sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación, que permita expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético y que impulse comercialmente a la publicación.

#### **1.2.4.1. Objetivo Del Diseño Editorial.**

Zapatterra (2009, p. 6) plantea que el objetivo del diseño editorial es comunicar o transmitir: ideas, conceptos, pensamientos, criterios, narraciones, etc., mediante la organización y presentación de imágenes y el cuerpo textual, cada elemento cumple una función diferente con el fin de apoyar la información de cada artículo. El diseño editorial transforma la información en contenido visual para medios impresos o digitales.

#### **1.2.4.2. Funciones Del Diseño Editorial.**

De acuerdo con Zapatterra (2009, p. 6) las funciones del diseño editorial son:

- a) Dotar de expresión y personalidad al contenido.
- b) Atraer y retener la atención de los lectores.
- c) Estructurar el material gráfico y textual de forma comprensible.

Estas funciones trabajan de manera cohesionada para lograr un producto final agradable, útil o informativo o una combinación de las tres cualidades.

### **1.2.5. El Diseño Editorial Como Parte Del Lenguaje Visual**

El deseo de toda publicación impresa o digital es generar impacto visual, de aquí nace la importancia de la correcta aplicación del diseño editorial que está directamente relacionada con el lenguaje visual. De acuerdo con: Dabner, Stewart y Zempol (2015) “El éxito de la comunicación visual depende de la capacidad de llegar al público al que está destinada y de provocar la reacción deseada” (p.20). Pues, el diseñador influye en el mensaje mediante el desarrollo de imágenes capaces de convencer, impactar, entretener y provocar con intención. El diseño editorial desarrolla un lenguaje visual sólido y claro para que el lector consuma algo que le guste ver.

### **1.2.6. Lenguaje Visual**

Dabner et al. (2015, p. 32) afirman que una buena composición es un elemento esencial de toda forma artística, ya sea gráfica o de cualquier otra índole, y debe considerarse el fundamento de la comunicación visual. Los elementos de una página impresa o web deben guiarse siempre por el espaciado, la organización visual y el estilo, así como el formato y el trabajo acabado.

### **1.2.7. Elementos del Lenguaje Visual**

Dabner et al. (2015, p. 32) dice que los proyectos de diseño utilizan texto e imágenes que actúan en conjunto y deben establecer jerarquía visual que dirija la vista del observador a través de una secuencia visual deliberada apoyada por la tipografía y el color.

#### **1.2.7.1. Texto.**

Es la parte escrita o textual de un artículo, que generalmente explica o describe el tema del título. Este obviamente está relacionado con la tipografía y para brindar mejor legibilidad y claridad se debe tomar en cuenta factores como: el alineado, el tipo, el tamaño, el color y el número de caracteres por línea (Dabner et al., 2015, p. 76) nos dice: el texto justificado no necesariamente

resulta más fácil de seguir que el alineado a la izquierda, la alineación a la derecha obliga al lector a buscar el inicio de cada línea lo que resulta incómodo. La tipografía de palo seco es la más adecuada para letras en negativo de negro o de color. Es fundamental seleccionar adecuadamente el tipo, el tamaño y el color que vaya acorde a cada parte del texto como: títulos, subtítulos, cuerpo de texto, etc. Además, se debe tomar en cuenta que el número de caracteres apropiados por línea esta entre sesenta y setenta y dos caracteres que es la proporción óptima para una buena legibilidad junto con la selección adecuada del interlineado que facilite distinguir cada línea del texto. El texto dentro de una composición editorial puede tener varios estilos:

**Texto normal.** - está justificado y alineado simétricamente en una o varias columnas de acuerdo al criterio del editor.



Imagen 1: Texto estilo normal  
Elaborado por: *Revista Intisana (2018) versión digital*

- **Texto con imágenes.** - el texto se adapta al contorno de las imágenes.
- **Texto con formas.** - el texto se adapta a la forma que el editor le quiera dar.

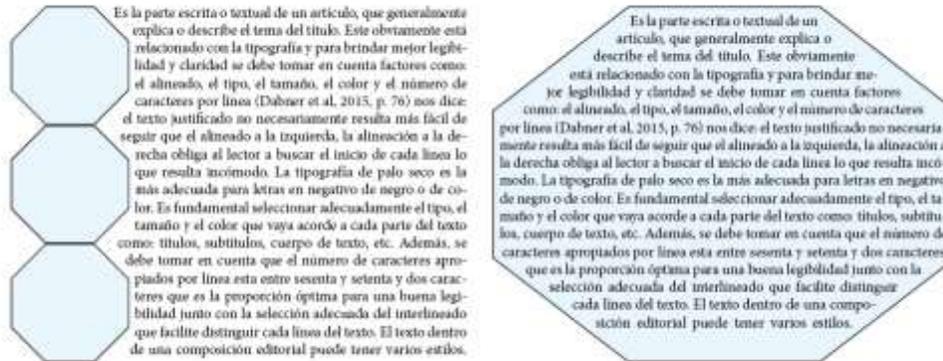


Imagen 2: *Estilo de texto con imágenes y texto con formas*

Elaborado por: *Susana Cardona*

### 1.2.7.2. Tipografía.

Emil Ruder (s/f) “La tipografía está sometida a una finalidad precisa: comunicar información por medio de la letra impresa. Ningún otro argumento o consideración puede librarla de este deber. La obra impresa que no puede leerse se convierte en un producto sin sentido”.

De acuerdo con: Cheng (2006, p. 7) La tipografía es la manifestación visual del lenguaje hablado. Su papel es decisivo a la hora de convertir los caracteres individuales en palabras y las palabras en mensajes. De igual manera Gordon (2009, p. 6) dice: “Al igual que un escritor se esfuerza por hallar las palabras idóneas para transmitir un sentimiento, el diseñador gráfico busca los tipos que se adapten, apoyen, amplifiquen o refuercen las palabras que forman un cuerpo de texto o cualquier otra composición tipográfica”. Rara vez tendremos la posibilidad de escoger una fuente tipográfica por puro criterio estético, sin tener en cuenta su utilidad, conveniencia y mezcla de emoción.

La tipografía se deriva del latín tipos molde, graphos escribir o grabar y el sufijo ia cualidad o acción. Por lo que podemos decir que la tipografía es el arte de crear o seleccionar una fuente de acuerdo al diseño, apariencia y dimensión para proporcionar personalidad y emoción al texto. La tipografía está directamente relacionada con letras, números y símbolos para ser utilizados en soportes impresos y digitales. La tipografía transmite sensaciones gracias al efecto psicológico que tiene e invita al lector a centrarse en el contenido. Adrián Frutiger (s/f) recalca la importancia de la tipografía en la diagramación con la siguiente frase: “La forma deseada consciente o inconscientemente por el lector es la tipográficamente perfecta”.

### 1.2.7.2.1. *Tamaño de las letras.*

Müller (1982, pp. 17-18) explica que tanto en el sistema europeo llamado Didot gracias al fundidor de tipos de imprenta que mejoró el sistema de puntuación anglo-americano, utilizan el punto (pt) como unidad de medida, en Europa se llama **cícero** y en América **pica**. Tanto el cícero como la pica equivalen a **12 pts**. **Una pica** no equivale a **un cícero** debido a que los puntos tipográficos anglosajones son ligeramente más pequeños que los continentales. La más reciente medida tipográfica promovida por **PostScript** de **adobe**, que actualmente domina la industria de la impresión y las publicaciones de escritorio se denominada **DTP**.

En el siguiente gráfico Müller (1982, p. 18) nos da una idea bastante clara sobre el tamaño de los puntos, la unidad tipográfica de medida es el cícero y tiene 12 puntos, la unidad métrica de medida es el centímetro y tiene 10mm.

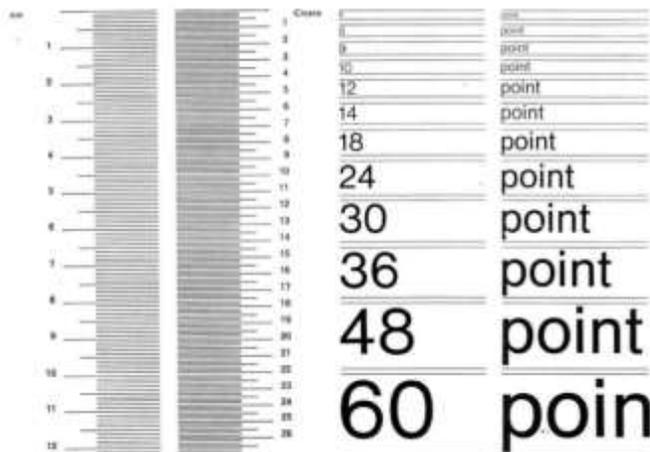


Imagen 3: *Tamaño del tipo*  
Elaborado por: Müller (1982)

Sistemas de medida del tipo Según Müller (1982)

<b>Sistema</b>	<b>Medidas</b>
<b>Sistema Didot</b>	1mm. = 2.66pt. 1pt. = 0.376mm. 1cícero = 4.51mm.
<b>Sistema Anglosajón</b>	1mm. = 2.84pt. 1pt. = 0.35mm. 1pica = 4.21mm
<b>Sistema PostScript</b>	1pt. = 352.8micras 12pts. = 1pica 1pica = 4.23mm.

Tabla 2: *Sistema de medida del tipo*

Elaborado por: *Susana Cardona*

El tamaño de tipo a utilizar va de acuerdo a su finalidad, De acuerdo con Dabner (2005, p.77) La elección del tamaño y la medida del tipo también dependen de la cantidad de texto, el número óptimo de caracteres por línea oscila entre sesenta y setenta y dos, es indispensable además tomar en cuenta el espacio entre caracteres y el interlineado para una correcta legibilidad. En revistas el tamaño de tipo óptimo para titulares va de 24 a 36 pts., subtítulos al menos 2pts. menos que el título, destacados de 14 a 18pts., pie de foto del mismo tamaño del texto, pero varía el estilo, texto generalmente de 10 a 11pts. depende de la altura del tipo y del público al que va dirigido para aumentar o disminuir el tamaño. Al elaborar un texto en los computadores, este nos ofrece la posibilidad de seleccionar el tamaño de fuente automáticamente entre 8 y 72 pts., y también, nos ofrece la opción de personalizar el tamaño de fuente al que mejor nos convenga. El ejemplo estado por defecto en selección tamaño de fuente de Word.

Ejemplo: Fuente Times New Roman:

abc abc abc abc abc abc abc abc

abc abc abc abc abc

Abc abc abc

#### 1.2.7.2.2. Partes de las letras.

Según Buen Unna (2008, p. 164) las letras están compuestas por distintas partes de acuerdo a su forma.

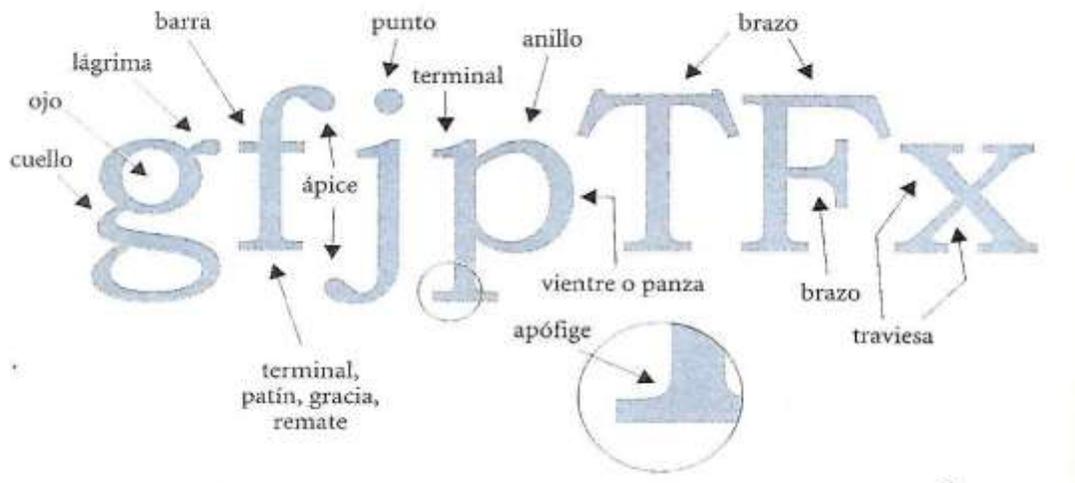


Imagen 4: Partes de la Letra  
Elaborado por: Unna (2008)

### 1.2.7.2.3. Fuentes tipográficas.

Según: Cheng (2006, p. 7) La forma de los tipos matiza, incluso altera, el propósito inicial de un mensaje. Actualmente existe una gran cantidad de tipos disponibles para diseñadores y público en general como resultado de la implantación de nuevas tecnologías, pero no podemos aplicar todas al mismo tiempo, lo más recomendado es usar 2 tipos de fuentes y combinar sus diversos estilos.

Maximilien Vox (1952) fue una de las grandes figuras de la tipografía francesa del siglo XX, clasificó los tipos en familias atendiendo sus rasgos característicos principales, y estas fueron adoptadas por la ATyP (Asociación Tipográfica Internacional) él clasificó los tipos según:

- a) Forma de ascendentes y descendentes
- b) Grosor del trazo
- c) Serifas
- d) Eje de inclinación

Clasificación de las fuentes según Maximilien Vox (1952):

**Tipografías Roman.** - Es el grupo más numeroso de las familias tipográficas, son las más usadas por su carácter descriptivo y matiz, son muy legibles sobre el papel y muestran pequeños detalles en su remate. Está familia se subdivide en: romanas, egipcias o mecanas e incisas.

Ejemplo: Fuente Book Antiqua

A B C D E 1 2 3 4 5 ! " \$ % &

**Tipografías Palo Seco.** - Representan la transición tipográfica, las romanas fueron dejando atrás los remates, estas tienen un carácter aséptico y funcional, buscando pasar desapercibidas en la lectura, son mayormente de tipo comercial. Se subdividen en: grotescas, humanistas, neogrotescas y geométricas.

Ejemplo: Fuente Helvética

A B C D E 1 2 3 4 5 ! “ \$ % &

**Tipografías de Escritura (Scrip).** - Son familias que imitan la escritura manual, son usadas para dar realce a títulos principales, especiales y firma del autor, Sus trazos especiales dificultan su legibilidad y se subdividen en: caligráficas, manuales y góticas

Ejemplo: Fuente Pacífico

A B C D E 1 2 3 4 5 ! “ \$ % &

**Tipografías de fantasía.** - estas familias proponen una reinterpretación del tipo fuera de toda norma, Estas fuentes se caracterizan por su atracción y exclusividad.

Ejemplo: Fuente Broadway

**A B C D E 1 2 3 4 5 ! “ \$ % &**

#### 1.2.7.2.4. *Estilo de fuente.*

Según Maximilien Vox (1952) son las variaciones que presentan las fuentes en el grosor y anchura de sus líneas sin afectar sus rasgos originales, ejemplo realizado a partir del cuadro de estilo de fuente de adobe indesign.

Ejemplo: Fuente Minion Pro

- **Bold Cond**

**A B C D E 1 2 3 4 5**

- **Bold Cond Italic**

***A B C D E 1 2 3 4 5***

- **Regular**

**A B C D E 1 2 3 4 5**

- **Italic**

***A B C D E 1 2 3 4 5***

- **Medium**

**A B C D E 1 2 3 4 5**

- **Medium Italic**

*A B C D E 1 2 3 4 5*

- Semibold

**A B C D E 1 2 3 4 5**

- Semibold Italic

***A B C D E 1 2 3 4 5***

- Bold

**A B C D E 1 2 3 4 5**

- Bold Italic

***A B C D E 1 2 3 4 5***

### 1.2.7.3. Color.

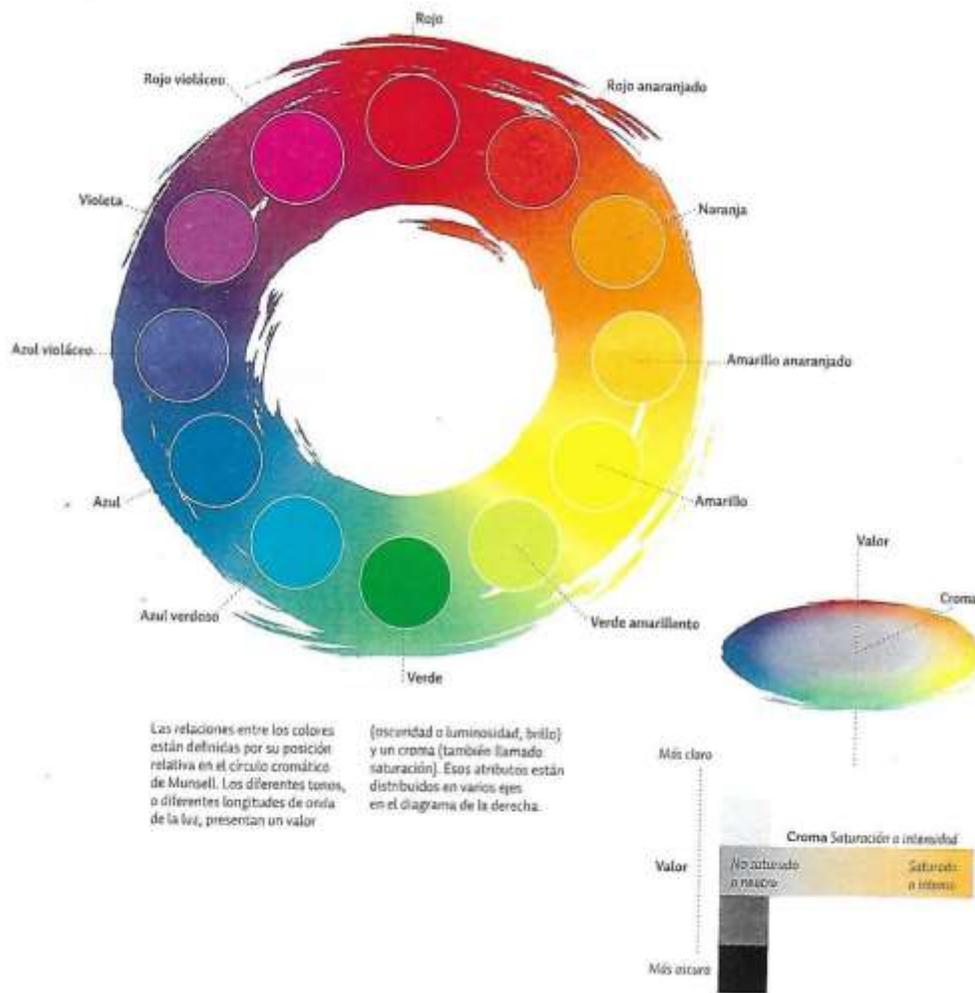


Imagen 5: *Círculo Cromático*  
Elaborado por: Samara (2008, p. 92)

Como afirma Dabner et al. (2015, p.96) “El color constituye una poderosa herramienta, sobre todo en el diseño de información, en que se emplea para ayudar al espectador a organizar los datos en diversas estructuras y facilitar la experiencia de la “lectura” de un diseño”.

Es fundamental que los diseñadores tengan un amplio conocimiento del color ya que es una de las herramientas más importantes del diseño. De acuerdo con: (Dabner et al., 2015)

El color posee un lenguaje único y complejo, así como la capacidad de cambiar de significado cuando se combina. Para elegir los colores que va a incorporar a su diseño, debe tener en cuenta elementos como el contraste y la armonía, y cómo pueden influir en la legibilidad de la tipografía. También puede establecer el tono de un diseño aplicando la psicología del color, pero debe asegurarse de que los colores que elija transmitan el mensaje correcto a nivel inconsciente y que resulten adecuados para el público al que su proyecto pretende llegar (p.88).

Actualmente la tecnología apoya la creatividad de los diseñadores disponiendo el uso y aplicación de una amplia gama de colores que ayudan a caracterizar al contenido de acuerdo a su naturaleza. De acuerdo con Dabner et al. (2015, p. 93) para diseñar material para imprimir se debe trabajar con el sistema CMYK (cian, magenta, yellow y key), que permite acercarse efectivamente a las selecciones reales que creamos en la pantalla al momento de la impresión. Si diseñamos para una pantalla se debe utilizar el sistema de color RGB (red, green y blue).

(Dabner et al, 2015, p. 93) dice: El color debe contribuir al contenido de un diseño y reforzarlo, además apoyar a las ideas a las que va a dar forma visual. Por tanto, es importante entender cómo funciona el color en contraste y armonía y como se relacionan con la legibilidad, asociaciones cromáticas e influyen en la función y percepción del diseño.

#### ***1.2.7.3.1. Propiedades del color.***

- ***Legibilidad del color.*** - Dabner et al. (2015, p. 93) Es la claridad con la que se puede leer un material y depende de: las condiciones de iluminación, selección de colores, colores y texturas de fondo sobre los que se imprimen los colores y tamaño y forma del tipo o la imagen empleados.

# Color

Imagen 6: *Legibilidad del color*  
Elaborado por: *Susana Cardona*

- **Armonía del color.** - Dabner et al. (2015, p. 93) equilibrio de dos o más colores que funcionan bien juntos.



Imagen 7: *Armonía del Color*  
Elaborado por: *Samara (2008, p. 93)*

- **Contraste del color.** - Dabner et al. (2015, p. 93) Diferenciación entre dos o más elementos de color de imagen. Por ejemplo, el contraste elevado se da entre el blanco y el negro, o entre el azul y el naranja, el contraste bajo se produce entre dos tonos similares.



Imagen 8: *Contraste del color*  
Elaborado por: *Susana Cardona*

### 1.2.7.3.2. Elementos del color.

El color consta de tres elementos básicos según: Dabner (2005, p. 26)

- **Tono.** - Es el nombre genérico del color. Un único tono tiene muchas variaciones de color puro, en una gradación que va desde claro a oscuro.

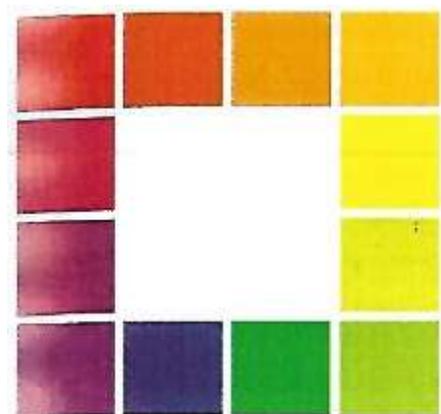


Imagen 9: *Tono del color*  
Elaborado por: *Dabner et al. (2015, p. 89)*

- **Luminosidad o gama tonal.** - Se expresa en porcentajes, de tal manera que el 10% será una versión muy pálida de un tono, y el 90%, casi todo su valor. Cuando un color se utiliza sin porcentaje tonal, se dice que es un color sólido.

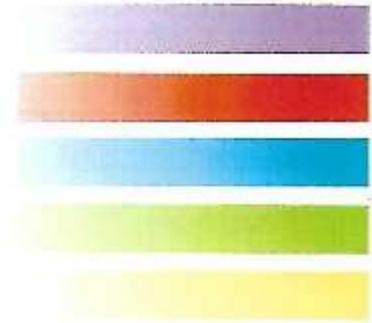


Imagen 10: *Luminosidad del color*  
Elaborado por: *Dabner et al. (2015, p. 89)*

- **Saturación croma o intensidad.** - La saturación de un tono va desde intensidad total a baja, o desde tono intenso a gris.

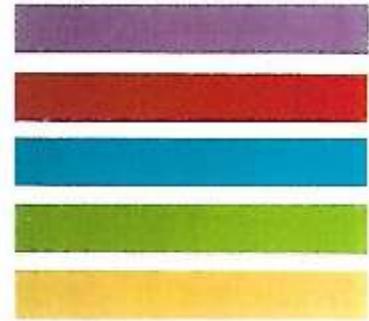


Imagen 11: *Saturación del Color*  
Elaborado por: *Dabner et al. (2015, p. 89)*

### 1.2.7.3.3. Asociación emocional y publicitaria del color.

De acuerdo con: (Dabner et al, 2015, p. 96) el diseño ha creado la teoría del color para generar impacto visual e influir directamente en las emociones y estado mental de las personas con el fin de atraer la atención del consumidor e insinuar ciertas características del producto o servicio. El color es subjetivo de acuerdo a quien vaya dirigido ya que se encuentra relacionado con el paisaje, arquitectura, expresiones culturales, tradiciones y vivencias personales con las que el individuo está identificado.

Las asociaciones más frecuentes para cada color de acuerdo con: Edwards (2016, p. 50) y Fierens (2012) en el sentido emocional y publicitario son:

<b>Color</b>	<b>Asociación Emocional</b>	<b>Asociación Publicitaria</b>
<b>Rojo</b>	pasión, fuerza, excitación, precaución	amor, pasión, sensualidad, energía
<b>Naranja</b>	calidez, cordialidad, espiritualidad, equilibrio	éxito, juventud, placer, deseo de acción
<b>Amarillo</b>	felicidad, diversión, alegría	seguridad, estabilidad, originalidad, inteligencia
<b>Verde</b>	naturaleza, armonía, fertilidad, exuberancia	estabilidad, resistencia, medio ambiente
<b>Azul</b>	estabilidad, lealtad, autoridad, frialdad	estabilidad, confianza, integridad, poder
<b>Morado</b>	romanticismo, misticismo, nobleza, lealtad	estabilidad, energía, poder, lujo
<b>Marrón</b>	conexión con la tierra, calidez, campo	estabilidad, cosecha, calidad
<b>Negro</b>	sofisticación, poder, modernidad, oscuridad, maldad	elegancia, formalidad, prestigio, seriedad
<b>Blanco</b>	pureza, inocencia, serenidad, paz	perfección, seguridad, pureza, limpieza

Tabla 3: *Asociación emocional y publicitaria del color*  
Elaborado por: *Susana Cardona*

### **1.2.7.3. Imagen.**

La imagen es la representación visual de un objeto real o imaginario, es la apariencia o percepción que le otorgamos a un objeto en forma, dimensión y color. Lejos de poseer un cuerpo, requiere de un medio para presentarse y representarse a sí misma. La producción de imagen es un hecho simbólico, colectivo y netamente material producto de la modernidad; el medio el cual la transporta le otorga una superficie con un significado y una forma perceptiva. la imagen es mucho más que una producción estereotipada y se clasifica en externas e internas. Las imágenes exteriores

son creadas por un soporte determinado, mientras las internas son procesadas por el propio aparato perceptivo (Korstanje, 2008).

La imagen es el elemento principal de cada composición ya que tiene el poder de contar una historia y darnos una idea del contenido textual. Según: (Dabner et al, 2015, p. 56) La **fotografía, ilustraciones** e incluso la **tipografía a modo de imagen** (o las tres juntas) es una importante consideración del diseño. La manera de planificar, editar e incorporar imágenes influye en el resultado.

### **1.2.7.3.1. Reglas de la imagen.**

Actualmente (Dabner et al, 2015, p. 56) afirma: Los límites entre la fotografía y la ilustración son cada vez más tenues debido al arte digital y las técnicas digitales permiten fundir las dos. Dentro de las tres categorías existen enfoques relativamente directos y otros no tan claros; por tanto, debe pensar como quiere que se entienda y se interprete su mensaje. Este es el motivo por el cual la imagen a usarse debe ser planificada y cumplir con ciertas reglas que generan mayor interés. Estas de acuerdo con: Rodríguez (2019) son:

- a) ***Rellena el encuadre.*** - Se refiere a ocupar la mayor área del espacio de la fotografía esto nos brindara un efecto de acercamiento a la imagen y nos mostrara detalles más definidos, para rellenar el encuadre debemos saber que objetos colocar, añadir o suprimir. El encuadre horizontal resalta espacio y el vertical resalta el centro de interés.



Imagen 12: *Rellena el encuadre*  
Elaborado por: *Revista SEK (2019) versión digital*

- b) **Buscar el centro de interés.** - Debemos identificar o seleccionar el centro de interés de nuestra fotografía y darle énfasis a la misma para que cuando la miren sea fácil entender lo que se está transmitiendo.



Imagen 13: *Busca el centro de interés*  
Elaborado por: *Revista SEK (2019) versión digital*

- c) **La regla de los tercios.** - Consiste en dividir el área de la fotografía en tres partes verticales y horizontales y ubicar el o los objetos de la composición en uno de los cuatro puntos de las intersecciones de las líneas.



Imagen 14: *Regla de los tercios*  
Elaborado por: *Revista SEK (2019) versión digital*

- d) *Apóyate en las líneas*. – Debemos buscar líneas horizontales o verticales donde apoyarnos para que la imagen sea lo más recta posible. Las líneas nos aportan formas y contornos y además nos ayuda a dirigir la mirada del espectador.



Imagen 15: *Apóyate en las líneas*  
Elaborado por: *Revista Intisana (2019) versión digital*

- e) *Trabaja el flujo*. – El flujo se basa en la dirección de las líneas, estas pueden ser horizontales, verticales, diagonales, convergentes o divergentes, su función es brindar la sensación de estática o movimiento a la imagen.



Imagen 16: *Trabaja el flujo*  
Elaborado por: *Revista SEK (2019) versión digital*

f) *Elementos repetidos*. - Cuando los elementos se repiten brindan sentido de relación.



Imagen 17: *Elementos repetidos*  
Elaborado por: *Revista Intisana (2019) versión digital*

g) *Utiliza el color*. - Los colores generan sensaciones, en fotografía se usan mucho los colores cálidos como: rojos, naranjas y amarillos y colores fríos como: azules, verdes y violetas. Además, es muy interesante usar contrastes de color para darle a la fotografía un toque de fantasía.



Imagen 18: *Regla fotográfica utiliza el color*  
Elaborado por: *Revista SEK (2019) versión digital*

- h) *Uso de impares o grupo de tres*. - Un elemento denota soledad, dos balance y monotonía, tres elementos generan centro de interés.



Imagen 19: *Grupo de tres o uso de impares*  
Elaborado por: *Revista Intisana (2019) versión digital*

- i) *Espacio negativo*. - Son los grandes espacios vacíos dentro de la fotografía, generalmente refleja contraste de color y el objeto casi siempre se ubica a un lado.



Imagen 20: *Espacio negativo*  
Elaborado por: *Jake Johnson/ licencia CC*

- j) **Busca la mirada.** - la fotografía debe hacerse en dirección de la parte frontal del objeto o sujeto de la fotografía.



Imagen 21: *Busca la mirada*  
Elaborado por: *Revista SEK (2019) versión digital*

- k) **Trabaja las tres dimensiones (frente, fondo y profundidad de campo).** - En el frente podemos definir mejor los detalles y de acuerdo a la apertura del diafragma conseguiremos mayor o menor nitidez en el fondo.



Imagen 22: *Trabaja las tres dimensiones*  
Elaborado por: *Revista SEK (2019) versión digital*

- l) **Enmarcado natural.** - Existen elementos como: puertas, puentes, arcos, ventanas, etc. Que podemos usar para enmarcar la fotografía.



Imagen 23: *Enmarcado natural*  
Elaborado por: *Revista SEK (2019) versión digital*

- m) **Las curvas en S.** - Generalmente las encontramos en carreteras, senderos, siluetas, etc., transmiten movimiento, las siluetas incluso brindan un aire de sensualidad. Las curvas en S suelen tener un impacto visual muy fuerte.



Imagen 24: *Curva de "S"*  
Elaborado por: *Revista SEK (2019) versión digital*

### **1.2.8. Partes Del Lenguaje Visual**

Dabner (2005, pp. 8-9) Explica que el lenguaje visual consta de tres partes fundamentales: forma, color y concepto.

- a) “La forma es la composición de los elementos fundamentales de un diseño. Es su aspecto externo - la forma, proporción, equilibrio y armonía de las partes que lo constituyen”.
- b) “El color desempeña un papel importante, ya que añade variedad, sensación y una dimensión espacial. Los colores seleccionados para un diseño no sólo provocan reacciones Psicológicas y emocionales, sino que además tienen que apoyar y realzar los aspectos formales”.
- c) “El término concepto indica la idea y pensamiento que hay detrás de un diseño. Los procesos de pensamiento que siguen los diseñadores cuando absorben y desarrollan el briefing o especificaciones de un cliente”.

Edwar de Bono ha escrito: “Cuando se logra una buena integración entre concepto, uso de forma y color se está en condiciones de lograr que el diseño cumpla con sus objetivos”.

### **1.2.9. Composición Del Diseño**

De acuerdo con Dabner et al. (2015, p.32) la composición hace referencia a la estructura y organización visual de los elementos de un diseño, combinar y organizar imágenes y texto (cada uno con sus propias formas, tamaños, colores y texturas) para crear un todo. Entender y analizar la composición de manera práctica es primordial para la comunicación visual eficaz.

### **1.2.9.1. Principios de la composición**

#### **1.2.9.1.1. Forma y espacio.**

Según Dabner et al. (2015, p.36) es necesario entender cómo influye la relación entre los elementos visuales para su percepción y así controlarlos y explotarlos. La forma siempre se relaciona con el espacio es lo que llamamos relación figura-fondo. Los elementos visuales siempre se ven en relación con un campo visual, es decir, en un solo contexto y no se puede aislar. Toda forma tiene importancia dentro del diseño global, el fondo influye en la forma y viceversa.

#### **1.2.9.1.2. Simetría y Asimetría.**

Dabner et al. (2015, p.38) explica que la simetría en el diseño hace referencia a la relación espacial entre los elementos y de forma más general se refiere a la armonía y equilibrio de los elementos para reflejar belleza. La simetría implica conceptos de perfección, tradición, orden, racionalidad y paz.

### **1.2.10. Maquetación o Diagramación**

Para realizar la maquetación de una revista debemos considerar según Dabner (2005) tres fases fundamentales.

- a) El Briefing o especificaciones
- b) Factores prácticos
- c) La retícula

### **1.2.10.1. *El briefing o especificaciones.***

El diseñador recibe un briefing, es decir, las instrucciones con las que el cliente establece los materiales a utilizar. Normalmente estos suelen incluir los distintos textos- texto principal, texto de títulos (titulares), cajas de texto o despieces, y pies de imagen- e imágenes como: fotografías, ilustraciones, mapas o diagramas. El *briefing* también debe hablar sobre el estilo deseado y la sensación o atmósfera que se desea transmitir, que a su vez dependerá del público al que va destinado (Dabner 2005, p. 16)

### **1.2.10.2. *Factores prácticos.***

El diseñador debe empezar a considerar varios factores prácticos, como el formato y los colores disponibles, y cómo influirán en su propuesta. El estilo de maquetación también se verá afectado si hay que encajar muchas imágenes y un texto extenso en una superficie relativamente pequeña. En este momento, es recomendable decidir el establecimiento de jerarquías dentro del texto, o los principales puntos de énfasis (Dabner, 2005, p. 17).

#### **1.2.10.2.1. *Estilo de Maquetación o Diagramación.***

La maquetación es la estructuración minuciosa del contenido de la revista, (Dabner et al., 2015, p. 18) afirma: el diseñador debe desarrollar la capacidad de plasmar sus ideas en papel teniendo en cuenta el concepto y las proporciones generales en mente para ejecutar el estilo que desea transmitir.

Según: Cumpa (2002, p.12), diagramar es distribuir, organizar los elementos del mensaje bimedia (texto e imagen) en el espacio bidimensional (el papel) mediante criterios de jerarquización (importancia) buscando funcionalidad del mensaje (fácil lectura) bajo una apariencia estética agradable (aplicación adecuada de tipografías y colores). Para iniciar la diagramación de una revista es necesario preguntarnos: ¿Qué vamos a organizar? y ¿Cómo lo vamos a organizar?

La diagramación según Cumpa (2002) depende de tres factores importantes:

- a) Tipografía que brinde carácter al contenido.
- b) Uso del color para armonizar el mensaje.
- c) Una composición dinámica que sea agradable al lector.

(Dabner et al., 2015, p. 44) en su libro explica que el diseño de una página o maqueta se divide en dos estilos básicos: simétrico y asimétrico. El estilo simétrico es un enfoque tradicional según el cual el diseño se estructura en torno a un eje central que mantiene el equilibrio y la estética de la composición. El estilo asimétrico no es centrado con lo que consigue tensión y dinamismo, se relaciona con el vanguardismo del siglo XX y el diseño contemporáneo este se desarrolló particularmente en la escuela alemana de la Bauhaus. La creatividad de los diseñadores ha logrado desarrollar estilos totalmente únicos, rompiendo esquemas, sin perder el equilibrio y la armonía denominado estilo libre. Las técnicas visuales usadas comúnmente en las revistas según (Dabner et al., 2015, p. 44) son:

- a) **Simetría**, Texto e imágenes distribuidos uniformemente, cuidando líneas y espacios, la composición se muestra ordenada.



Imagen 25: *Simetría*  
Elaborado por: *Revista UESFA (2018) versión impresa*

- b) **Asimétrica**, Texto e imágenes distribuidos aleatoriamente sin uniformidad, sin embargo, la composición mantiene un equilibrio visual y armonioso.



Imagen 26: *Asimetría*  
Elaborado por: *Revista Intisana (2018) versión digital*

- c) **Estilo libre**, Da la oportunidad al diseñador de crear algo único, sin perder la comprensión del mensaje.



Imagen 27: *Estilo Libre*  
Elaborado por: *Revista Intisana (2018) versión digital*

### 1.2.10.2.2. Selección del formato.

De acuerdo con Zapatterra (2009, p. 128) el formato de una revista es definido por la forma y el tamaño de una página. El formato más común es el A4, aunque las revistas de tirada corta pueden permitirse el lujo de emplear formatos a su antojo, aun así, se debe pensar en la comodidad del usuario al momento de leer, trasladar o guardar la revista. Este concepto lo complementa Dabner et al. (2015, p. 50) que afirma que el tamaño y el formato son importantes en cualquier diseño impreso. Estos dependen principalmente del presupuesto y del objetivo o naturaleza del material.

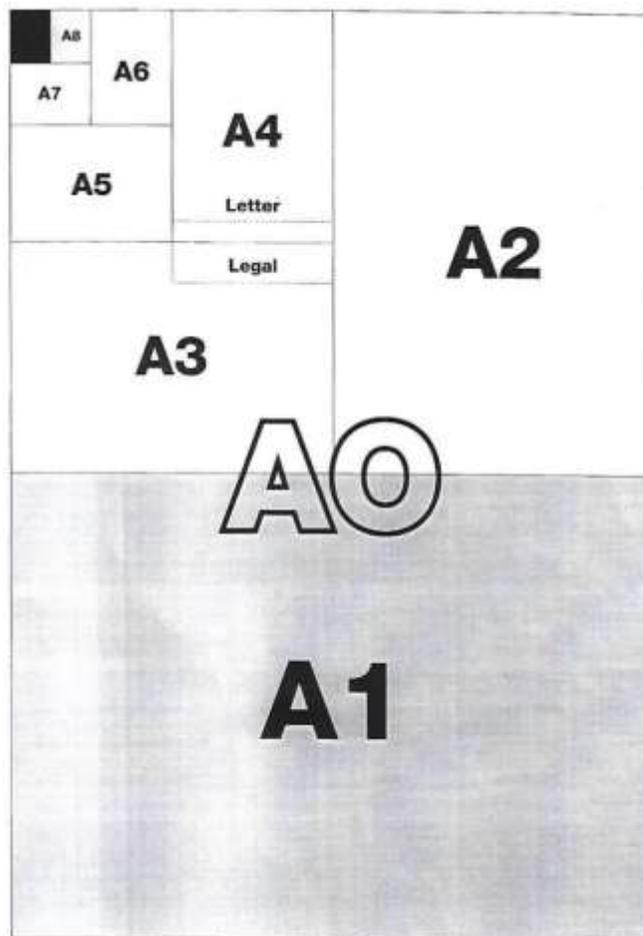


Imagen 28: *Tamaño del papel*  
Elaborado por: *Dabner (2015)*

### ***1.2.10.2.3. Número de Páginas.***

De acuerdo a mi experiencia personal, es importante tomar en cuenta el número de páginas para realizar la maquetación previa del contenido, este debe ser siempre múltiplo de cuatro para facilitar el proceso de encuadernación.

### ***1.2.10.2.4. Selección del papel.***

Según Zapaterra (2009, pp. 126-127) la selección del papel debe mantener un equilibrio con los requerimientos de la publicación. Existen varios tipos de papeles como:

- Estucado o sin estucar. - Los papeles estucados reflejan mejor la luz, absorben menos tinta y las imágenes son más nítidas. El papel sin estucar produce un contraste más suave y facilita la legibilidad del texto.
- Mate o brillo. - Las publicaciones de alta calidad usan papeles muy brillantes, sin embargo, el mate ofrece una reproducción excelente.
- Volumen alto o bajo. - Este depende de otras cualidades para su uso como la densidad, el brillo o el revestimiento.
- Translúcido u opaco. - Se debe considerar mucho este factor ya que determina la transparencia de las páginas.
- Gramaje alto o bajo. - Asociamos los papeles de gramaje alto con publicaciones lujosas, pero el lujo cuesta, además se debe pensar en su portabilidad.
- Grado de blancura. - Cuánto más cantidad de blanco tiene el papel, más luz azul refleja. Esto funciona para las imágenes, pero dificulta la lectura. Además, el proceso de blanqueo afecta a la durabilidad y calidad de la impresión.

- Reciclado o virgen. - Actualmente podemos encontrar desde papeles reciclados sin blanquear a parcialmente reciclados y su uso depende del grupo objetivo al que estamos dirigidos.

### **1.2.10.3. La retícula.**

Esta nos ayuda a marcar un orden en los elementos que vamos a utilizar (texto e imágenes) para facilitar la comprensión de cada página. Dabner (2005, p. 17) explica:

En caso de que el proyecto tenga varias páginas, es importante dibujar a mano una doble página a tamaño real. Así se tendrá una primera oportunidad de ver el espacio a trabajar. Para organizar mejor el material, se recomienda dibujar una retícula para dividir la estructura general de la página en unidades de espacio. La retícula reflejará la distribución de columnas, márgenes y ubicación para el texto principal, imágenes y pie de foto, y también mostrará la colocación de titulillos, o encabezamientos que se repiten, u números de página.

Samara (2004, p. 24) afirma:

Una retícula consiste en un conjunto determinado de relaciones basadas en la alineación, que actúan como guías para la distribución de los elementos en todo el formato. Cada retícula contiene las mismas partes básicas, con independencia del grado de complejidad que alcance. Cada parte cumple una función determinada; estas partes pueden combinarse en función de las necesidades, o bien omitirse de la estructura general, según la voluntad del diseñador y dependiendo de la forma en que interprete los requisitos de información del material.

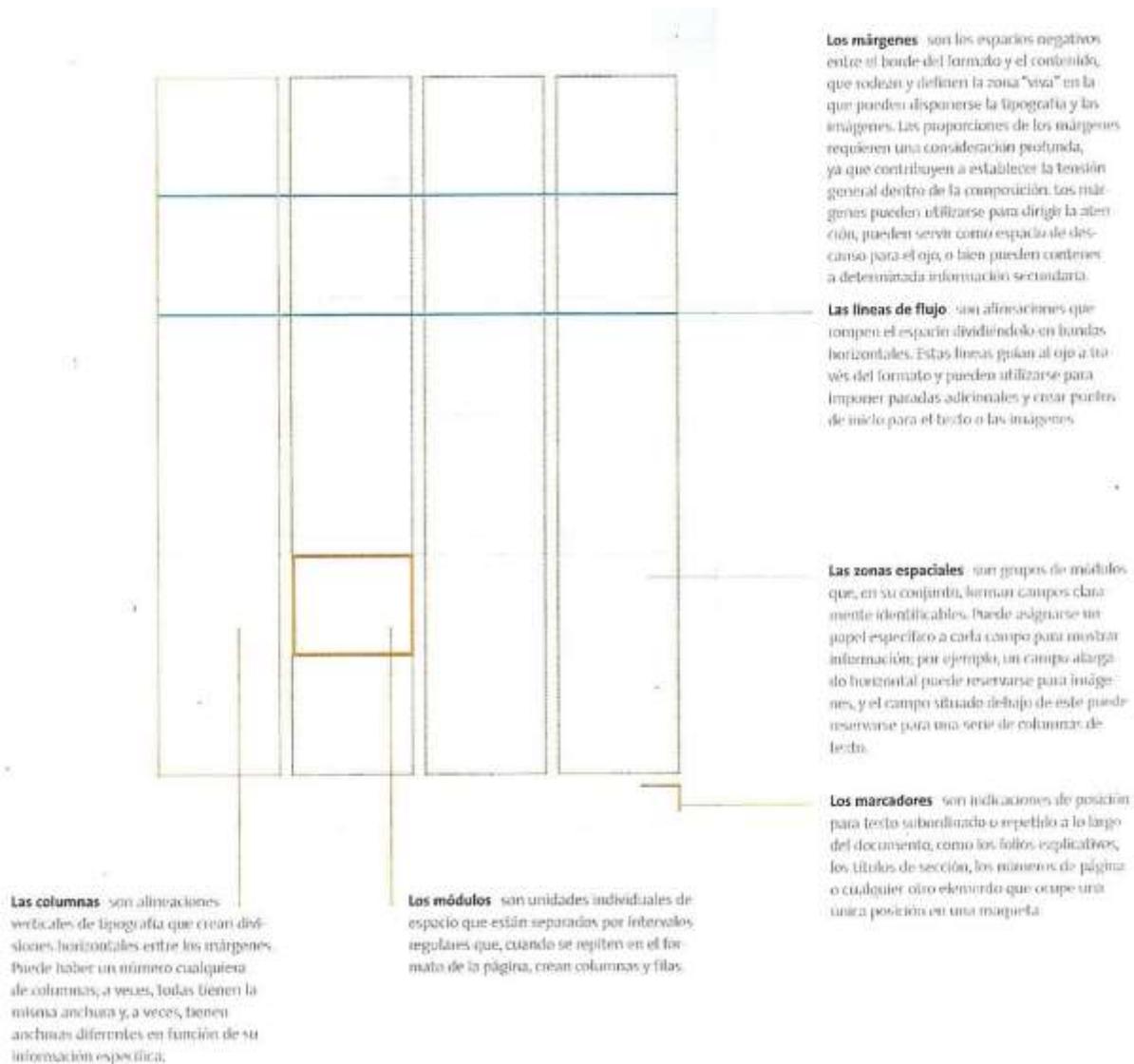


Imagen 29: *Sistema de Retículas*  
Elaborado por: *Samara (2004)*

Samara (2004, p. 24) indica que existen dos pasos para construir una estructura adecuada:

- a) El diseñador valora las características informativas y los requisitos de producción del contenido para lo cual debe tener en cuenta la idiosincrasia del contenido, los múltiples tipos de información, la jerarquía de la información, la naturaleza y cantidad de imágenes.

- b) Maquetar el material de acuerdo con las guías establecidas por la retícula, construir una unidad global sin rebajar la vitalidad de la composición.

La reticulación nos ayuda a organizar o distribuir los elementos de la composición para crear técnicas visuales de comunicación. De acuerdo con Dandis (1992, p.14) Las técnicas son los agentes del proceso de comunicación visual, el carácter de una solución visual adquiere forma mediante su energía, las técnicas serán siempre las que actuarán mejor como conectores entre la intención y el resultado para crear una audiencia más perspicaz para cualquier declaración visual. La relación interactiva entre los estímulos visuales y el organismo humano, debe brindar funcionalidad a los tres niveles de inteligencia visual: realista, abstracto y simbólico.

#### **1.2.10.4. Principios de la maquetación.**

##### **1.2.10.4.1. Ritmo y Contraste.**

De acuerdo con Dabner et al (2015, p. 46) el ritmo y el contraste son fundamentales para captar y mantener el interés del lector: proporcionan variedad y establecen la cadencia y el ambiente (flujo de la información) es fundamental que el lector dirija la vista hacia las diferentes piezas de la información por lo cual es necesario generar una secuencia determinada. El ritmo de una publicación se determina por el contenido y el espacio disponible, el contraste está directamente relacionado con el ritmo que crea un énfasis visual con fuentes e imágenes, encuadres, gráficos informativos laterales y sangrados completos de imagen o color.

##### **1.2.10.4.2. Tamaño y Formato.**

Como indica Dabner et al (2015, p. 50) el tamaño y el formato son consideraciones importantes en cualquier diseño impreso, estos dependen: del presupuesto, las necesidades del trabajo y la experiencia que se desea brindar al usuario. Los trabajos impresos son visuales y táctiles por lo que es importante cuidar la textura de las superficies, la encuadernación, las tintas, los termograbados y superficies troqueladas ya que esto le proporciona personalidad al producto. Los trabajos web son totalmente visuales y debemos adaptarlo al tamaño y formato de la pantalla de los dispositivos.

### **1.2.10.5. Impresión.**

Guerrero (2016, p.58) indica que después de diseñar y elaborar el contenido de una revista pasamos a la fase de impresión que prácticamente es plasmar en papel todo el trabajo realizado. Antes de realizar la impresión total se sugiere hacer una impresión de prueba para verificar sobre todo la calidad del color en la impresión. Es indispensable en el momento de editar la información se utilice el sistema de color CMYK, ya que la mayoría de tintas de impresoras están adaptadas a este modo de color. Otro factor importante dentro de la impresión es la calidad del papel, el más adecuado para imprimir revistas es el papel couché de 150g. por su textura que es muy agradable al tacto, excelente aspecto y le proporciona un brillo muy especial a la impresión que beneficia a la visualización de colores e imágenes. De acuerdo al número de páginas de la revista se pueden utilizar dos tipos de encuadernación: las grapadas o las cosidas.

### **1.2.10.6. Recursos del Diseño Editorial.**

Todos los medios impresos requieren de un adecuado uso del diseño editorial para crear publicaciones atractivas para el lector, por lo cual, el diseño editorial según Guerrero (2016, pp. 9-10) requiere de tres factores fundamentales: humano, material y técnico.

**Recurso Humano.** - En el ámbito editorial es importante que exista un encargado de recolectar, seleccionar, procesar y editar la información útil para cada publicación.

**Recurso material.** - Se trata de todas aquellas herramientas necesarias para generar una publicación. Desde un simple lápiz, pasando por una cámara fotográfica con excelente definición, un computador con un software adecuado para procesar la información hasta una impresora capaz de reproducir cientos de ejemplares full color.

**Recurso técnico.** - El diseño editorial requiere de diversos aspectos técnicos para su aplicación en la edición de la información, cada contenido es tratado de manera minuciosa creando armonía en la composición y distribución de los contenidos en general, iniciando por la selección del formato, diagramación de la información, encaje del contenido,

selección de la tipografía, tamaño de fuente, uso y contraste de color, selección y uso de imágenes etc. El impacto visual que genera cada publicación editorial es el resultado de la armonía de los recursos usados en ella.

#### **1.2.10.7. Actores del Diseño Editorial**

El proceso de diseñar y elaborar una revista requiere de la colaboración de varios miembros del cuerpo de edición que cumplen diferentes funciones. De acuerdo con Zapatterra (2009, pp. 13-15) estos son:

- a) **Director/ Editor.** - Responsable último del contenido de la publicación, trabaja en colaboración con los directores y jefes de área.
- b) **Director Artístico/ Editor Artístico.** - Responsable de la organización y jerarquización de todo el contenido incluido el gráfico.
- c) **Jefe de Producción/ Editor de Producción.** - Supervisa la compilación física de todo el material mediante la confección de un calendario.
- d) **Redactor jefe, jefes de sección.** - Responsable de la corrección de las pruebas para asegurar su coherencia estilística, ortotipografía, gramática, etc.
- e) **Director de Fotografía.** - Coordina los encargos a los fotógrafos y gestiona los derechos de propiedad intelectual de las imágenes, además, es el responsable de la calidad del material fotográfico de la revista.
- f) **Diseñadores.** - Responsables de la maquetación de la publicación de acuerdo con las instrucciones y pautas establecidas por el Director Artístico.
- g) **Jefe de estudio.** - Sus funciones se asemejan a los del Jefe de Producción, actúa como coordinador y supervisa los plazos fijados en el calendario.

- h) **Plantilla de redacción** (redactores y reporteros). - Se preocupan por la maquetación y diseño del contenido para asegurar su tratamiento visual.
- i) **Departamento de publicidad.** - Se encarga de planificar y negociar los espacios publicitarios de la revista.

### 1.2.11. Revista

La revista según Guerrero (2016, pp. 41-42) es un medio de comunicación gráfico que es editado de manera periódica (semanal, quincenal, mensual, trimestral, anual) es un medio tradicionalmente impreso, aunque en la actualidad está en auge el desarrollo de revistas web y versiones web de revistas impresas. Su contenido es generalmente informativo, concreto y directo, su diseño juega con una amplia gama de colores y formas, está dividida en diferentes secciones de acuerdo al tipo de información, su carácter puede ser formal o semi-formal. Generalmente las revistas obtienen ingresos por la venta de sus ejemplares, suscripciones y publicidad. Las revistas comunican el mensaje al lector de una forma más estética gracias a la versatilidad del diseño y composición.

De acuerdo con Guerrero (2016, pp. 41-42) Las revistas por su contenido se dividen en cuatro grupos: científicas, especializadas, de entretenimiento e informativas.

- a) **Revista científica.** - Estas muestran información de tipo académico, científico, investigativo y todo lo que se refiera a un tema profesional específico.
- b) **Revista especializada.** - Esta muestra información de un tema en concreto.
- c) **Revista de entretenimiento u ocio.** - Su información tiene el objetivo de entretener al lector con temas cotidianos, su contenido es ligero y más gráfico.
- d) **Revista informativa o periodística.** - Muestra información de un tema determinado de actualidad o específico que puede incluir noticias o entrevistas.

## 1.2.12. Composición De Una Revista

De acuerdo con Guerrero (2016, pp. 52-53) la revista se compone de:

### 1.2.12.1. Portada

Es la primera página de una revista y es la más importante, es la carta de presentación de la misma y nos da la pauta del contenido, el diseño de la portada debe estar cuidadosamente estructurado y elaborado de tal forma que capte la atención del lector y despierte la curiosidad por el contenido. Los elementos que constituyen la portada son:

- a) **Cabecera**, generalmente es el nombre de la revista y ocupa aproximadamente 1/8 de página.
- b) **Titular o cabezal**, es el título del tema más importante, apoya a la foto principal y nos da una idea del contenido de la revista, su ubicación varía de acuerdo al diseño de la portada y su tipografía se destaca entre los titulares secundarios.
- c) **Titulares secundarios**, Son los títulos de los temas adicionales más relevantes para que el lector tenga una idea clara del contenido de la revista.
- d) **Pestaña**, son los recuadros en la portada que muestran una pequeña introducción de los artículos más importantes.
- e) **Foto principal**, es la imagen más importante de la revista.
- f) **Titular de portada**, es el título que apoya a la foto principal y nos da una idea del contenido de la revista.

g) **Datos Referenciales**, Son datos propios de la revista como:

- **Número de Edición por año**, indica cuantas veces es puesta en circulación la revista al año y determina su periodicidad.
- **Número de publicación**, es el número de la revista desde su publicación.
- **Tiraje**, es el número de revistas impresas de la publicación actual puestas en circulación.
- **Fecha**, corresponde a la fecha en que la revista fue editada por lo general se indica el mes y el año.
- **Código de barras** de ser necesario, es un elemento que identifica al producto como único de forma comercial y es representado por barras laterales y números.



Imagen 30: *Partes de la portada* (Portada Revista Vistazo, junio 2019)  
Elaborado por: *Susana Cardona*

### 1.2.12.2. Contraportada

La contraportada es la última página de una revista o parte trasera, esta usualmente es un espacio publicitario de mucho interés por lo que su costo es significativo o a su vez sirve para cierre de la publicación con alguna frase importante, comentario final, datos de contacto o simplemente algún símbolo, sello o gráfica característico de la editorial.



Imagen 31: *Tipos de contraportadas*

Elaborado por: *Colegio Intisana (2018) versión digital, JER (2018) versión impresa, UESFA (2018) versión impresa*

### 1.2.12.3. Lomo

El lomo es la franja lateral izquierda de la revista que lo podemos apreciar únicamente en versiones físicas, que sirve de soporte o unión de las hojas usualmente por su limitado espacio consta de elementos sencillos como nombre de la revista, fecha, número de edición y a veces el valor de venta al público.

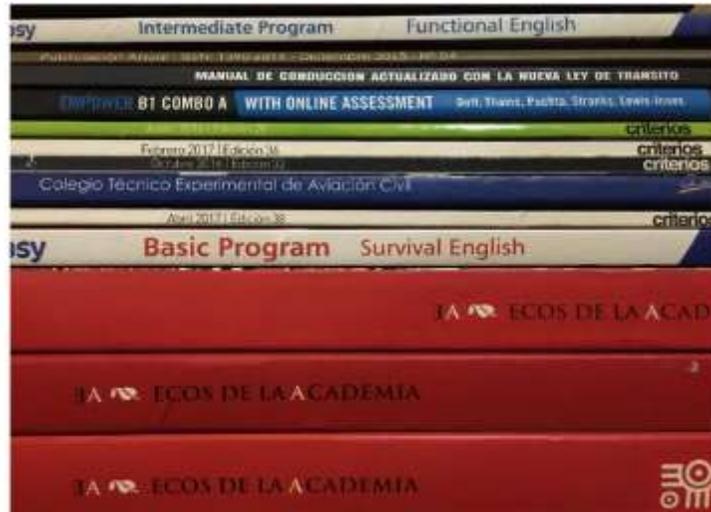


Imagen 32: Lomos de libros y revistas  
Elaborado por: Susana Cardona

#### 1.2.12.4. Páginas editoriales (Desarrollo de los temas)

Estos son los espacios donde se coloca la composición de cada tema que forma parte de la revista.



Imagen 33: Páginas editoriales  
Elaborado por: Revista Intisana (2018) versión digital

### 1.2.12.5. Secciones de la revista

De acuerdo con Guerrero (2016, pp. 54-56) las secciones de la revista son:

- a) **Sumario.** - Detalla el contenido de los temas de la publicación por secciones de la información para atraer la atención del lector.
- b) **Índice.** - Detalla todos los temas del contenido de la revista en general con su respectivo número de página.
- c) **Directorio o bandera de créditos.** - aquí se hace mención a todos los colaboradores que contribuyeron con la elaboración de la revista como: organizadores, editores, fotógrafos, reporteros, etc., además se muestra la dirección de la revista, la portada y el lugar de impresión.
- d) **Editorial.** - Es un espacio de libre opinión o reflexión acerca de un tema determinado que se lo muestra de manera subjetiva.
- e) **Artículos.** - Es el desarrollo de un tema específico, comentario o análisis, cuyo tono lo determina el redactor para persuadir al lector sobre lo que quiere comunicar.
- f) **Entrevistas.** - Estas se realizan en base de un cuestionario o formulario estructurado con el fin de comunicar la postura del entrevistado con respecto a un tema específico del cual es gran conocedor, en el respectivo artículo se muestra las preguntas y la argumentación de las respuestas.
- g) **Reportaje.** - Es el desarrollo detallado de un tema específico cuyo contenido se muestra en forma de narración, estos temas suelen ser sobre acontecimientos, personas, lugares, historias etc.

### 1.2.13. Elementos De La Publicación

Son todos los elementos que conforman la composición visual de cada artículo y cada página para que la información se muestre armónica y uniforme. De acuerdo con Guerrero (2016, pp. 49-50) estos son:

a) **Cabecera.** - Es la temática o sección sobre la cual se va desarrollar el tema, se ubica en los extremos superiores de las páginas.

b) **Titular o Encabezado.** - Es el título de cada artículo cuya tipografía se destaca de las demás por su tamaño y estilo.

c) **Subtitular.** - Es la frase que complementa y extiende la información del titular de cada artículo, su tipografía es más pequeña y menos destacada que la del titular y más grande y destacada que la del cuerpo del texto.

d) **Entradilla.** - Es el párrafo inicial del contenido que se presenta a manera de introducción, su tipografía es igual a la del cuerpo del texto y se muestra con negrita o en cursiva.

e) **Flash.** - comunica un mensaje corto y especial suele destacarse en un recuadro de un color distinto al de la página original y usa una tipografía especial para destacarlo.

f) **Párrafos.** - Es el desarrollo de cada idea del tema en general cuyo texto se complementa de forma organizada y jerárquica todos los párrafos que conforman el artículo deben usar el mismo estilo y tipografía además se debe cuidar aspectos como:

- **Kerning.** - Une o separa los espacios entre caracteres cuando las palabras son afectadas al justificar el texto y lo vuelve más legible. Existe kerning métrico y óptico pero los dos cumplen la misma finalidad.
- **Tracking.** - Comprime o expande un bloque de texto.

El kerning y tracking son herramientas muy usadas en diseño editorial para mejorar la visualización y legibilidad del texto.

- **Huérfanas.** - La primera línea de un párrafo se encuentra en la última parte de la página.
- **Viudas.** - La última línea del párrafo inicia una página nueva.

Las huérfanas y viudas son errores de diseño difíciles de encontrar actualmente.

g) **Destacados.** - Son los datos más relevantes del contenido usualmente para enfatizarlos se usa negritas, cursivas o recuadros y se los encuentra en la parte central del contenido.

h) **Capitular.** - Es la primera letra de todo el contenido informativo que se destaca por ser más grande y ocupar las primeras filas del texto inicial, su función es destacar la información de ese segmento.

i) **Fotografías.** - Son imágenes que refuerzan la información, muchas veces la imagen dice más que el contenido textual y lo hace más atractivo para el lector, las imágenes ocupan un espacio importante dentro de cada composición.

j) **Pie de ilustración o foto.** - describe datos relevantes de la imagen como: autor, lugar, fecha.

k) **Publicidad.** - Las revistas se sostienen económicamente de la publicidad, ventas y suscriptores, la publicidad en una revista es la composición comercial de un producto o servicio específico para lo cual existen espacios especiales como: página completa, roba página, media página horizontal o vertical, cuarto de página horizontal o vertical y un octavo de página horizontal o vertical. El lado de las paginas favorables para los anunciantes es el derecho por lo que el lector lee de derecha a izquierda, las páginas más cotizadas son la segunda, las intermedias y la antepenúltima que son a las que el lector presta más atención o sobresalen cuando el lector echa un vistazo rápido a la revista.



**EL DÍA 23 DE NOVIEMBRE** se realizó la Fiesta de la Lectura en el Colegio Intisana con una gama de eventos a la que asistió toda la Comunidad Educativa Intisana. En esta fiesta interactiva por el Libro, se desarrollaron en todas las aulas del Ciclo Elemental varios eventos, el Acomodamiento de los alumnos del Ciclo Superior y Bachillerato narrando cuentos, contando un conjunto de leyendas y tradiciones de la ciudad de Guilo y otras de la festividad hispanoamericana.

**Destacado**

con la realización de una muestra de obras en el mural de la antescala al edificio administrativo.

**Párrafos**

En la biblioteca una presentación de poesía que rindió homenaje a la poetisa Gisela, y el lanzamiento de cuentos creados por los jóvenes escritores del Ciclo Bachillerato, con la premiación de sus obras más imaginativas.

Además estuvieron en contacto con los grandes personajes de las obras universales. El Ciclo Medio estuvo escuchando los audiolibros del Colegio, y asistió a la disertación de cuentos escritos y narrados por los propios estudiantes, así demostraron el talento y la destreza de la expresión oral. El Ciclo Bachillerato centró las actividades

**Ilustración**



**i** Nuestros alumnos desde el Ciclo Infantil hasta el Ciclo Diversificado prepararon diferentes actividades para este gran festival.

**Flash**



**Fotografías**

Imagen 34: Elementos de la publicación  
Elaborado por: Revista Intisana (2019) versión digital



Imagen 35: Elementos de la publicación

Elaborado por: *Revista Intisana (2019) versión digital, UESFA (2018) versión impresa*

### 1.2.14. Unidad Educativa

Para definir unidad educativa conceptualizaremos cada palabra por separado. Según: El Diccionario De La Real Academia Española (RAE, 2014) el concepto de unidad es unión y conformidad. Y el concepto de educativo es perteneciente o relativo a la educación.

Entonces podemos decir que una unidad educativa es una entidad de conformidad dedicada a la educación que debe estar debidamente estructurada y organizada para que los procesos educativos sean continuos y guíen académicamente a los estudiantes y los relacionen de forma activa con su entorno. Como se explica en la sección columnistas del diario el Universo publicado el 18 de febrero de 2004, El sistema educativo ecuatoriano depende de leyes y de reglamentos que rigen la educación nacional oficial y consta de tres tipos de instituciones: Educación fiscal es aquella pagada por el Estado y controlada directamente por el Ministerio de Educación y Culturas; educación particular es aquella que se imparte en instituciones particulares, cuyos propietarios son individuos o personas jurídicas particulares, instituciones fiscomisionales (que reciben ayuda del Estado) son particulares, pero no privadas ni fiscales, porque su administración es enteramente particular a pesar de la ayuda que reciben del Estado basada en acuerdos o creaciones enteramente legítimas.

### **1.2.15. Comunicación Institucional**

La comunicación institucional está dirigida al público interno y externo, con el objetivo de crear vínculos con todo su entorno generando: aceptación, credibilidad y confianza, logrando un flujo de comunicación efectivo para todos. Cornelissen (2008) manifiesta:

En la actualidad se entiende por Comunicación Institucional la función de gestión que ofrece un marco para la coordinación efectiva de todas las comunicaciones internas y externas, con el propósito general de establecer y mantener una reputación favorable frente a los diferentes grupos de públicos de los que la organización depende.

De acuerdo al concepto anterior, la revista escolar como herramienta de comunicación institucional busca informar a su comunidad sobre los procesos académicos, las innovaciones pedagógicas y tecnológicas aplicadas para facilitar la enseñanza y el aprendizaje, sus logros institucionales, etc., con el fin de generar buena reputación y prestigio, además, incentiva la institucionalidad y reafirma su compromiso con la comunidad.

## CAPÍTULO II

### 2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 2.1. TIPOS Y NIVELES DE INVESTIGACIÓN

Para desarrollar el presente proyecto y obtener resultados que nos brinden información verídica sobre nuestro tema se ejecutó una investigación:

##### **2.1.1. De Campo.**

De acuerdo con los objetivos de esta investigación se requiere visitar las unidades educativas seleccionadas en nuestra muestra para realizar una entrevista a la autoridad o persona delegada del establecimiento sobre nuestras inquietudes plasmadas en un cuestionario estructurado.

##### **2.1.2. Cualitativa.**

Se realizará una investigación de tipo cualitativa con el fin de determinar las características de nuestra muestra.

##### **2.1.3. Descriptiva.**

La presente investigación permitirá describir el objeto de nuestro estudio como es el diseño editorial aplicado a revistas escolares.

##### **2.1.4. Cuantitativa.**

La recopilación de datos mediante las entrevistas realizadas con un cuestionario estructurado nos arrojará datos para realizar las estadísticas y el análisis de resultados.

### **2.1.5. Proyecto Factible.**

La presente investigación de tipo factible, permitirá conocer si en la actualidad las instituciones educativas utilizan revistas escolares como medio de comunicación institucional y si las mismas cumplen el proceso adecuado de elaboración de acuerdo a las normas de diseño editorial.

## **2.2. METODOS DE INVESTIGACIÓN**

Para realizar la presente investigación se utilizaron los siguientes métodos de investigación:

### **2.2.1. Inductivo-Deductivo.**

Desde el análisis de las respuestas al cuestionario estructurado y a las revistas escolares recopiladas, determinación de las características, semejanzas y diferencias de la muestra hasta la evaluación de resultados que nos permitirán conocer la realidad del diseño editorial aplicado a revistas escolares y la situación de las mismas.

### **2.2.2. Recolección de Información.**

Para realizar esta investigación es necesario recopilar algunos ejemplares de revistas escolares para analizar el diseño del contenido.

### **2.2.3. Observación.**

Es necesario observar y determinar las características de la muestra con el fin de comprender mejor los resultados.

### **2.2.4. Estadístico.**

Las investigaciones siempre arrojan datos y en este proyecto se evidenciará de forma estadística la realidad del diseño editorial en revistas escolares.

## **2.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

Las técnicas a emplearse en esta investigación son:

### **2.3.1. Cuestionario Estructurado.**

El cuestionario estructurado es una plantilla sobre la cual se realiza una entrevista y se obtienen los datos requeridos para la investigación, este cuestionario estructurado se realiza con el fin de obtener los mismos datos de la muestra seleccionada.

El objetivo principal de esta técnica es analizar la situación actual del diseño editorial aplicado en las revistas escolares de las Unidades Educativas Particulares del Norte de Quito 2017-2018.

Con los resultados de esta técnica se espera conocer el porcentaje de unidades educativas que utilizan revistas escolares como medio de comunicación institucional y como se realiza su elaboración.

### **2.3.2 Recolección de Ejemplares (revistas escolares).**

Esta técnica se trata de obtener un ejemplar de cada revista escolar realizada en las unidades educativas seleccionadas como parte de la muestra.

Su objetivo es caracterizar la aplicación del diseño editorial en las revistas escolares obtenidas con esta técnica.

Con los resultados de esta técnica se desea conocer el nivel de profesionalismo con el que se aplica el diseño editorial en las revistas escolares.

## 2.4. POBLACIÓN

En la ciudad de Quito, en el Distrito de Educación Nro. 5, existen 53 Unidades Educativas Particulares de Educación Secundaria pertenecientes a este Distrito, distribuidas en el norte de Quito, (Cochapamba, Concepción, Belisario Quevedo, Mariscal Sucre, Rumipamba, Jipijapa, Nayón, Kennedy, San Isidro del Inca, Zámbriza, Ñaquito). Según datos otorgados por el Ministerio de Educación.

## 2.5 MUESTRA

El universo de nuestro estudio es de **53** unidades educativas de nivel secundario existentes en el Distrito de Educación Nro. 5 de la ciudad de Quito, para lo cual se aplicó el **muestreo probabilístico** a través de la selección aleatoria para garantizar la calidad y representatividad de la muestra en la que se refleje los objetivos de nuestra investigación.

En el muestreo probabilístico los integrantes de la muestra se escogen al azar y la selección de los elementos puede hacerse por el método de la lotería, la tabla de números aleatorios o con paquetes automatizados que forman números al azar. En nuestro caso de estudio de la lista de unidades educativas otorgada por el distrito Nro. 5 de Educación, se seleccionó a los números impares de la lista realizando un total de **28** encuestas obteniendo los siguientes resultados.

## CAPITULO III

### 3. Análisis e interpretación de resultados de la encuesta aplicada a los directivos o delegados de las Unidades Educativas del Norte de Quito pertenecientes al Distrito de Educación N. 5.

**Primera parte del cuestionario:** Aquí vamos a determinar si las instituciones educativas cuentan con un plan de comunicación debidamente planificado, cuáles son los canales de comunicación más utilizados y con qué frecuencia los usan.

#### 3.1. Desarrollo del cuestionario

##### 3.1.1. ¿Tiene la institución un plan de comunicación?



Imagen 36: *Porcentaje de Unidades Educativas que tienen un plan de comunicación*  
Elaborado por: *Susana Cardona*

RESPUESTA	F	%
SI	28	100
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100</b>

Tabla 4: *Porcentaje de Unidades Educativas que tienen un plan de comunicación*  
Elaborado por: *Susana Cardona*

### **Conclusión:**

El 100% de Unidades Educativas Particulares del Norte de Quito pertenecientes al Distrito de Educación Nro. 5. Tienen un plan de comunicación institucional. El 95% de Instituciones planifica el mensaje y canal de comunicación con 48 horas de antelación y el 5% de instituciones lo hace cuando se requiere.

### **3.1.2. ¿Qué canales de comunicación utiliza la Institución para llegar a los actores de la educación?**

CANAL DE COMUNICACIÓN	NRO. DE UNIDADES EDUCATIVAS	%
<b>Convocatorias impresas</b>	28	100.00
<b>e-mails</b>	20	71.42
<b>Fan-page</b>	20	71.42
<b>Grupo de WhatsApp</b>	28	100.00

Tabla 5: *Canales de comunicación más utilizados por las unidades educativas*  
Elaborado por: *Susana Cardona*

### **Conclusión:**

Todas las Instituciones Educativas gracias a los avances y aplicaciones tecnológicas mantienen una relación directa y continua con su comunidad institucional, más del 70% de estas instituciones usa más de dos canales de comunicación combinando un canal muy tradicional como las convocatorias o circulares impresas y una o más aplicaciones digitales como el WhatsApp, e-mails o su fan-page.

### 3.1.3. ¿Qué periodicidad tiene esa herramienta?

PERIODICIDAD	F	%
Semanal		
Mensual		
Trimestral		
Quimestral		
Anual		
No tiene periodicidad	X	100%

Tabla 6: *Periodicidad del plan de comunicación*  
Elaborado por: *Susana Cardona*

#### **Conclusión:**

Las instituciones educativas al tener canales de comunicación más directos y masivos, utilizan estas herramientas para mantener informados a sus usuarios en el momento en que se lo requiera.

**Segunda parte del cuestionario:** En esta parte nos centraremos ya en el tema de investigación empezando por preguntas simples para determinar cuántas unidades educativas realizan revistas escolares, cómo lo hacen y cómo aplican el diseño editorial.

**3.1.4. ¿En esta Unidad Educativa se elabora algún tipo de material impreso como periódicos o revistas escolares?**

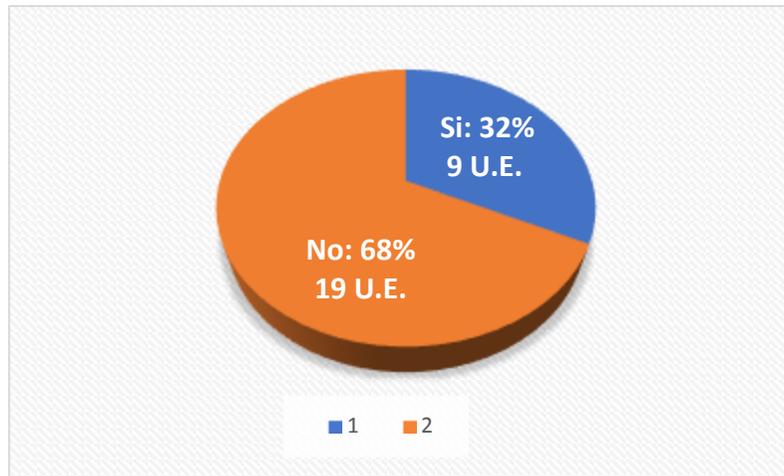


Imagen 37: *Porcentaje de Unidades Educativas que realizan revistas escolares*  
Elaborado por: *Susana Cardona*

Si su respuesta fue **NO** señale la razón:

CAUSA	F	%
Falta de financiamiento	5	17.85
Falta de organización	0	
Desconocimiento	0	
Usa medios digitales	14	50.00
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>67.85</b>

Tabla 7: *Causas del por qué las Unidades Educativas no realizan revistas escolares*  
Elaborado por: *Susana Cardona*

### **Conclusión:**

Tan solo el 32.15% de las Unidades Educativas del Norte de Quito pertenecientes al Distrito de Educación Nro. 5, aún realizan revistas escolares como medio de comunicación institucional. Del otro 67.85% que no realizan medios impresos el 5% lo hace por falta de financiamiento y el 14% a dado paso a las nuevas tecnologías entendiendo el cambio generacional a una era digital que reduce costos de comunicación, es más amigable con el ambiente al no usar papel, es masiva, efectiva y directa. A partir de estos resultados tomaremos al **32.15%** como valor positivo y universo de la muestra. El decir el 32.15% representa al 100% de la muestra.

#### **3.1.5. ¿Quién es el responsable de la planificación de contenidos?**

<b>RESPONSABLE</b>	<b>Nro. De Unidades educativas</b>	<b>%</b>
Autoridades	9	100
Docentes	9	100
Estudiantes	0	
Otro: ¿Quién?	0	

Tabla 8: *Responsable de la planificación de contenidos de las revistas escolares*  
Elaborado por: *Susana Cardona*

### **Conclusión:**

En todas las unidades educativas donde se realizan revistas escolares los responsables de planificar los contenidos son las autoridades conjuntamente con los docentes.

### 3.1.6. ¿Quién es el responsable de la redacción de contenidos?

<b>RESPONSABLE</b>	<b>Nro. De unidades educativas</b>	<b>%</b>
Autoridades	0	0
Docentes	9	100
Estudiantes	9	100
Otro: ¿Quién?	0	0

Tabla 9: Responsable de la redacción de contenidos de las revistas escolares

Elaborado por: Susana Cardona

#### **Conclusión:**

Los responsables de investigar y redactar el contenido para la revista escolar son los estudiantes conjuntamente con sus docentes.

### 3.1.7. ¿Las piezas gráficas como imágenes y fotografías son planificadas y realizadas de acuerdo al tema?

<b>RESPUESTA</b>	<b>NRO. DE UNIDADES EDUCATIVAS</b>	<b>%</b>
<b>SI</b>	9	100
<b>NO</b>	0	0

Tabla 10: Planificación de imágenes y fotografías

Elaborado por: Susana Cardona

### 3.1.8 ¿Quién es el responsable de realizar la parte fotográfica?

<b>RESPONSABLE</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Autoridades	0	
Docentes	2	22.21
Estudiantes	0	
Fotógrafo de la institución	7	77.79
Fotógrafo contratado	0	
Otro: ¿Quién?	0	
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

Tabla 11: *Realización de imágenes y fotografías*  
Elaborado por: *Susana Cardona*

#### **Conclusión:**

Todas las unidades educativas planifican el contenido gráfico de acuerdo al tema y este contenido es producido en su mayor parte por personal especializado.

### 3.1.9. ¿Quién es el responsable de la edición de la información?

<b>RESPONSABLE</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Autoridades	0	
Docentes	2	22.21
Estudiantes	0	
Editor de contenidos	7	77.79
Otro: ¿Quién?	0	
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

Tabla 12: *Edición de la información*  
Elaborado por: *Susana Cardona*

#### **Conclusión:**

El responsable de la edición de la información, es decir, quien elabora y aplica el diseño editorial en las revistas escolares de acuerdo a su criterio técnico y profesional en la mayoría de los casos es un profesional especializado o un docente capacitado para hacerlo.

### 3.1.10. ¿Quién es el responsable de la aprobación de la publicación?

<b>Responsable</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Autoridades	9	100
Docentes	0	
Editor de contenidos	0	
Otro: ¿Quién?		
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

Tabla 13: *Responsable de la aprobación de contenidos*  
Elaborado por: *Susana Cardona*

**Conclusión:**

En todas las unidades educativas el responsable de la aprobación y publicación de la revista escolar es su máxima autoridad quien lidera todos los proyectos institucionales.

**3.1.11. ¿Qué periodicidad tiene cada publicación?**

<b>PERIODICIDAD</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Mensual		
Trimestral		
Quimestral		
Anual	9	100
No tiene periodicidad		
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

Tabla 14: *Periodicidad de la publicación de las revistas escolares*  
Elaborado por: *Susana Cardona*

**Conclusión:**

En todas las unidades educativas las revistas escolares son producidas una vez durante el periodo escolar, es decir, su periodicidad es anual.

### 3.1.12. ¿Se incluye publicidad dentro del contenido de la revista escolar?

<b>RESPUESTA</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
SI	2	22.23
NO	7	77.77
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

Tabla 15: *Uso de publicidad en revistas escolares*  
Elaborado por: *Susana Cardona*

#### **Conclusión:**

En ninguna de las revistas escolares de las diferentes unidades educativas se incluye publicidad con la finalidad de darle a la revista sentido de institucionalidad.

### 3.1.13. ¿Cómo se financian?

<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Autofinanciamiento	7	77.77
Venta de espacios publicitarios	2	22.23
Contribuciones	0	0
Otro: ¿Cómo?	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

Tabla 16: *Financiamiento de las revistas escolares*  
Elaborado por: *Susana Cardona*

### Conclusión:

La mayoría de unidades educativas autofinancian la elaboración de la revista escolar gracias a que poseen recursos propios, las que no se autofinancian recurren a vender espacios publicitarios dentro de la revista y negociar beneficios institucionales.

### 3.1.14. ¿La institución ha realizado la evaluación de la publicación?

<b>RESPUESTA</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
SI	0	0
NO	9	100
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

Tabla 17: *Evaluación de la publicación*  
Elaborado por: *Susana Cardona*

### **Conclusión:**

Ninguna unidad educativa ha evaluado el impacto de la revista escolar en su público.

### **3 .1.15. ¿La publicación tiene versión electrónica?**

<b>RESPUESTA</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
SI	6	66.66
NO	3	44.44
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

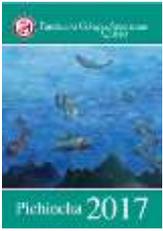
Tabla 18: *Publicación con versión electrónica*  
Elaborado por: *Susana Cardona*

### **Conclusión:**

Cabe recalcar que no es lo mismo versión electrónica que revista digital, la versión electrónica es el pdf de la revista impresa subida a la web, mientras que una revista digital es una revista creada y diseñada para medios digitales. Entonces podemos decir, que la mayoría de revistas impresas cuentan con una versión electrónica subida a la web.

### **3.2. Observaciones Generales Con Respecto Al Análisis Del Contenido**

En los siguientes cuadros se analiza y caracteriza algunas portadas de revistas escolares tomando en cuenta los elementos que componen una portada normal de cualquier revista.

<b>Imagen portada</b>					
<b>Cabecera</b>	<b>Si</b>	X		X	X
	<b>No</b>		X		
	<b>Ubicación</b>	Superior central		Superior central	Superior central
<b>Titular</b>	<b>Tipo de Fuente</b>	Palo seco	Roman y palo seco	Roman	Palo seco
	<b>Estilo de Fuente</b>	Bold e italic	Semibold	Regular	Bold
	<b>Color</b>	Blanco	Blanco con bordes celestes	Blanco	Café con luminosidad media
	<b>Ubicación</b>	Superior izquierda	Superior izquierda	Inferior central	Superior central
	<b>Referente a:</b>	Nuevo espacio institucional	Proyecto institucional	Pintura ganadora de concurso institucional	Ambiente institucional
<b>Subtitular</b>	<b>Tipo de Fuente</b>	Palo seco	Palo seco y scrip		
	<b>Estilo de Fuente</b>	Bold y regular	Bold e italic		
	<b>Color</b>	Negro y blanco	Rojo, azul y naranja		
	<b>Ubicación</b>	Parte inferior en dos columnas	Parte central izquierda		
	<b>Tema</b>	Actividades escolares	Temas de interés institucional		
<b>Imagen principal</b>	<b>Fotografía</b>	X		X	X
	<b>Ilustración</b>		X		
	<b>Tamaño</b>	75%	75%	60%	75%
	<b>Ubicación</b>	Área central	Área central	Área central	Área central
	<b>Descripción</b>	Centro de interés al lado derecho de la regla de los tercios, dirección de mirada frontal y apoyada en las líneas verticales	Centro de interés al lado derecho, la imagen necesita ser apoyada por el texto para mejor comprensión.	Fotografía de una pintura del mundo marino con elementos dispersos, sin embargo, se ve equilibrada y armónica	Cumple la regla de los impares, muestra tres centros de interés en un plano $\frac{3}{4}$ , apoyada en

		para demostrar firmeza.			líneas horizontales.
<b>Nro. De publicación</b>	<b>Si</b>	X	X		X
	<b>No</b>			X	
<b>Colores dominantes</b>	<b>Descripción</b>	Vino, naranja	Azul, amarillo	Verde, azul	Café con varios tonos de iluminación
<b>Estilo de composición</b>	<b>Descripción</b>	Cuatro franjas horizontales de distinto tamaño para distinguir cada parte de la portada, estilo simétrico, comprensible, contraste de color adecuado, distribución de los elementos bien organizados, visualmente una composición bien equilibrada.	Composición de estilo libre, se puede distinguir cada parte de la portada, la composición es armónica, el contraste de color es adecuado.	Tres franjas horizontales, composición simétrica, armónica y sencilla.	Dos secciones bien definidas, contraste adecuado de color, elementos bien organizados, composición visual armónica.
<b>Tipo de publicación</b>	<b>Impresa</b>	X		X	X
	<b>Digital</b>	X	X		
	<b>PDF</b>			X	

<b>Imagen portada</b>					
<b>Cabecera</b>	<b>Si</b>	X	X	X	X
	<b>No</b>				
	<b>Ubicación</b>	Superior central	Superior central	Superior central	Parte central/ inclinado a la derecha
<b>Titular</b>	<b>Tipo de Fuente</b>	Roman	Roman		Palo seco
	<b>Estilo de Fuente</b>	Bold	Regular		Regular
	<b>Color</b>	Blanco con bordes celestes	negro		Blanco

	<b>Ubicación</b>	Central inferior izquierdo	Central superior central		Central inferior/ inclinado a la derecha
	<b>Referente a:</b>	Innovaciones institucionales	Actividad institucional		Valor institucional
<b>Subtitular</b>	<b>Tipo de Fuente</b>	Palo seco			
	<b>Estilo de Fuente</b>	Bold			
	<b>Color</b>	Blanco			
	<b>Ubicación</b>	Inferior derecho e izquierdo			
	<b>Tema</b>	Infraestructura y metodología			
<b>Imagen principal</b>	<b>Fotografía</b>	X	X	X	X
	<b>Ilustración</b>				
	<b>Tamaño</b>	60%	60%	80%	50%
	<b>Ubicación</b>	Central	Central	Central	Superior e inferior
	<b>Descripción</b>	Dos estudiantes caminando por el pasillo, en plano entero, dirección de mirada frontal, apoyada en líneas verticales	Dos grupos de estudiantes, plano entero frontal, apoyado en líneas horizontales.	Collage de varias fotografías de las diversas instituciones del grupo SEK.	Varias fotografías de estudiantes realizando actividades académicas, predomina el plano medio.
<b>Nro. De publicación</b>	<b>Si</b>	X	X		
	<b>No</b>			X	X
<b>Colores dominantes</b>	<b>Descripción</b>	Azul	Blanco y morado	Azul en diferente luminosidad	Blanco y azul
<b>Estilo de Composición</b>	<b>Descripción</b>	Tres franjas horizontales, simétrica.	Una franja vertical izquierda y tres horizontales, simétrica	Dos franjas horizontales una pequeña informativa y otra bastante amplia dividida en cuatro columnas simétricas para fotografías.	Estilo libre, simétrico. Con dirección diagonal hacia la derecha.
<b>Tipo de publicación</b>	<b>Impresa</b>	X		X	X
	<b>Digital</b>		X		
	<b>PDF</b>	X		X	X

Tabla 19: *Análisis de portadas escolares*  
Elaborado por: Susana Cardona

## **Principales observaciones con respecto al contenido de las portadas:**

- La cabecera en la mayoría de portadas se sitúa en la parte superior central y se refiere al nombre o siglas de la institución.
- El titular de portada en la mayoría de revistas se ubica en la parte superior central.
- Predominan el tipo de fuente roman o serif y palo seco o san serif.
- Los estilos de fuente más utilizados son el Bold y el regular.
- El color de fuente en la mayoría de portadas es de color blanco para contrastar con el color de fondo.
- El titular de portada en todas las revistas escolares hace referencia a actividades e innovaciones institucionales.
- Con respecto a la imagen la mayoría de revistas usan fotografías para sus portadas, estas ocupan entre un 60% a 75% de espacio.
- Las imágenes de portada en todas las revistas ocupan toda el área central.
- Las imágenes que se usan están directamente relacionadas con aspectos institucionales.
- En todas las portadas predominan los colores institucionales siendo el azul uno de los colores más usados.
- El estilo de composición de las portadas se muestra clásico, dividido en franjas horizontales bastante simétrico, con sus elementos bien distribuidos en el espacio.

Con respecto al contenido de las publicaciones de las revistas escolares, en los siguientes gráficos se muestra algunas páginas de diferentes revistas para evidenciar los objetivos y las funciones del diseño editorial, como: dotar de expresión al contenido, mostrarlo de forma armónica, organizada y jerarquizada, estructurar cada elemento de la composición para que la información sea comprensible y atractiva para el lector.

## Elementos del Diseño Editorial

Tipografía  
Color  
Imagen  
Composición



Imagen 38: Elementos del diseño editorial. Contenido revista digital Intisana 2019 y revista digital ISM 2019.

Elaborado por: Susana Cardona

## Tipografía



Imagen 39: Ejemplo de la aplicación de la tipografía en el contenido editorial. Imágenes: Revista digital ISM 2019, revista impresa Pichincha 2017 del colegio Internacional, revista impresa Shalom 2015 del colegio Albert Einstein

Elaborado por: Susana Cardona

## Color



Imagen 40: Ejemplo del uso del color en la composición. Imagen revista impresa Pichincha 2017 del colegio Internacional, revista impresa SEK 2017, revista impresa U.E. San Gabriel 2017.

Elaborado por: Susana Cardona



## Imagen

Imagen 41: Ejemplos de imágenes incluidas en el contenido de las revistas. Imágenes: Revista impresa SEK 2017, revista digital Intisana 2019 y revista impresa U.E. San Gabriel 2017.

Elaborado por: Susana Cardona



Imagen 42: Ejemplo de composición del contenido revista UESFA 2018 (versión impresa)  
Elaborado por: Susana Cardona



Imagen 43: Ejemplo de composición del contenido revista impresa Shalom del Colegio Albert Einstein 2015.  
Elaborado por: Susana Cardona

## Composición



Imagen 44: *Ejemplo del contenido revista digital Intisana 2019 y revista impresa Pichincha 2017 del colegio Internacional.*  
Elaborado por: *Susana Cardona*

### **Principales observaciones con respecto a la composición del contenido:**

Dentro del contenido existen cuatro aspectos fundamentales para analizar: Tipografía, Color, Imagen y Composición.

Con respecto a la tipografía de manera general podemos decir:

Brinda total legibilidad al texto, el tipo de fuente más usado es la san serif o palo seco seguido por la serif, los estilos de fuente más utilizados son: el bold y el regular, el tamaño de fuente más usado oscila entre 12 y 14 pts.

Se observa en todas las revistas escolares que el tamaño y el color de la tipografía ayudan a jerarquizar la información. Los colores más destacados dentro de la tipografía son: el negro, el blanco y el rojo.

El texto en todas las revistas se encuentra justificado y alineado, además podemos observar que el texto se muestra en una a tres columnas.

Color:

En todas las revistas se trata de destacar los colores institucionales, los más relevantes son el azul, blanco y amarillo.

La información textual, de imágenes y composición en general es totalmente legible gracias al contraste y armonía de colores. Existe una excelente combinación de colores claros con oscuros y la luminosidad de los mismos.

Imagen:

La mayoría de las imágenes cumplen con las reglas fotográficas especialmente: dirección de mirada, regla de los tercios dorados, rellena el encuadre y se cuida los planos fotográficos.

El tamaño de las imágenes es proporcional a la cantidad del texto, es decir, 50% imagen 50% texto.

Las imágenes se ubican mayormente en la parte superior del texto cuando este tiene una sola columna. Cuando el texto tiene dos columnas, las imágenes se ubican preferentemente al lado derecho del texto. Cuando hay más de dos columnas de texto las imágenes se ubica en los extremos externos. Cuando en una pagina se muestran varias imágenes a estas se las ubica en columnas en tamaños iguales.

Finalmente, con respecto a la composición podemos observar que la mayoría de revistas tienen una composición bastante simétrica y armónica. Se identifica claramente cada parte de la composición como: títulos, subtítulos, entradillas, destacados, capitulares, párrafos e imágenes, todas las paginas están debidamente numeradas y acompañadas de un

encabezado o pie de página. Todos los elementos están debidamente organizados y la información es legible y comprensible. Todas tienen un aspecto bastante agradable.

El contenido está debidamente asociado con las actividades institucionales más destacadas.

El diseño editorial en general en estos ejemplares es bueno, muestra su funcionalidad y la importancia de su aplicación para mostrar la información de tal forma que el lector se interese por el contenido.

### **3.3. Conclusión General:**

Las revistas escolares ya no son una herramienta vigente dentro de la comunicación institucional de las Unidades Educativas del Norte de Quito pertenecientes al Distrito de Educación Nro. 5. Las principales causas para que la elaboración de revistas escolares este desapareciendo son: falta de financiamiento y uso de nuevas aplicaciones tecnológicas para su comunicación.

Obviamente el costo de planificar, diseñar, elaborar e imprimir una revista escolar es considerable, además del tiempo de elaboración y periodicidad. En cambio, el internet combinado con la tecnología permite una comunicación más rápida, masiva y constante.

Con respecto al diseño editorial, su aplicación en la mayoría de unidades educativas es empírica, sin embargo, la calidad es buena, su organización, diseño, estructura, composición, armonía, uso del color, tipografía es adecuada para su grupo objetivo (estudiantes de 6 a 18 años).

Cabe recalcar que la mayoría de instituciones educativas donde aún se realizan revistas escolares tanto impresas como digitales, procuran planificar todo el proceso de elaboración y este es el resultado del trabajo conjunto entre: autoridades, docentes, estudiantes y profesionales especializados en el mejor de los casos para brindar un producto agradable a su público.

La mayoría de instituciones autofinancian este proceso, otras incluyen publicidad para financiarla, la mayoría cuentan con versiones digitales de la misma y ninguna evalúa su acogida e impacto dentro de la comunicación institucional.

### **3.4. Recomendaciones:**

A pesar de que las revistas escolares ya no son un medio de comunicación importante dentro de las Unidades Educativas, ya que se ha dado paso a la comunicación por medios digitales, se debería insistir a las autoridades de cada institución sobre la importancia y beneficios de contar con una publicación impresa o digital con un adecuado diseño editorial para transmitir la información más relevante, acontecimientos, innovaciones, actividades importantes, reconocimientos, avances pedagógicos y tecnológicos, logros institucionales, etc. Con el fin de mejorar la comunicación institucional ya que la revista escolar brinda grandes ventajas como:

- Se puede lograr una mejor interacción entre los actores de la información.
- La revista es un producto perenne en el tiempo, tangible y portable (la portabilidad está relacionada a revistas impresas).
- Se puede detallar varias temáticas de interés.
- Las publicaciones de revistas impresas y digitales cuentan con mucha credibilidad.
- Tiene mayor impacto en la mente del lector ya que puede realizar un análisis más minucioso del contenido.

Las revistas escolares terminan siendo un material de gran acogida por estudiantes, padres de familia y docentes por su funcionabilidad. A pesar del esfuerzo que representa realizar una revista escolar y el costo, es un material que a mi criterio no se debe perder, al contrario, se debe incentivar a realizarlo ya que apoya al área de lengua y literatura y al área de ciencias sociales incentivando la lectura, las técnicas de investigación, las técnicas de redacción, sociabilización de

los temas, creatividad, trabajo conjunto, etc. Captando el interés de toda la comunidad educativa y si no es posible imprimirlo se debería realizar una versión digital a la que todos tengan acceso.

Con referencia al diseño editorial la misma tecnología nos permite acceder a información y tutoriales que nos pueden servir como referencia para realizar un material de calidad o a su vez podemos visualizar y analizar ejemplares similares para emular el diseño.

## **CAPITULO IV**

### **4. PROPUESTA**

#### **4.1. Artículo Científico**

#### **4.2. Tema:**

**“ACTUALIDAD DEL DISEÑO EDITORIAL EN REVISTAS INSTITUCIONALES EDUCATIVAS DEL NORTE DE QUITO”**

#### **4.3. Justificación**

Actualmente los medios digitales forman parte de nuestra vida diaria y tenemos toda clase de información a nuestro alcance gracias a los dispositivos móviles y los avances del internet. Esto ha modificado el modo de comunicarse interna y externamente en las instituciones educativas abriendo paso al uso de la tecnología que permite una comunicación más directa, rápida y espontánea que ahorra recursos y cuida el medio ambiente dejando a un lado el uso del papel, lo que afecta al diseño editorial impreso y obliga al mismo a innovarse y adaptarse a las nuevas tecnologías. En este artículo vamos a hablar sobre el diseño editorial y sus nuevos retos.

#### **4.4. Importancia**

Es de gran interés conocer la actualidad del diseño editorial, su importancia e influencia como herramienta en la comunicación institucional interna y externa. Pues como en todo, el modo y el tono como se comunica o cuenta algo influye en la percepción de quien recibe el mensaje, la comunicación escrita no es la excepción pues el diseño de la información a primera vista nos da una percepción del contenido, su importancia y relevancia.

#### 4.5. Objetivo General

- Especificar la importancia del diseño editorial y describir la situación actual de este, en revistas institucionales educativas del norte de Quito.

#### 4.6. Objetivos Específicos

- Especificar el impacto de los medios tecnológicos y digitales sobre el diseño editorial en revistas físicas institucionales.
- Conocer las actualizaciones e innovaciones del diseño editorial y su aplicabilidad en la comunicación institucional actual.
- Evidenciar la importancia del diseño editorial en la comunicación institucional.

#### 4.7. Motivación De La Publicación

La motivación para elaborar un artículo científico sobre la **Importancia, funciones y recursos del diseño editorial y su situación actual en revistas institucionales educativas de Quito**, le atribuyo a la importancia del correcto uso del diseño editorial como herramienta importante de la comunicación visual impresa para emitir información: clara, directa y comprensible al lector. Si bien es cierto, se pudo optar por un manual de diseño editorial o tutoriales sobre el mismo, sobra decir, que esta información se encuentra disponible en la web. El artículo tiene la finalidad de mostrar datos: cualitativos, cuantitativos y descriptivos sobre el tema a tratar.

#### 4.8. Medio De Publicación Del Artículo

Al ser una investigación de trabajo de titulación, previo a la obtención de la licenciatura en diseño y publicidad, realizada en una institución educativa de nivel superior como es la

Universidad Técnica del Norte (UTN), la publicación del artículo debe contribuir a la comunidad educativa, por lo tanto, se sugiere la publicación del mismo en la revista de carácter científico: **ECOS DE LA ACADEMIA DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT) DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE** , que se publica semestralmente en la institución.

#### **4.9. Características Del Artículo**

El artículo cumple con todas las especificaciones requeridas por la revista: **ECOS DE LA ACADEMIA**, para su publicación. Ya que tiene un contexto de carácter social, enfocado en una herramienta de comunicación, como es el diseño editorial con objetivo de evidenciar su importancia y situación actual como herramienta de comunicación institucional en las unidades educativas de Quito, mediante un estudio: descriptivo, cualitativo y cuantitativo.

#### 4.10. BIBLIOGRAFÍA

Buen Unna, J. (2008). *Manual De Diseño Editorial*. Asturias, España: Ediciones Trea, S.L.

Cornelissen, J. (2008). *Corporate Communication: A guide to theory and practice*. London, Inglaterra: Sage.

Cumpa, L. (2002). *Fundamentos de Diagramación*. Revistas. Lima, Perú: Fondo Editorial Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Cheng, K. (2006). *Diseñar Tipografía*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SL.

Dabner, D. (2005). *Diseño, Maquetación y Composición*. Barcelona, España. Blume

Dabner, D., Stewart, S., Zempol, E. (2015). *Diseño Gráfico*. Barcelona, España: Blume

Dondis, D. (1992). *La Sintaxis de la Imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili. Recuperado de: [https://panoramadelarte.com.ar/archivos/Donis-a-Dondis\\_Sintaxis\\_de\\_%20la\\_imagen.pdf](https://panoramadelarte.com.ar/archivos/Donis-a-Dondis_Sintaxis_de_%20la_imagen.pdf)

Edwards, M. (2016). *El Libro De La Comunicación Visual*. Madrid, España: Unigraf SL.

Encyclopaedia Universalis France SAS [FR]. (2019). *Maximilien Vox*. [Versión electrónica]. <https://www.universalis.fr/encyclopedie/vox-samuel-theodore-monod-dit-maximilien/>

Erausquin, M. (2004). *El Libro De Un Libro*. Madrid, España: Ediciones De La Torre.

Fierens, L. (2012). *Marketing Del Color* [Material del aula]. Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/opencd/archivos/4666\\_open.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/opencd/archivos/4666_open.pdf)

Gómez, D. (2013). *La Psicología Del Color En Marketing* [Infografía]. Recuperado de: <http://bienpensado.com/la-psicologia-del-color-en-marketing/>

Gordon, B. (2009). *1000 Fuentes Tipográficas*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S.L.

Guerrero, L. (2016). *El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas* (Tesis de maestría). Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Bellas Artes. Madrid, España.

Korstanje, M. (2008). *La Antropología De La Imagen En Hans Betting*. Revista Digital Universitaria [en línea]. 10 de julio 2008, Vol. 9, No. 7. Recuperado en: <http://www.revista.unam.mx/vol.9/num7/art50/int50.htm>. México.

La Red Cultural del Banco de La República de Colombia. (2017), *Medios de Comunicación*. En enciclopedia de banrepcultural [En línea]. Consultado en: [Enciclopedia.banrepcultural.org./index.php/Los\\_medios\\_de\\_comunicación](http://Enciclopedia.banrepcultural.org./index.php/Los_medios_de_comunicación).

Müller, J. (1982). *Sistema De Retículas*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S.A.

Real Academia Española. (2014). *Educativo*. En diccionario de la lengua española (Ed, 23). Consultado en: <https://dle.rae.es/?id=b51Jdfm>.

Real Academia Española. (2014). *Unidad*. En diccionario de la lengua española (Ed, 23). Consultado en: <https://dle.rae.es/?id=b51Jdfm>.

Rodrich, R. (2012). *Fundamentos de la comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión*. Recuperado en: [www.revistadecomunicación.com/pdf/2012/Art212-234.pdf](http://www.revistadecomunicación.com/pdf/2012/Art212-234.pdf).

Rodríguez, j. (2019). *Composición y Conceptos Básicos: 13 Reglas De Composición Fotográfica Que Debes Conocer* [En línea]. Recuperado en: <https://www.dzoom.org.es/reglas-de-composicion-fotografica/>

Sánchez, J. (S/F). *Maquetación y Diagramación de Revistas*. Comité Consultor Revista Científica Ciencia y Tecnología. Recuperado de: <http://drquitto.galeon.com/curso/diagramacion.pdf>

Samara, T. (2004). *Diseñar Con o Sin Retícula*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S.L.

Samara, T. (2008). *Manual de Estilo Para Diseñadores Gráficos*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S.L.

Zapatero, Y. (2009). *Diseño Editorial Periódicos y Revistas*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili

## ARTICULO CIENTÍFICO

### ACTUALIDAD DEL DISEÑO EDITORIAL EN REVISTAS INSTITUCIONALES EDUCATIVAS DEL NORTE DE QUITO

**Est. Susana Cardona**

Universidad Técnica del Norte / [secardonaf@utn.edu.ec](mailto:secardonaf@utn.edu.ec)

#### RESUMEN

El presente trabajo tiene el objetivo de evidenciar la importancia y situación actual del diseño editorial como herramienta de comunicación institucional utilizada en las unidades educativas particulares del Distrito de Educación Nro. 5 de Quito, para esto, conceptualizaremos al diseño editorial y sus herramientas más importantes como: tipografía, color, imagen (fotografías e ilustraciones) y composición, se explicará cómo estas herramientas influyen en la comunicación visual, además, se detallará los objetivos y funciones principales del diseño editorial. Indicaremos los detalles y resultados más relevantes de la investigación realizada en las unidades educativas, mediante un estudio: descriptivo, cualitativo y cuantitativo, para el fin, se aplicó un cuestionario estructurado a los directivos de varias instituciones seleccionados mediante el método probabilístico, además, se observó y analizó el contenido de las revistas escolares de las instituciones que aún realizan este material para determinar cómo está siendo aplicado el diseño editorial. El resultado indica que actualmente son pocas las unidades educativas que aún realizan revistas escolares como medio de comunicación institucional, la mayoría lo realiza empíricamente, procurando analizar el contenido de otras revistas para emular su diseño y capacitándose mediante tutoriales en la web para su elaboración y así brindar un producto atractivo para el lector. Explicaremos ¿por qué? El uso de herramientas y aplicaciones tecnológicas han afectado a los medios impresos y como estos por medio del diseño editorial deben innovarse para mantenerse. Finalmente, con los resultados obtenidos concluiremos la situación actual de las revistas escolares.

**PALABRAS CLAVE:** DISEÑO EDITORIAL, REVISTAS ESCOLARES, COMUNICACIÓN VISUAL, COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, COMPOSICIÓN EDITORIAL.

## **ABSTRACT**

This degree work aims to demonstrate the importance and current situation of editorial design as an institutional communication tool used in the private educational units of the Education District No. 5 of Quito. For this, we will conceptualize editorial design and its most important tools such as: typography, color, image (photographs and illustrations) and composition, it will be explained how these tools influence visual communication, in addition, the objectives and main functions of editorial design will be detailed. We will indicate the most relevant details and results of the research carried out in the educational units, through a descriptive, qualitative and quantitative study, to this end, a structured questionnaire was applied to the managers of several institutions selected through the probabilistic method, in addition, the content of the school magazines of the institutions that still carry out this material was observed and analyzed to determine how the editorial design is being applied. The result indicates that there are currently few educational units that still carry out school magazines as a means of institutional communication and most of them do it empirically, trying to analyze the content of other journals to emulate their design and training through web tutorials for their preparation and thus provide an attractive product. We will explain why? The use of tools and technological applications have affected the print media and how these through editorial design must be innovated to last. Finally, with the results obtained we will conclude the current situation of school magazines.

**KEYWORDS:** EDITORIAL DESIGN, SCHOOL MAGAZINES, VISUAL COMMUNICATION, INSTITUTIONAL COMMUNICATION, EDITORIAL COMPOSITION.

## INTRODUCCIÓN

Es importante recalcar la importancia de la comunicación en el desenvolvimiento social y desarrollo del ser humano, pues desde que nacemos tenemos la necesidad de comunicarnos. El diseño editorial es una herramienta fundamental de la comunicación escrita ya sea impresa o digital ya que esta proporciona modo y tono a la información para generar una mejor comprensión del contenido. La función principal del diseño editorial es estructurar la información de una forma armónica entre sus elementos principales como son: tipografía, color, imagen y composición para dotar de expresión y personalidad al contenido, conseguir la atención del lector y hacer que la comunicación visual fluya espontáneamente. Existe una estrecha relación entre el diseño editorial y el lenguaje visual ya que el lector se sentirá atraído y comprenderá mejor la información que le cause mayor impacto visual. Zapatterra (2009) define al diseño editorial como una forma de periodismo visual ya que este genera tal impacto que tiene la capacidad de contarnos una historia a simple vista.

El diseño editorial aplicado a medios impresos como revistas escolares, en la actualidad ha sido relegado por aplicaciones tecnológicas que permiten una comunicación más rápida y continúa propiciada por el cambio generacional y las nuevas tendencias de comunicación de sus actuales usuarios denominados: millennials (personas nacidas a partir de 1980 y 1999) y centennials o generación z (personas nacidas a partir del año 2000), caracterizados por el dominio de la tecnología y medios digitales, estos dedican mucho tiempo a estar conectados a sus dispositivos móviles para mantenerse informados, esta es una de las causas más importantes para que el ritmo de la información actual sea acelerado y los medios impresos no estén dentro de sus canales de comunicación de preferencia.

Las Autoridades de las Unidades Educativas han tomado en cuenta este factor generacional y tecnológico para planificar la comunicación institucional adaptándose a las nuevas tendencias de comunicación de sus usuarios utilizando como canales de comunicación: e-mails, fan-pages, grupos de whatsapp, páginas web e informativos o convocatorias impresas como único canal

tradicional de comunicación. Además, los canales tecnológicos son medios masivos que permiten una comunicación directa más rápida y eficiente, económicamente más accesibles y amigables con el ambiente gracias al ahorro del uso de papel y tintas.

Mediante una investigación realizada en varias unidades educativas particulares del norte de Quito, por medio de encuestas realizadas a sus autoridades, se verifico que solo un número muy reducido de estas aún realizan revistas escolares como medio de comunicación institucional, la mayoría de estas lo hacen aplicando de manera empírica el diseño editorial y su elaboración está a cargo de una persona designada por la institución conjuntamente con docentes y estudiantes. Las instituciones que no realizan revistas escolares o dejaron de hacerlo explican que es un proceso muy complejo y demanda de tiempo y recursos, además, el costo que implica no está dentro de su presupuesto. Por lo cual, han optado por usar herramientas de comunicación más accesibles y tecnológicas.

Sin embargo, los medios impresos tienen un valor agregado como es la perdurabilidad en el tiempo. tienen un enfoque más informativo y formal, en el caso de las revistas escolares aquí se recopila la información más relevante y de manera detallada del trabajo realizado en el período académico, logros institucionales, mejoras tecnológicas y académicas y todo aquello que beneficie la imagen de la institución y su mejor herramienta para mostrar un producto de calidad es el diseño editorial que ayuda a construir composiciones visuales que captan la atención de los lectores y convierten a las revistas escolares en un material muy atractivo.

## **CONCEPTUALIZACION DEL CONTENIDO**

### **Diseño Editorial**

De acuerdo con: Zapaterro (2009, p. 6) una manera simple de acotar el diseño editorial es considerarlo como una forma de periodismo visual. Una publicación editorial, puede, entretener, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Generalmente, consiste en la combinación de texto e imágenes, pero también en uno de ambos elementos exclusivamente. El diseño editorial, transforma la información textual en una composición visual capaz de transmitir de forma clara cualquier tipo de mensaje. Este es parte fundamental de la comunicación visual y según: Dabner, Stewart y Zempol (2015, p. 20) El éxito de la comunicación visual depende de la capacidad de llegar al público al que está destinada y de provocar la reacción deseada. Lo más habitual es utilizar la imagería visual para provocar un estado emocional que sitúe al público en el marco mental receptivo adecuado para recibir el mensaje que se le dirige. Tanto aquí, como en cualquier otra área del diseño, es necesario conocer a nuestro público para lograr de acuerdo con: Ambrose y Billson (2011, p. 111) Representar visualmente mensajes específicos para un público determinado. Para ello es fundamental tener en cuenta el significado atribuido a los distintos elementos visuales (p. ej., el texto, las imágenes y las ilustraciones). Esto explica lo dicho por: Martin Venezky, Director Artístico de Speak, mencionado en el libro de: Zapatterra (2009)

El diseño editorial es el marco en el que una historia dada es leída e interpretada. Abarca tanto la arquitectura general de la publicación (y la lógica estructural que esta implica) como el tratamiento específico de la historia (en la medida en que puede modificar o incluso desafiar esa misma lógica) (p. 7).

Zapatterra (2009, pp. 6-7) explica la función del diseño editorial y dice:

Cuando opera en el medio editorial, el diseño puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida. Todos estos objetivos han de existir y desarrollarse de manera cohesionada para lograr un producto final agradable, útil o informativo o una combinación de las tres cualidades.

Sin lugar a duda las funciones del diseño editorial, están orientadas a mostrar la información de tal forma que su contenido sea comprensible, atractivo y seduzca al lector.

## **El Diseño Editorial Como Parte Del Lenguaje Visual**

Dabner et al. (2015, p. 32) afirman que una buena composición es un elemento esencial de toda forma artística, ya sea gráfica o de cualquier otra índole, y debe considerarse el fundamento de la comunicación visual. Los elementos de una página impresa o web deben guiarse siempre por el espaciado, la organización visual y el estilo, así como el formato y el trabajo acabado.

Dabner (2005, pp. 8-9) Explica que el lenguaje visual consta de tres partes fundamentales: forma, color y concepto.

- a) “La forma es la composición de los elementos fundamentales de un diseño. Es su aspecto externo - la forma, proporción, equilibrio y armonía de las partes que lo constituyen”.
- b) “El color desempeña un papel importante, ya que añade variedad, sensación y una dimensión espacial. Los colores seleccionados para un diseño no sólo provocan reacciones psicológicas y emocionales, sino que además tienen que apoyar y realzar los aspectos formales”.
- c) “El término concepto indica la idea y pensamiento que hay detrás de un diseño. Los procesos de pensamiento que siguen los diseñadores cuando absorben y desarrollan el briefing o especificaciones de un cliente”.

Edwar de Bono ha escrito: “Cuando se logra una buena integración entre concepto, uso de forma y color se está en condiciones de lograr que el diseño cumpla con sus objetivos”.

El diseño editorial y el lenguaje visual dependen de tres factores fundamentales: tipografía, color e imagen para lograr una composición visual perfecta.

## **Tipografía**

“La tipografía está sometida a una finalidad precisa: comunicar información por medio de la letra impresa. Ningún otro argumento ni consideración puede librarla de este deber. La obra impresa que no puede leerse se convierte en un producto sin sentido” Emil Ruder (s/f).

Se puede decir que la tipografía es la herramienta imprescindible del diseño editorial. Según: Ambrose y Billson (2011)

El término tipografía hace referencia al estudio de los tipos de letra y a su clasificación sistemática. Cada tipo de letra es una familia de letras que se corresponden con las del alfabeto y, por norma general, también incluye números y signos de puntuación (p. 117).

Este concepto de tipografía se complementa con lo que manifiesta: Cheng (2006, p. 7) La tipografía es la manifestación visual del lenguaje, es el equivalente visual de una voz. Su papel es decisivo a la hora de convertir los caracteres individuales en palabras y las palabras en mensajes. Esta no solo hace que los mensajes sean legibles, la forma misma de los tipos matiza, incluso altera, el propósito inicial de un mensaje. Los caracteres tipográficos pueden estar cargados de poder simbólico como: comportamientos radicales, lujo, jerarquía social, etc. Ya que expresa emoción y personalidad. (Dabner et al, 2015, p. 62) reafirma el concepto de tipografía y dice: La tipografía es el proceso de distribuir las letras, palabras y texto para casi cualquier contexto imaginable, y constituye una de las herramientas más importantes que debe manejar el diseñador para conseguir una comunicación visual eficaz, respetando sus normas y tradiciones con vista a la legibilidad de la información. Algo que debemos tomar en cuenta siempre y de acuerdo con: Ambrose y Billson (2011, p. 117) “Si se desea transmitir un mensaje a un público determinado, es

imprescindible tener en cuenta la forma, la estructura, el equilibrio y la jerarquía de los distintos tipos de letra”.

## Color

De acuerdo con: Dabner et al (2015, p. 96) El color constituye una poderosa herramienta, sobre todo en el diseño de la información ya que ayuda a organizar los datos en diversas estructuras y facilita la lectura de un diseño. Los psicólogos han demostrado que el color de un objeto se ve antes que su forma y sus detalles. Por lo que Dabner et al (2015, p. 88) afirma: El color posee un lenguaje único y complejo, así como la capacidad de cambiar de significado cuando se combina. Por lo cual, es fundamental para el diseñador, tener un amplio conocimiento sobre el uso del color ya que este tiene variaciones infinitas. Como Edwards (2016, p. 50) explica: Los colores tienen muchas aplicaciones en el mundo de la comunicación visual. El color utilizado adecuadamente logra, desde insinuar ciertas características hasta hacer cosas agradables estéticamente. Para saber cómo elegir o asignar un color a un diseño con fines específicos Dabner et al (2015, p. 88) comenta que: el diseñador debe conocer: cómo funciona el color, como se clasifican los colores y los términos que se emplean para describirlos. El color consta de tres características: tono (definición del color puro), luminosidad (es la claridad u oscuridad relativa de un color) y saturación (es la intensidad relativa de un color), además, el color puede describirse por su temperatura (cálidos y fríos). El color, brinda al diseño editorial, un invaluable aporte en la composición visual de la información ya que este apoya y refuerza a cada una de las ideas a las que va a dar forma. Para: Dabner et al (2015, p. 93) Es importante entender cómo funciona el color en contraste y armonía. Ambos factores están relacionados con la legibilidad y las asociaciones cromáticas, e influyen en la función y la percepción de un diseño.

## Imagen

Es la parte gráfica o artística de toda composición visual, pueden ser: fotografías, ilustraciones o tipografías a modo de imagen, esta cumple dos funciones principales: Apoyar el contenido textual

y transmitir una historia en una sola imagen. Para utilizar una imagen se debe estudiar muy bien su contexto para transmitir el mensaje correcto. De acuerdo con: Dabner et al (2015, p. 56) La opción de utilizar fotografías, ilustraciones o tipografías a modo de imagen (o las tres juntas) es una importante consideración a tomar en cuenta al igual que la manera de planificar, editar e incorporar las imágenes dentro de la composición sin duda influirán en el resultado final. Todo tipo de imágenes deben cumplir con especificaciones, las más importantes son: la imagen debe estar bien proporcionada dentro de su espacio, debe ser clara para mostrar todos sus detalles, el centro de interés debe ser notorio a simple vista, la imagen debe ser legible y armónica. Actualmente, Dabner et al (2015, p. 56) afirma que: los límites entre la fotografía y la ilustración son cada vez más tenues. Ahora fácilmente se puede escoger entre una fotografía realista, la interpretación de un ilustrador o fundir las dos gracias a las nuevas técnicas digitales. A pesar de esto siempre se debe pensar como quiere que se entienda o interprete el mensaje.

## **Composición Del Diseño**

Cada herramienta del diseño editorial, cumple una función específica, sin embargo, nunca dejan de depender la una de la otra, más bien, se complementan para lograr una composición visual perfecta, legible y armónica, capaz de comunicar claramente cualquier tipo de información y que su interpretación este acorde a la información. El diseño editorial es la herramienta más importante de los medios especialmente impresos, sin este, la información sería muy difícil de comprender.

De acuerdo con Dabner et al. (2015, p.32) la composición hace referencia a la estructura y organización visual de los elementos de un diseño, combinar y organizar imágenes y texto (cada uno con sus propias formas, tamaños, colores y texturas) para crear un todo. Entender y analizar la composición de manera práctica es primordial para la comunicación visual eficaz.

## **Principios De La Composición**

De acuerdo con Dabner et al. (2015) La composición debe cumplir con cuatro principios fundamentales:

### ***Forma y Espacio.***

Según Dabner et al. (2015, p.36) es necesario entender cómo influye la relación entre los elementos visuales para su percepción y así controlarlos y explotarlos. La forma siempre se relaciona con el espacio es lo que llamamos relación figura-fondo. Los elementos visuales siempre se ven en relación con un campo visual, es decir, en un solo contexto y no se puede aislar. Toda forma tiene importancia dentro del diseño global, el fondo influye en la forma y viceversa.

### ***Simetría y Asimetría.***

Dabner et al. (2015, p.38) explica que la simetría en el diseño hace referencia a la relación espacial entre los elementos y de forma más general se refiere a la armonía y equilibrio de los elementos para reflejar belleza. La simetría implica conceptos de perfección, tradición, orden, racionalidad y paz.

### ***Ritmo y Contraste.***

De acuerdo con Dabner et al (2015, p. 46) el ritmo y el contraste son fundamentales para captar y mantener el interés del lector: proporcionan variedad y establecen la cadencia y el ambiente (flujo de la información) es fundamental que el lector dirija la vista hacia las diferentes piezas de la información por lo cual es necesario generar una secuencia determinada. El ritmo de una publicación se determina por el contenido y el espacio disponible, el contraste está directamente relacionado con el ritmo que crea un énfasis visual con fuentes e imágenes, encuadres, gráficos informativos laterales y sangrados completos de imagen o color.

### ***Tamaño y Formato.***

Como indica Dabner et al (2015, p. 50) el tamaño y el formato son consideraciones importantes en cualquier diseño impreso, estos dependen: del presupuesto, las necesidades del trabajo y la experiencia que se desea brindar al usuario. Los trabajos impresos son visuales y táctiles por lo que es importante cuidar la textura de las superficies, la encuadernación, las tintas, los termo

grabados y superficies troqueladas ya que esto le proporciona personalidad al producto. Los trabajos web son totalmente visuales y debemos adaptarlo al tamaño y formato de la pantalla de los dispositivos.

## **METODOLOGÍA**

La investigación se llevó a cabo en la ciudad de Quito, en el distrito de educación Nro. 5, en las unidades de educación particulares pertenecientes al mismo. Se contó con una muestra de 28 unidades educativas. El tipo de muestreo utilizado fue el probabilístico a través de la selección aleatoria para garantizar la calidad y representatividad de la muestra.

Para obtener los resultados deseados en la investigación, se aplicó un cuestionario estructurado sencillo a los directivos de las unidades educativas seleccionadas, dividido en dos partes.

**Primera parte:** estructurada para identificar los medios más comunes de comunicación institucional, la periodicidad de la comunicación y como planifican la información. Algunas de las preguntas del cuestionario fueron: ¿Tiene la institución un plan de comunicación?, ¿Qué canales de comunicación utiliza la institución?, ¿Qué periodicidad tiene la comunicación?

**Segunda parte:** estuvo dirigida únicamente a las instituciones donde se realizan revistas escolares con el fin de conocer en detalle cómo se elaboran estas. Algunas preguntas del cuestionario fueron: ¿Quién es el responsable de la planificación del contenido?, ¿Quién es el responsable de realizar la parte fotográfica?, ¿Quién es el responsable de la edición de la información?, ¿Cómo se financian para elaborar la revista escolar?, además, se analizó el contenido de algunos ejemplares para determinar cómo estaba siendo aplicado el diseño editorial.

## RESULTADOS

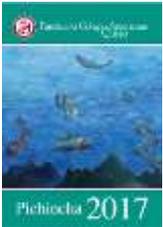
Con respecto a la primera parte del cuestionario se pudo determinar que todas las instituciones tienen un plan de comunicación, es decir, tienen una comisión encargada de: planificar, elaborar y publicar la información cuando sea requerida, a través, de los canales de comunicación institucionales. Los canales más comunes son: fan pages, grupos de WhatsApp o informativos impresos.

En la segunda parte del cuestionario se determinó que de las 28 unidades educativas consultadas solo 9 elaboran revistas escolares como medio de comunicación institucional lo que representa el 32.15% de la muestra total. La planificación del contenido se realiza conjuntamente entre: autoridades, docentes y alumnos designados, la realización del contenido la hacen docentes y estudiantes mientras las autoridades son quienes supervisan el contenido, la mayoría de instituciones procuran apoyarse en una persona especializada para realizar la parte fotográfica y edición de la revista. Cabe recalcar que ninguna institución educativa ha realizado una evaluación sobre la aceptación u observaciones sobre este material.

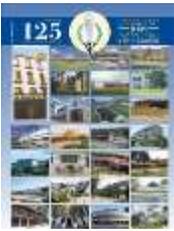
Este resultado nos da una clara idea de que las revistas escolares están siendo relegadas dentro de la comunicación institucional por otros canales de comunicación más tecnológicos, caracterizados por que gastan menos recursos, son masivos, rápidos, efectivos y fáciles de usar.

Dentro de la investigación, se pudo definir que las instituciones educativas que no realizan revistas escolares, es debido: a la complejidad, falta de recursos económicos y falta de experiencia para realizarlo.

A continuación, se muestra un cuadro que nos permite caracterizar y analizar las portadas de las revistas escolares.

<b>Imagen portada</b>					
<b>Cabecera</b>	<b>Si</b>	X		X	X
	<b>No</b>		X		
	<b>Ubicación</b>	Superior central		Superior central	Superior central
<b>Titular</b>	<b>Tipo de Fuente</b>	Palo seco	Roman y palo seco	Roman	Palo seco
	<b>Estilo de Fuente</b>	Bold e italic	Semibold	Regular	Bold
	<b>Color</b>	Blanco	Blanco con bordes celestes	Blanco	Café con luminosidad media
	<b>Ubicación</b>	Superior izquierda	Superior izquierda	Inferior central	Superior central
	<b>Referente a:</b>	Nuevo espacio institucional	Proyecto institucional	Pintura ganadora de concurso institucional	Ambiente institucional
<b>Subtitular</b>	<b>Tipo de Fuente</b>	Palo seco	Palo seco y scrip		
	<b>Estilo de Fuente</b>	Bold y regular	Bold e italic		
	<b>Color</b>	Negro y blanco	Rojo, azul y naranja		
	<b>Ubicación</b>	Parte inferior en dos columnas	Parte central izquierda		
	<b>Tema</b>	Actividades escolares	Temas de interés institucional		
<b>Imagen principal</b>	<b>Fotografía</b>	X		X	X
	<b>Ilustración</b>		X		
	<b>Tamaño</b>	75%	75%	60%	75%
	<b>Ubicación</b>	Área central	Área central	Área central	Área central
	<b>Descripción</b>	Centro de interés al lado derecho de la regla de los tercios, dirección de mirada frontal y apoyada en las líneas verticales	Centro de interés al lado derecho, la imagen necesita ser apoyada por el texto para mejor comprensión.	Fotografía de una pintura del mundo marino con elementos dispersos, sin embargo, se ve equilibrada y armónica	Cumple la regla de los impares, muestra tres centros de interés en un plano $\frac{3}{4}$ , apoyada en

		para demostrar firmeza.			líneas horizontales.
<b>Nro. De publicación</b>	<b>Si</b>	X	X		X
	<b>No</b>			X	
<b>Colores dominantes</b>	<b>Descripción</b>	Vino, naranja	Azul, amarillo	Verde, azul	Café con varios tonos de iluminación
<b>Estilo de composición</b>	<b>Descripción</b>	Cuatro franjas horizontales de distinto tamaño para distinguir cada parte de la portada, estilo simétrico, comprensible, contraste de color adecuado, distribución de los elementos bien organizados, visualmente una composición bien equilibrada.	Composición de estilo libre, se puede distinguir cada parte de la portada, la composición es armónica, el contraste de color es adecuado.	Tres franjas horizontales, composición simétrica, armónica y sencilla.	Dos secciones bien definidas, contraste adecuado de color, elementos bien organizados, composición visual armónica.
<b>Tipo de publicación</b>	<b>Impresa</b>	X		X	X
	<b>Digital</b>	X	X		
	<b>PDF</b>			X	

<b>Imagen portada</b>					
<b>Cabecera</b>	<b>Si</b>	X	X	X	X
	<b>No</b>				
	<b>Ubicación</b>	Superior central	Superior central	Superior central	Parte central/ inclinado a la derecha
<b>Titular</b>	<b>Tipo de Fuente</b>	Roman	Roman		Palo seco
	<b>Estilo de Fuente</b>	Bold	Regular		Regular
	<b>Color</b>	Blanco con bordes celestes	negro		Blanco

	<b>Ubicación</b>	Central inferior izquierdo	Central superior central		Central inferior/ inclinado a la derecha
	<b>Referente a:</b>	Innovaciones institucionales	Actividad institucional		Valor institucional
<b>Subtitular</b>	<b>Tipo de Fuente</b>	Palo seco			
	<b>Estilo de Fuente</b>	Bold			
	<b>Color</b>	Blanco			
	<b>Ubicación</b>	Inferior derecho e izquierdo			
	<b>Tema</b>	Infraestructura y metodología			
<b>Imagen principal</b>	<b>Fotografía</b>	X	X	X	X
	<b>Ilustración</b>				
	<b>Tamaño</b>	60%	60%	80%	50%
	<b>Ubicación</b>	Central	Central	Central	Superior e inferior
	<b>Descripción</b>	Dos estudiantes caminando por el pasillo, en plano entero, dirección de mirada frontal, apoyada en líneas verticales	Dos grupos de estudiantes, plano entero frontal, apoyado en líneas horizontales.	Collage de varias fotografías de las diversas instituciones del grupo SEK.	Varias fotografías de estudiantes realizando actividades académicas, predomina el plano medio.
<b>Nro. De publicación</b>	<b>Si</b>	X	X		
	<b>No</b>			X	X
<b>Colores dominantes</b>	<b>Descripción</b>	Azul	Blanco y morado	Azul en diferente luminosidad	Blanco y azul
<b>Estilo de Composición</b>	<b>Descripción</b>	Tres franjas horizontales, simétrica.	Una franja vertical izquierda y tres horizontales, simétrica	Dos franjas horizontales una pequeña informativa y otra bastante amplia dividida en cuatro columnas simétricas para fotografías.	Estilo libre, simétrico. Con dirección diagonal hacia la derecha.
<b>Tipo de publicación</b>	<b>Impresa</b>	X		X	X
	<b>Digital</b>		X		
	<b>PDF</b>	X		X	X

*Análisis de portadas escolares*  
Elaborado por: Susana Cardona

## **PRINCIPALES OBSERVACIONES CON RESPECTO AL CONTENIDO DE LAS PORTADAS**

La cabecera en la mayoría de portadas se sitúa en la parte superior central y se refiere al nombre o siglas de la institución.

El titular de portada en la mayoría de revistas se ubica en la parte superior central.

Predominan el tipo de fuente roman o serif y palo seco o san serif.

Los estilos de fuente más utilizados son el Bold y el regular.

El color de fuente en la mayoría de portadas es de color blanco para contrastar con el color de fondo.

El titular de portada en todas las revistas escolares hace referencia a actividades e innovaciones institucionales.

Con respecto a la imagen la mayoría de revistas usan fotografías para sus portadas, estas ocupan entre un 60% a 75% de espacio.

Las imágenes de portada en todas las revistas ocupan toda el área central.

Las imágenes que se usan están directamente relacionadas con aspectos institucionales.

En todas las portadas predominan los colores institucionales siendo el azul uno de los colores más usados.

El estilo de composición de las portadas se muestra clásico, dividido en franjas horizontales bastante simétrico, con sus elementos bien distribuidos en el espacio.

Con respecto al contenido de las publicaciones de las revistas escolares, en los siguientes gráficos se muestra algunas páginas de diferentes revistas para evidenciar los objetivos y las funciones del diseño editorial, como: dotar de expresión al contenido, mostrarlo de forma armónica, organizada y jerarquizada, estructurar cada elemento de la composición para que la información sea comprensible y atractiva para el lector.

## Elementos del Diseño Editorial

Tipografía  
Color  
Imagen  
Composición



Elementos del diseño editorial. Contenido revista digital Intisana 2019 y revista digital ISM 2019.

Elaborado por: Susana Cardona

## Tipografía



Ejemplo de la aplicación de la tipografía en el contenido editorial. Imágenes: Revista digital ISM 2019, revista impresa Pichincha 2017 del colegio Internacional, revista impresa Shalom 2015 del colegio Albert Einstein

Elaborado por: Susana Cardona

## Color



*Ejemplo del uso del color en la composición. Imagen revista impresa Pichincha 2017 del colegio Internacional, revista impresa SEK 2017, revista impresa U.E. San Gabriel 2017.*

Elaborado por: Susana Cardona



## Imagen

*Ejemplos de imágenes incluidas en el contenido de las revistas. Imágenes: Revista impresa SEK 2017, revista digital Intisana 2019 y revista impresa U.E. San Gabriel 2017.*

Elaborado por: Susana Cardona

# Composición



## Educación comprometida con Dios

“Los valores espirituales son aquellos que forjan nuestro comportamiento con el fin de acercarnos a la deidad en la que creemos”.

La Unidad Educativa San Francisco del Almirante cumple con la formación integral de sus estudiantes de los Grados Secundario y Superior, ofreciendo valores cristianos que originados en su contrato y alianza con Dios, trascienden la cotidianidad y las acciones para que trascienda con los fundamentos de su fe, solidaridad y fraternidad que los acercan más a Dios y revivirlos en fe.

La formación cristiana que día a día crece, se convierte en un camino que parte de una formación académica, personal y espiritual. Usando como objetivo acercar al alumno de la Unidad del Almirante de Dios en el camino de su crecimiento y que se refleje en cada uno de los hogares de nuestros estudiantes.

20 UESFA



El trabajo que se realiza en la institución, mantiene la calidad de la educación basada en el compromiso con Dios, los valores cristianos que la Comunidad Educativa esta, genera en su modelo y visión educativa con el fin de crear hombres, cristianos y buenos ciudadanos.

Los docentes están comprometidos a contribuir orientando la educación religiosa como una disciplina esencial y una fuente imprescindible que permita al estudiante de la calidad y el valor con la fe. Manteniendo así, nuestra fe cristiana más cerca del alma de Dios.

La metodología de aprendizaje está centrada y de priorizada a los valores morales

y éticos que los estudiantes deben practicar en su diario vivir. Tienen como referencia a Jesús, su vida y su mensaje. Se ejercen en sus aulas fundamentales para fortalecer en los niños y adolescentes el amor, respeto, honestidad y calidez, dichos valores permeando el desarrollo espiritual de los estudiantes, pudiendo por el sentido del bien y comprometidos a una vida religiosa y social comprometida con Dios.

La armonía, respeto, cordialidad y fe, convierten los valores que forman a los Grados Secundario y Superior, para el crecimiento personal y espiritual, con el fin de tener una vida más sana, alegre y solidaria con el entorno social.

UESFA 21

**Hna. Msc. Gloria María Orellana**  
Rectora

El trabajo que se realiza en la institución, mantiene la calidad de la educación basada en el compromiso con Dios, los valores cristianos que la Comunidad Educativa esta, genera en su modelo y visión educativa con el fin de crear hombres, cristianos y buenos ciudadanos.

Ejemplo de composición del contenido revista UESFA 2018 (versión impresa)  
Elaborado por: Susana Cardona

# Composición



**Mónica Barera**

El trabajo que se realiza en la institución, mantiene la calidad de la educación basada en el compromiso con Dios, los valores cristianos que la Comunidad Educativa esta, genera en su modelo y visión educativa con el fin de crear hombres, cristianos y buenos ciudadanos.

**Redo Martínez**

El trabajo que se realiza en la institución, mantiene la calidad de la educación basada en el compromiso con Dios, los valores cristianos que la Comunidad Educativa esta, genera en su modelo y visión educativa con el fin de crear hombres, cristianos y buenos ciudadanos.



Ejemplo de composición del contenido revista impresa Shalom del Colegio Albert Einstein 2015.  
Elaborado por: Susana Cardona

## Composición



*Ejemplo del contenido revista digital Intisana 2019 y revista impresa Pichincha 2017 del colegio Internacional.*

*Elaborado por: Susana Cardona*

## **PRINCIPALES OBSERVACIONES CON RESPECTO A LA COMPOSICIÓN DEL CONTENIDO**

Dentro del contenido existen cuatro aspectos fundamentales para analizar: Tipografía. Color, Imagen y Composición.

Con respecto a la tipografía de manera general podemos decir:

Brinda total legibilidad al texto, el tipo de fuente más usado es la san serif o palo seco seguido por la serif, los estilos de fuente más utilizados son: el bold y el regular, el tamaño de fuente más usado oscila entre 12 y 14 pts.

Se observa en todas las revistas escolares que el tamaño y el color de la tipografía ayudan a jerarquizar la información. Los colores más destacados dentro de la tipografía son: el negro, el blanco y el rojo.

El texto en todas las revistas se encuentra justificado y alineado, además podemos observar que el texto se muestra en una a tres columnas.

Color:

En todas las revistas se trata de destacar los colores institucionales, los más relevantes son el azul, blanco y amarillo.

La información textual como de imágenes y la composición en general es totalmente legible gracias al contraste y armonía de colores, hay una excelente combinación de colores claros con oscuros y la luminosidad de los mismos.

Imagen:

La mayoría de las imágenes cumplen con las reglas fotográficas especialmente: dirección de mirada, regla de los tercios dorados, rellena el encuadre y se cuida los planos fotográficos.

El tamaño de las imágenes es proporcional a la cantidad del texto, es decir, 50% imagen 50% texto.

Las imágenes se ubican mayormente en la parte superior del texto cuando este tiene una sola columna. Cuando el texto tiene dos columnas, las imágenes se ubican preferentemente al lado derecho del texto. Cuando hay más de dos columnas de texto las imágenes se ubica en los extremos externos. Cuando en una página se muestran varias imágenes a estas se las ubica en columnas en tamaños iguales.

Finalmente, con respecto a la composición podemos observar que la mayoría de revistas tienen una composición bastante simétrica y armónica. Se identifica claramente cada parte de la composición como: títulos, subtítulos, entradillas, destacados, capitulares, párrafos e imágenes, todas las paginas están debidamente numeradas y acompañadas de un encabezado o pie de página. Todos los elementos están debidamente organizados y la información es legible y comprensible. Todas tienen un aspecto bastante agradable.

El contenido está debidamente asociado con las actividades institucionales más destacadas.

El diseño editorial en general en estos ejemplares es bueno, muestra su funcionabilidad y la importancia de su aplicación para mostrar la información de tal forma que el lector se interese por el contenido.

## **CONCLUSIONES**

La elaboración de revistas escolares de las unidades educativas del norte de Quito, como medio de comunicación institucional, han sido relegadas por las nuevas tendencias de comunicación digitales, debido a la brecha generacional y tecnológica, ocasionada por la evolución del internet y los medios tecnológicos.

Sin duda, los avances tecnológicos y la evolución del internet han afectado a los medios impresos, como: las revistas escolares, que no gozan de la preferencia del público actual dentro de sus canales de comunicación.

El público actual, prefiere la comunicación digital, caracterizada por ser masiva, rápida, eficaz y sobre todo accesible en cualquier momento.

El diseño editorial como herramienta de comunicación del lenguaje escrito y visual ha tenido que adaptarse a las nuevas tecnologías como podemos evidenciarlo en: revistas on-line, páginas web, fan-pages, blogs, etc.

El diseño editorial, es importante en la comunicación visual, ya que este proporciona personalidad a la información y ayuda a su mejor comprensión.

## RECOMENDACIONES

Es fundamental conocer y aplicar el diseño editorial y sus herramientas, en la generación de cualquier tipo de contenido textual, para medios impresos o digitales, con el fin de personalizar su contenido y facilitar su comprensión.

Conocer y aprender sobre diseño editorial en la actualidad es más fácil ya que la misma tecnología nos permite acceder a información y tutoriales que nos pueden servir como referencia para realizar un material de calidad o a su vez podemos visualizar y analizar ejemplares similares para emular el diseño.

A pesar de que las revistas escolares ya no son un medio de comunicación importante dentro de las unidades educativas, se debería insistir a las autoridades de cada institución, sobre la importancia y beneficios de contar con una publicación impresa o digital con un adecuado diseño editorial con el fin de transmitir la información más relevante, acontecimientos, innovaciones, actividades importantes, reconocimientos, avances pedagógicos y tecnológicos, logros institucionales, etc. Las revistas son de naturaleza impresas y brinda grandes ventajas ante los medios digitales como:

- Se puede lograr una mejor interacción entre los actores de la información.
- La revista es un producto perenne en el tiempo, tangible y portable.
- Se puede detallar varias temáticas de interés.
- Las publicaciones impresas cuentan con mucha credibilidad.
- Tiene mayor impacto en la mente del lector ya que puede realizar un análisis más minucioso del contenido.

## **BIBLIOGRAFIA**

Cheng, K. (2006). *Diseñar Tipografía*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SL.

Dabner, D. (2005). *Diseño, Maquetación y Composición*. Barcelona, España. Blume

Dabner, D., Stewart, S., Zempol, E. (2015). *Diseño Gráfico*. Barcelona, España: Blume

Edwards, M. (2016). *El Libro De La Comunicación Visual*. Madrid, España: Unigraf SL.

Ambrose, G., Billson, N. (2011) *Enfoque y Lenguaje*. Barcelona, España: Parramón Ediciones S.A.

Zapatero, Y. (2009). *Diseño Editorial Periódicos y Revistas*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili