



BUAP

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
Facultad de Arquitectura
Colegio de Diseño gráfico

DISEÑO DE INFORMACIÓN PARA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA

Revista Electrónica Leer, Escribir y Descubrir (LED)

Tesis presentada para obtener el grado de licenciatura

Presenta:

Azcatl Vicens José Eduardo	201735421
Marín Rodríguez Valeria	201745548
Muñoz Jiménez Cinthia Paola	201742120
Rodríguez Rivera Aranza Rebeca	201742230

Directora de tesis:

Dra. Mara Edna Serrano Acuña
ID: 100426299

Asesores de tesis:

Mtro. Jesús Eladio Barrientos Mora
ID: 100521809
Mtra. María Gabriela Rosas Loranca
ID: 100239655

Octubre 2023

Clave: DSG-2021-1/026-6

Contenido

Introducción	4
Protocolo	5
Capítulo I: Marco teórico contextual y teórico conceptual	8
Marco teórico contextual	8
Divulgación científica en Latinoamérica Revistas digitales de divulgación científica en Latinoamérica	8
Diseño de información en revistas digitales de divulgación científica Latinoamericanas	10
Aprendizaje a través de publicaciones digitales en Latinoamérica	11
Investigación educativa	14
Marco teórico conceptual ¿Qué es el diseño de la información?	18
Metodología para el diseño de la información	18
Diseño de pautas editoriales	21
Proceso de diagramación para temas científicos	23
Procesos de abstracción de la información	28
Capítulo II: Análisis iconográfico	34
Guía de estilo: Universidad de Oxford	35
Manual de estilo, Publicaciones Universidad de Alicante	37
Pautas de estilo. Universidad Nacional de Río Negro	40
Sitio Web: Universiteit Leiden	42
Sitio Web: Universidad de Nottingham	48
Sitio Web: Cruz Roja Alemana	54
Capítulo III: Desarrollo del objeto de diseño	68
3.1 Definición del proyecto de diseño	68
3.1.1 Estrategia Metodológica de Diseño	68
3.1.2 Limitantes del proyecto	70
3.1.3 Alcances del proyecto de diseño	71
3.2 Proceso de elaboración de bocetos	72
3.2.1 Definición del problema	72
3.2.2 Elementos del problema	73
3.2.3 Obtención de datos relevantes, preparación de especificaciones.	75
3.2.4 Análisis y síntesis de los datos para preparar propuestas de diseño	76
3.2.5 Desarrollo de los prototipos	77
3.3 Ejecución de estudios y experimentos que validen el diseño	83
3.3.1 Resultados	84
Glosario	87

Referencias	88
Anexos	98
Evaluaciones de sitio web	98

Introducción

El presente proyecto enfocado en el diseño de información concentra la importancia del desarrollo de pautas editoriales para productos gráficos centrados en la divulgación científica, se identifican parámetros de composición y diseño que permiten al lector procesar la información. Se construye a partir de los artículos generados por la *Revista Electrónica Leer, Escribir y Descubrir (LED)*.

Es un estudio mixto, integra métodos cuantitativos y cualitativos, tiene un enfoque de estudio racionalista deductivo ya que a partir de información existente se generó contenido para la correcta difusión científica.

En esta obra se puede encontrar el siguiente contenido:

Protocolo: Plantea la situación actual de la *Revista Electrónica Leer, Escribir y Descubrir (LED)*. También se presenta la problemática a tratar, así como la hipótesis y los objetivos de la presente investigación.

Capítulo uno: Se expone la situación actual de Latinoamérica en tema de productos editoriales de divulgación científica, además, presenta la información teórica que sustenta la investigación y el diseño del estudio.

Capítulo dos: Se realiza un análisis iconográfico a partir del modelo de Engeström a sitios web y manuales electrónicos que han sido implementados de manera exitosa.

Capítulo tres: Se explica el objeto de diseño que se ha desarrollado para el caso de estudio, se menciona la metodología utilizada. En este apartado también se encuentran los resultados obtenidos en la implementación del producto.

Al finalizar la obra se encuentran las conclusiones de la investigación, así como los anexos que incluyen las evaluaciones del producto final, así como un glosario que será de apoyo, también se presentan las referencias bibliográficas consultadas para el desarrollo de la investigación.

Protocolo

Situación actual

Se espera que los diseñadores puedan entender, analizar y definir estrategias de organización (Pontis. S., 2011) sin embargo, aunque existen autores que difieren entre si el diseño de la información es un área específica o es parte fundamental del diseño resulta indiscutible afirmar que la correcta colocación de los elementos en el espacio es importante a la hora de diseñar.

Sheila Pontis (2011), en su artículo de Foro Alfa, *Qué es el diseño de Información. Orígenes, objetivos, lenguaje y aplicaciones de esta particular área de actuación del diseño* dice que el diseño de información pretende ser explicativo, es decir, explica hechos del universo y las ventajas de acceso al conocimiento y acción informada.

Como diseñadores gráficos estamos a la merced de enfrentarnos a la traducción de ideas ajenas a un aspecto visual, esto muchas veces significa que para poder transmitir una idea en un mensaje primero debemos decodificarla, de lo contrario corremos el riesgo de que al recodificarlas en mensajes estos resulten ambiguos. Siguiendo a la autora, se tiene que para traducir información (simple o compleja) a un lenguaje que comunique las ideas con una mayor claridad, precisión y eficacia, el diseño de información utiliza el lenguaje diagramático. La información es desglosada en representaciones visuales sintéticas con un alto grado de abstracción. (Pontis. S., 2011)

Para poder hacer uso del lenguaje diagramático es importante saber seleccionar la información pues esta es la esencia del mensaje que será transmitido, para realizarla correctamente es importante visualizarla, Sheila Pontis (2011) también dice.

El término «visualización de datos» es utilizado como sinónimo de «diseño de información», debido a que proyectos de ambas disciplinas pueden tener la misma apariencia visual, utilizar el mismo lenguaje o crearse con las mismas herramientas; sin embargo, éstas son dos disciplinas diferentes, por ende, con objetivos distintos. Ambas se encargan de comunicar ideas complejas de forma clara, pero el diseño de información basa su proceso de diseño en la organización y el análisis, mientras que la visualización de datos hace hincapié en las herramientas digitales y lenguajes que utiliza. La visualización de datos está orientada a la representación digital de información, utilizando un lenguaje visual altamente codificado y abstracto (Pontis. S., 2011 párr.3).

Jorge Frascara (2011) en su artículo de Foro Alfa *La necesidad del diseño de información* dice: Evidentemente hace falta desarrollar una cultura en la que el acceso a información comprensible se vea como un derecho ciudadano; esto sería posible sólo con buen diseño de información (Frascara J., 2011. párr.6).

Partiendo de esta idea se puede decir que la responsabilidad de los diseñadores es muy importante para la transmisión de información a través de mensajes pues Frascara, también menciona que el problema central del diseñador no es la gráfica, sino el impacto que ella tiene en los conocimientos, las actitudes, y las conductas de la gente. Nuestro rol es ayudar a entender, para que la gente pueda actuar bien (Frascara J., 2011. párr.1).

Planteamiento del problema.

El diseño de información en los actuales productos de divulgación científica representa una gran responsabilidad del diseñador con el lector, ya que los consumidores finales dependen de la correcta estructuración, composición y diagramación propuesta por el diseñador, sino se cumple con dicha responsabilidad, se compromete el entendimiento de mensajes, indicaciones, instrucciones e incluso ideas complejas de temas abstractos. (Cachú L., 2021)

La ausencia del diseño de información en la divulgación científica es un gran problema, ya que muchas veces no se cumple el objetivo principal; comunicar un mensaje y provocar una reacción en el receptor, un aprendizaje nuevo.

Si no se presenta un correcto diseño de información se limita la cognición. Las representaciones visuales transmiten información a la mente, al excluirlas se prohíbe la búsqueda de patrones y el reconocimiento de relación entre datos. Las visualizaciones científicas y de datos se valen del diseño para representar la información, al tener un mal diseño se limita el entendimiento de un público amplio y heterogéneo y se impide su aprendizaje.

La *Revista Electrónica Leer, Escribir y Descubrir* proporciona artículos inéditos sobre lectura, escritura e implicaciones educativas, mediante investigaciones realizadas por sus colaboradores. Las publicaciones no cuentan con pautas editoriales ocasionando que estas no se encuentren estructuradas de manera nítida, esto limita el entendimiento del lector derivando en un bajo nivel de comprensión lectora, además las publicaciones presentan un escaso contenido visual, generando problemas en la transmisión de información.

Justificación.

El diseño de información tiene como objetivo que los diseñadores puedan entender, analizar y definir estrategias de organización. Como diseñadores gráficos estamos a la merced de enfrentarnos a la traducción de ideas ajenas hacia un aspecto visual.

Para traducir información (simple o compleja) a un lenguaje que comunique las ideas con una mayor claridad, precisión y eficacia, el diseño de información utiliza el lenguaje diagramático. La información es desglosada en representaciones visuales sintéticas con un alto grado de abstracción (Pontis S. 2020, pág. 6).

Esta investigación busca esclarecer la importancia del uso de pautas editoriales en el diseño de información de divulgación científica, así como la importancia del uso de elementos gráficos para su entendimiento.

Pregunta general

- ¿Cuál es la importancia de generar pautas editoriales para la revista Leer, escribir y descubrir del Comité Latinoamericano para el Desarrollo de la lectura y la escritura?

Preguntas específicas

- ¿Cuáles serían las ventajas de tener un proceso de estructuración de información regido por pautas editoriales en una revista de divulgación científica?

- De acuerdo con los artículos que se proporcionan en la revista ¿Qué características deberían de tener las pautas editoriales para la *Revista Electrónica Leer, Escribir y Descubrir*?
- ¿Las pautas deberían de ser iguales para cada sección de la revista?

Objetivo general

Crear pautas editoriales que ayuden al diseñador gráfico en la estructuración de información compleja, con el fin de que la transmisión del conocimiento sea más asequible para las y los lectores.

Objetivos específicos

- Identificar las diferentes pautas editoriales que facilitarían la comprensión lectora de las y los lectores de la *Revista Electrónica Leer, Escribir y Descubrir*
- Analizar qué características visuales tienen los materiales gráficos que contienen pautas editoriales
- Diseñar pautas editoriales para la *Revista Electrónica Leer, escribir y Descubrir* del Comité Latinoamericano para el Desarrollo de la lectura y la escritura

Supuesto teórico

Si se desarrollan pautas editoriales para las publicaciones de la *Revista Electrónica Leer, Escribir y Descubrir*, mejorará la comprensión de información compleja, tanto para los diseñadores, como para el usuario, ya que al comprender dicha información se creará un producto de diseño claro, a través de un lenguaje diagramático único.

Salidas gráficas

- Manual de pautas editoriales para la *Revista Electrónica Leer, Escribir y Descubrir*
- Sitio web de pautas editoriales de *Revista Electrónica Leer, Escribir y Descubrir*

Capítulo I: Marco teórico contextual y teórico conceptual

Marco teórico contextual

Divulgación científica en Latinoamérica

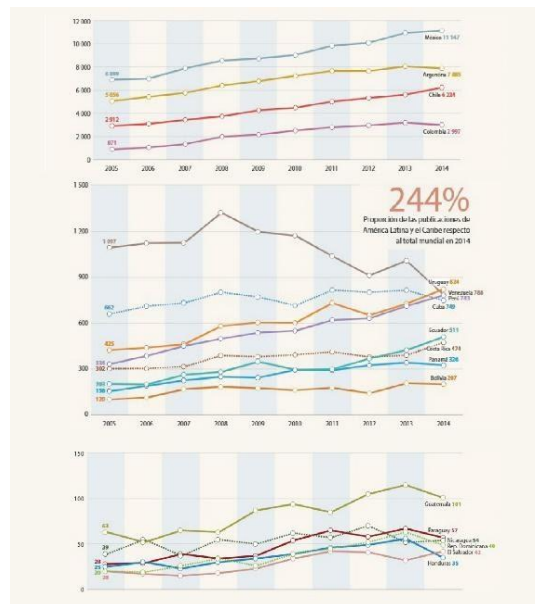
Revistas digitales de divulgación científica en Latinoamérica

Las revistas de divulgación científica son uno de los principales canales de difusión de los resultados de la investigación (Girola, L. 2019).

Existen proyectos regionales de gran importancia que funcionan como bibliotecas electrónicas en línea, ofrecen acceso abierto al texto de artículos pertenecientes a un aproximado de 822 revistas científicas, entre ellos se encuentran *Scientific Electronic Library Online* (SciELO), a la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (RedALyC) (Miguel, S. 2011).

De acuerdo con datos obtenidos por SciELO (Rogel R., 2017) en total, son diez las revistas latinoamericanas de divulgación científica que están indizadas en Scopus (base de datos bibliográfica de resúmenes y citas de artículos de revistas científicas); de ellas, siete están en SciELO *Scientific Electronic Library Online*, cuatro están en DOAJ (*Directory of Open Access Journals*) y solo tres en Redalyc (Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe). Cabe mencionar que la inclusión de una revista en base de datos no asegura el incremento de prestigio.

El instituto de estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura (UNESCO), en su *Informe sobre la ciencia hacia 2030: Informe regional de América latina y el caribe*, menciona que el número de artículos publicados por autores latinoamericanos en revistas científicas catalogadas en el *Science Citation Index Expanded* aumentó un 90 % entre los años 2005 y 2014 (Figura 1), elevando la proporción global de la región del 4,0 % al 5,2 %. El instituto de estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2018), en su *Informe sobre la ciencia hacia 2030: Informe regional de América latina y el caribe*, menciona que el número de artículos publicados por autores latinoamericanos en revistas científicas de corriente principal catalogadas en el *Science Citation Index Expanded* aumentó un 90 % entre 2005 y 2014 (Figura 1), elevando la proporción global de la región del 4,0 % al 5,2 %. El crecimiento más rápido se dio en Colombia (244 %), Ecuador (152 %), Perú (134 %) y Brasil (118 %), y resultó más moderado en la Argentina y México (34 % y 28 %, respectivamente). El volumen total de publicaciones científicas venezolanas se redujo en un 28 % (Organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura [UNESCO], 2015, pág. 189)



GRÁFICA 1. EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE PUBLICACIONES EN DIFERENTES PAÍSES DE LATINOAMÉRICA. OBTENIDO DE LA UNESCO SCIENCE REPORT: TOWARDS 2030, 2018.

Colombia es el país con mayor índice de crecimiento en publicaciones científicas, por su lado, Chile presentó el mayor número de publicaciones científicas por millón de habitantes en el año 2014 (Figura 2).

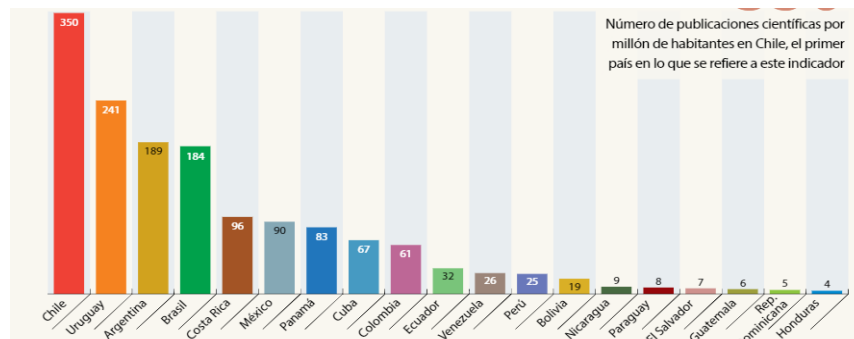


FIGURA 2. NÚMERO DE PUBLICACIONES POR MILLÓN DE HABITANTES EN 2014. OBTENIDO DE LA UNESCO SCIENCE REPORT: TOWARDS 2030, 2018

A pesar del crecimiento favorable de publicaciones científicas Latinoamericanas, la repercusión de dichas publicaciones en la ciencia internacional de vanguardia es austera. De acuerdo con el índice h (Hirsch, 2005). medida de calidad y productividad científica, examinando su validez con otras medidas de productividad (citas totales, citas máximas). El

instituto de estadísticas de la UNESCO indica que entre 1996 y 2004 los índices *h* más altos de publicaciones latinoamericanas fueron obtenidos por: Brasil con 379, México 289, la Argentina 273, Chile 233 y Colombia 169.

Existe una escasa presencia de revistas Latinoamericanas en bases de datos del *Web of Science* (WoS) de Thomson Reuters: *Science Citation Index* (SCI), *Social Science Citation Index* (SSCI) y *Arts and Humanities Citation Index* (A&HCI), más conocidas como “las bases del ISI” (Sancho, 1992; Krauskopf y Vera, 1995; Fernández, 1998) (Miguel, S., 2011).

Por otra parte, el Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal (Alfonso J. y Reina F., 2021) comparte recursos para la visualización e indizaciones de revistas iberoamericanas (Miguel, S., 2011). Las revistas que se encuentran en las bases de datos latinoamericanas son desarrolladas generalmente por instituciones de educación, investigación y difusión de cultura de carácter público.

Algunos ejemplos son: Amelica, Biblat (portal de revista producida por la Universidad Nacional de México), Latindex (directorío y catálogo de revistas, producida por la Universidad Nacional de México en cooperación con instituciones de otros 23 países).

Diseño de información en revistas digitales de divulgación científica Latinoamericanas

En un artículo de investigación bibliotecológica de SciLEO (Sistema de información científica Redalyc, Red de revistas científicas) escrito por Voutssas J. (2012), se habla sobre los aspectos para el desarrollo de una revista científica digital, en el que se analiza y establece una forma integral y practica de los aspectos y elementos que inciden en el desarrollo e implementación exitosa de una publicación periódica de formato digital, revista científica o jornal en función de los objetivos básicos de cualquier institución académica dedicada a la investigación y la docencia en el medio mexicano.

Las características que deben ser tomados en cuenta, para el desarrollo de los aspectos editoriales de una publicación digital según Voutssas J. (2012), son los siguientes:

1. Definición del tipo de revista digital que se va a producir entre los cuatro de la clasificación de Kling y McKim: *e-journal* "puro", *e-p-journal*, *p-e-journal*, *p+e-journal*
2. Definición del "perfil", corte o sello de la revista: *jornal*, *magazín*, *newsletter* o una mezcla de ellos
3. Detalle de las secciones que podrán existir en la revista, cada una las secciones deberán estar siempre perfectamente diferenciadas, delimitadas y especificadas en el sitio Web resultante.
4. Establecimiento, alcance, cobertura y límite de las temáticas que se incluirán en la revista
5. Establecimiento de la frecuencia de aparición de la publicación y su nomenclatura, año, volumen, número
6. Establecimiento del tamaño máximo, mínimo e ideal de cada "fascículo", es fundamental que cada artículo quede asociado siempre a un fascículo y tenga una numeración correspondiente de forma unívoca
7. Esclarecimiento de la lista o listas con los criterios, requisitos y formatos que los posibles autores deben satisfacer al momento de someter trabajos a la revista y explicitarlas claramente
8. Establecimiento de las características, perfil, funciones y número del grupo de pares evaluadores de los trabajos sometidos para cada sección de la revista

9. Establecimiento del universo, origen y tipo de potenciales autores, así como de los canales y posibilidades viables para la consecución de documentos
10. Detección y establecimiento de las agencias revisoras y/o evaluadoras, así como de las bases de datos del sector a las que se pretende acceder en un futuro con la revista, y de los requisitos emanados de las mismas que debe cumplir ésta (Voutssas J., 2012, pp. 81 – 85)

Por otro lado, están los aspectos técnicos que son importantes para maximizar el éxito de la publicación digital, los cuales incluyen la adopción de los estándares técnicos de construcción mínimos y obligatorios del sitio Web de la revista; la revista debe contar con su propio URL. En lo relativo a la "presentación" o vista, en términos generales es recomendable que la revista cumpla con lo establecido con el estándar ISO 8: 2019. "Información y documentación — Presentación e identificación de publicaciones periódicas" (Voutssas M. 2012).

Aprendizaje a través de publicaciones digitales en Latinoamérica

Según un estudio realizado en 2012 por el CERLALC (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe) donde se muestran los índices de lectura en Latinoamérica, es evidente que los argentinos son los mayores lectores de la región y los chilenos y peruanos son los números uno en lectura de revistas y diarios respectivamente. México, tiene un promedio de 2.9 libros leídos por año (Juárez, V. 2012).

En cuanto a las razones por las que las personas leen tiene mucho que ver con los intereses, en el mismo estudio presentado por el CERLALC es claro que México, con un promedio de 2.9 libros leídos por año, lee para obtener conocimientos generales. En España y Argentina, por su parte, con 10.3 y 4.5 libros anuales, se lee principalmente por placer, 70 % y 85 % respectivamente. Países como Brasil y Chile, leen por exigencia académica y para obtener conocimientos generales (Perez K. & Olaya R., 2021) (Figura 3). Lo que es alarmante de estos datos es que de entre todos los países de Latinoamérica son los lectores colombianos los que en un 20 % leen por actualización profesional, lo que indica que a los profesionistas de la región de Latinoamérica no están actualizando sus conocimientos profesionales o lo hacen en un porcentaje muy bajo.

En este sentido también vale la pena visibilizar las razones por las que las personas no leen, y es que la mayor causa por la que las personas no están leyendo es por falta de interés o por un rechazo a la actividad de lectura.

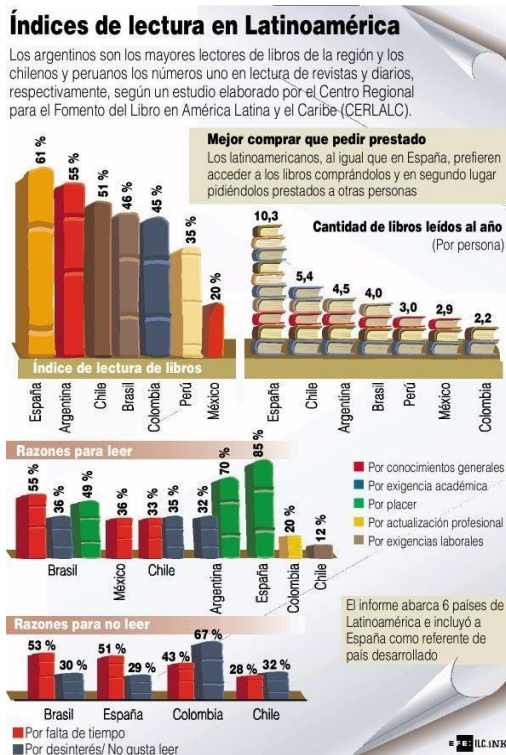


FIGURA 3. ÍNDICES DE LECTURA EN LATINOAMÉRICA. BIBLIOTECHNIA, 2012.

RECUPERADO DE

[HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/BIBLIOTECHNIA/PHOTOS/A.147929585280488.40286.141879919218788/402616886478422](https://www.facebook.com/BIBLIOTECHNIA/PHOTOS/A.147929585280488.40286.141879919218788/402616886478422)

Por otro lado, las publicaciones científicas que se hacen en el mundo son evaluadas con diferentes parámetros e índices como el índice h , este permite medir la calidad profesional de los científicos, en función de la cantidad de citas que han recibido dichos artículos. Se dice que un investigador posee índice h si ha publicado h trabajos con al menos h citas. El índice h es un sistema propuesto por Jorge Hirsch, de la Universidad de California (Red Peruana Ciclo de vida y ecología Industrial [PELCAN] 2021).

Según datos del SJR (*Smago Journal & Country Rank*, 2019) América Latina tiene una suma total de 5,705 de índice " h " representando un 11 %, en comparación con la región oeste de Europa con un total de 15,239 representando el 30 % del total global (Figura 4). Esto podría mostrar la baja calidad científica que tiene América Latina, sin embargo, los rankings encargados de elaborar dichos datos no son claros en como miden la calidad de los artículos ya que los números fluctúan entre los diferentes repositorios y rankings de diferentes partes de mundo.

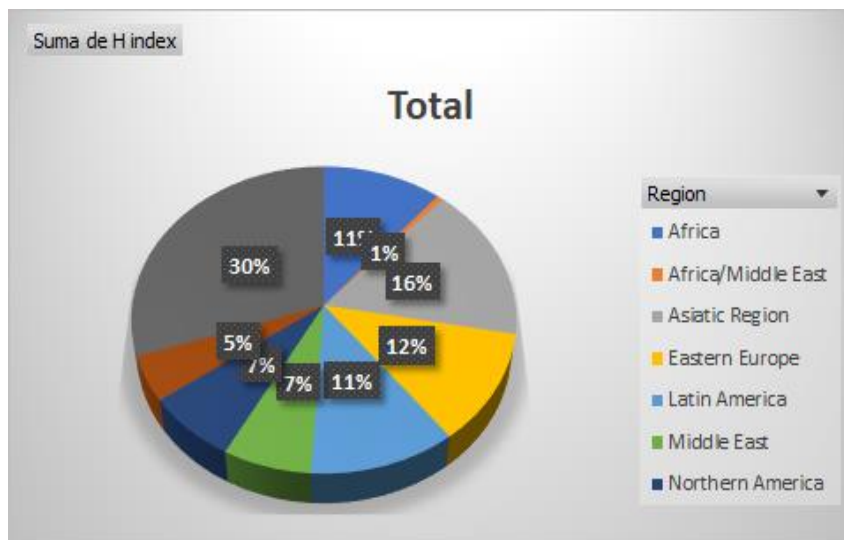


FIGURA 4. DATOS OBTENIDOS DE SMAGO JOURNAL & COUNTY RANK (SJR), 2019. RECUPERADOS DE [HTTPS://WWW.SCIMAGOJR.COM/COUNTRYRANK.PHP](https://www.scimagojr.com/countryrank.php)

Hablando específicamente de los países que componen América Latina el SJR también ofrece una visualización de la calidad de los científicos por país de acuerdo con el índice h , en la que se muestra que Brasil, México y Argentina lideran en este sentido (Figura 5). Brasil es el país con mayor calidad científica, ya que tiene un total de 578 de índice h , seguido de México con un total de 454 de índice h , y Argentina con un total de 431 (SJR, 2019).

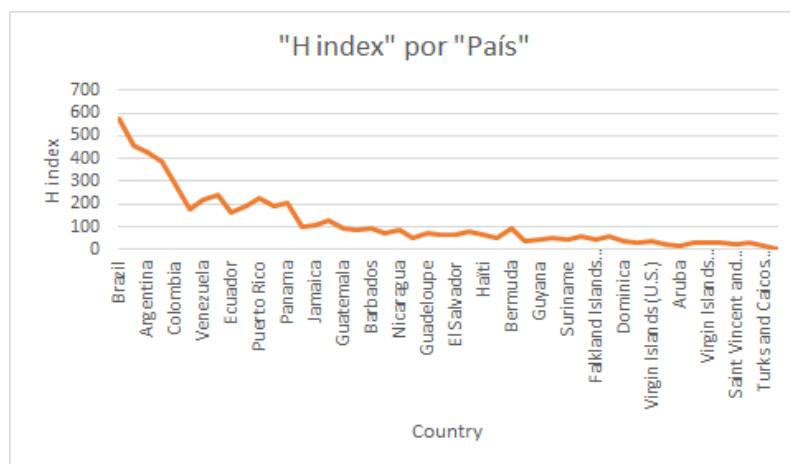


FIGURA 5. 2020. DATOS OBTENIDOS DE SMAGO JOURNAL & COUNTY RANK (SJR), 2019. RECUPERADOS DE [HTTPS://WWW.SCIMAGOJR.COM/COUNTRYRANK.PHP?REGION=LATIN%20AMERICA](https://www.scimagojr.com/countryrank.php?region=Latin%20America)

La producción científica también tiene mucho que ver con la calidad de las publicaciones y estos mapas del SRJ, dan una idea de cuantas publicaciones se producen en las diferentes regiones del mundo (SJR, 2019) (Figura 6).

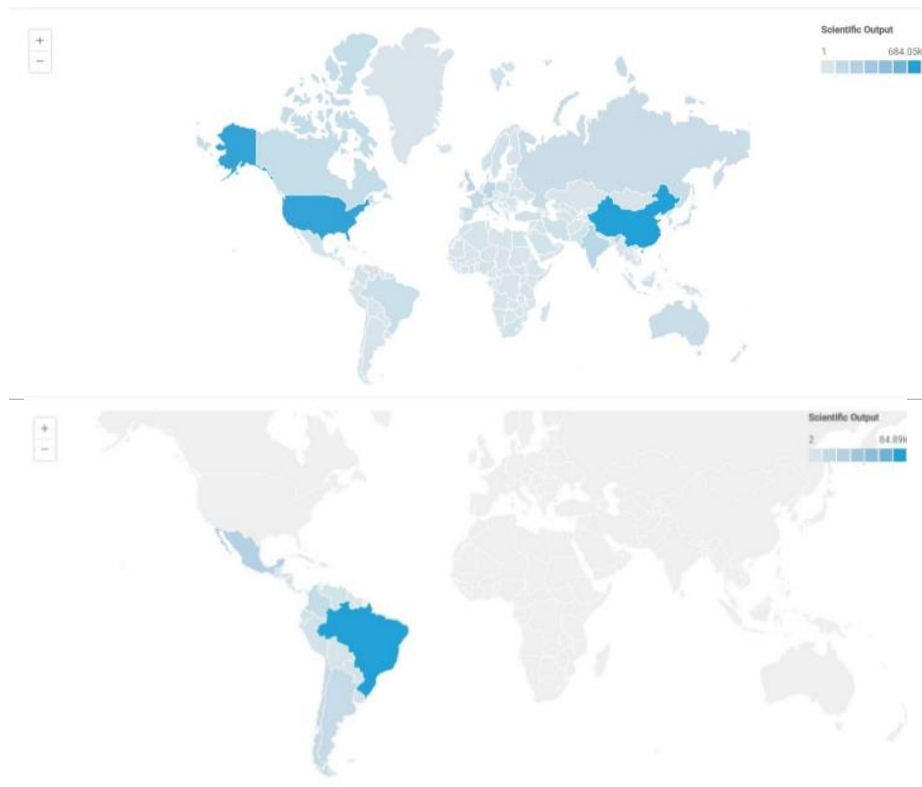


FIGURA 6. LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA A NIVEL MUNDIAL Y REGIÓN LATINOAMÉRICA. SMAGO JOURNAL & COUNTY RANK (SJR), 2019. RECUPERADO DE [HTTPS://WWW.SCIMAGOJR.COM/COUNTRYGRAPH.PHP?YEAR=2019®ION=ALL](https://www.scimagojr.com/countrygraph.php?year=2019®ion=all)

Investigación educativa

El *Informe de seguimiento de la educación en el mundo* realizado en 2017 indica que la mayoría de los países de Latinoamérica pasaron a un nivel de desarrollo humano *medio a alto*.

El mundo sigue estando lejos de alcanzar el objetivo de escolarizar a todos los niños, adolescentes y jóvenes. En 2015, había 264 millones de niños y jóvenes en edad de cursar la enseñanza primaria o secundaria no escolarizados (Informe de seguimiento de la educación en el mundo, 2017).

	Niños sin escolarizar, 2015 (%)			Niños sin escolarizar, 2015 (millones)			Tasa bruta de ingreso al último grado, 2015 (%)		Tasa de finalización, 2010-2015 (%)		
	Primaria	1º ciclo secundaria	2º ciclo secundaria	Primaria	1º ciclo secundaria	2º ciclo secundaria	Primaria	1º ciclo secundaria	Primaria	1º ciclo secundaria	2º ciclo secundaria
Mundo	9	16	37	61	62	141	90	77	83	69	45
Asia Central y el Cáucaso	3	6	19	0.2	0.4	0.6	104	96
Asia Oriental y Sudoriental	4	10	22	7	8	18	96	93	95	79	57
América del Norte y Europa	3	2	8	2	1	3	98	92	...	98	87
América Latina y el Caribe	5	8	24	3	3	7	100	77	90	79	59
África del Norte y Asia Occidental	11	15	33	5	4	9	88	73	80	60	33
Pacífico	7	2	34	0.3	0.0	0.5	99	85
Asia Meridional	6	19	49	11	20	68	93	79	83	69	31
África Subsahariana	21	36	57	33	26	34	70	43	59	38	25
Bajos ingresos	19	38	62	20	19	25	66	37	50	27	13
Ingresos medianos bajos	10	19	47	31	34	91	92	76	83	68	37
Ingresos medianos altos	4	8	22	8	8	22	95	88	95	82	60
Altos ingresos	3	1	7	2	0.6	3	99	93	...	96	84

TABLA 1. INDICADORES RELACIONADOS CON LA PARTICIPACIÓN Y LA FINALIZACIÓN, 2015 O AÑO MÁS RECIENTE. OBTENIDO DEL “INFORME DE SEGUIMIENTO DE LA EDUCACIÓN EN EL MUNDO” 2017/8. UNESCO

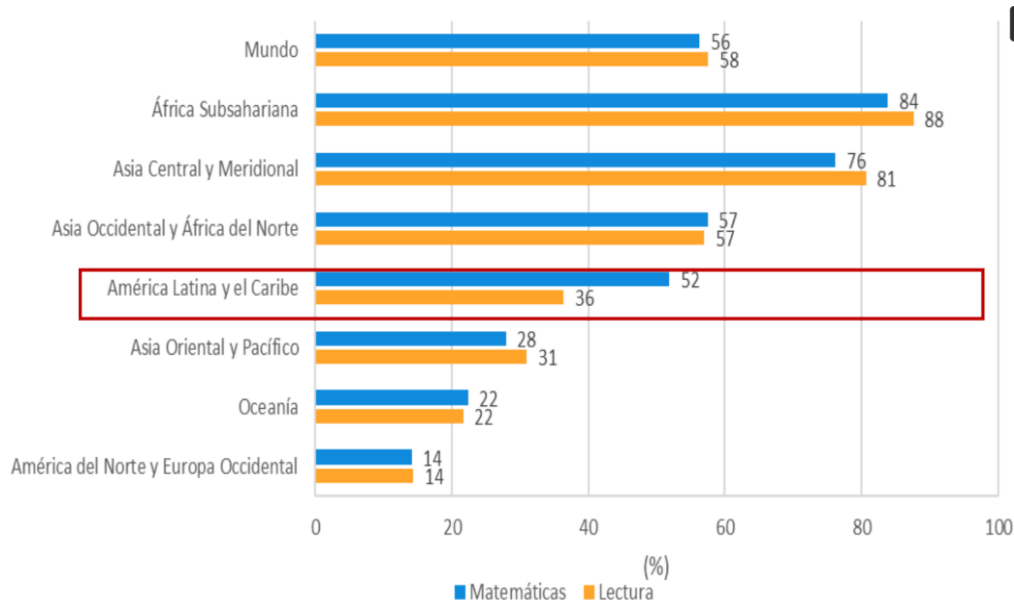


FIGURA 7. NIVEL DE DESARROLLO HUMANO LATINOAMÉRICA. OBTENIDO DEL INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE LA UNESCO, 2017.

En dicho informe, los datos actualizados del instituto de estadística de la UNESCO reflejan la proporción de niños y adolescentes que carecen de los niveles mínimos de competencias en matemáticas con el 36 % y lectura 52 % respectivamente, siendo América Latina y el Caribe el quinto lugar por región en el mundo (Instituto de Estadística de la UNESCO, Ficha informativa del UIS No. 46, 2017, pág.7).

En 2017, Pizarro A, expone que América Latina tendrá un alcance del 96,6 % en educación a nivel primaria; para 2042, se planifica sea universal en este nivel. Para la educación media, en 2030, se prevé que en la región se obtenga un 90 % de alcance y en 2066 en su totalidad. Finalmente, para la educación media superior, el alcance se espera que sea de un 72.7 % en 2030 y se plantea que el alcance sea universal para el año 2095 en la región (Pizarro, 2017, como se cita en Cultura crítica, 2017).

Investigación en la alfabetización latinoamericana

El último estudio realizado por el Instituto de estadística de la UNESCO en el año 2016 se determinó que existían alrededor de 750 millones de personas en todo el mundo, de las cuales 32 millones pertenecen a América Latina y el caribe lo que representa el 4 % total de la población, dando así a América Latina la cuarta posición a nivel global (Figura 8).

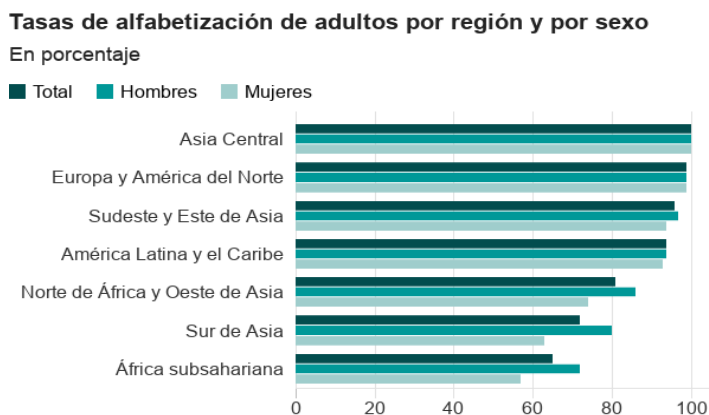


FIGURA 8. NIVEL A DE ALFABETIZACIÓN MUNDIAL 2016. OBTENIDO DEL INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE LA UNESCO, 2016

Gran parte del desafío deriva de la relación entre la educación y la falta de recursos de la población, haciendo que les sea imposible acceder al servicio básico. El número de personas pobres en América Latina llegó a los 186 millones en 2016, es decir, el 30,7 % de la población, mientras que la pobreza extrema afectó al 10 % de la población, cifra equivalente a 61 millones de personas (Cepal 2016 citado por Llorente, A. 2018).

Los propios avances de las últimas décadas en materia de cobertura, acceso y progresión de los distintos ciclos educativos han llevado a la estratificación de aprendizajes y logros en los sistemas educativos. La mayor parte de las veces esta desigualdad se ve reflejada, además, en una marcada segmentación y estratificación de la calidad y eficiencia del propio sistema de oferta educativa (Trucco, D., 2012, párr. 2)(Figura 9).

GASTO PÚBLICO EN EDUCACIÓN (COMO % DEL PIB) – 2017

Gasto corriente y de capital dedicado a la educación a cargo de la administración local, regional y nacional, municipalidades inclusive (se excluyen las contribuciones de los hogares) dividido por el PIB

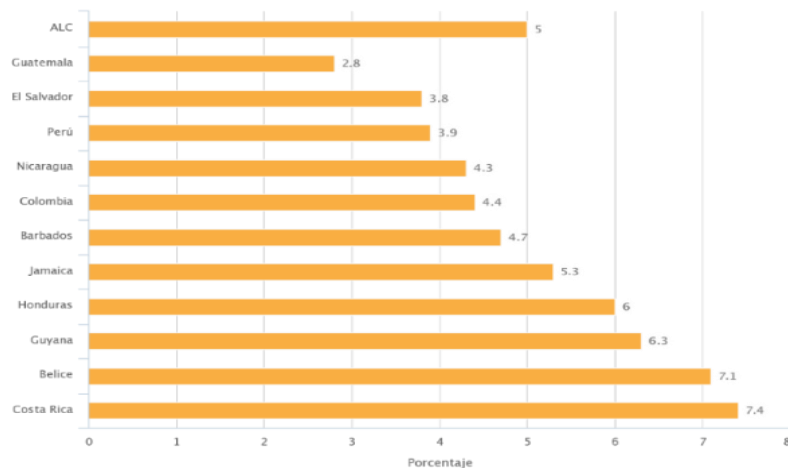


FIGURA 9. GASTO PÚBLICO EN EDUCACIÓN LATINOAMÉRICA.

OBTENIDO DEL INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE LA UNESCO, 2017

Por otro lado, la organización Internacional tiene como dos objetivos principales para el 2030, estos son sobre el financiamiento que otorgan las instituciones gubernamentales en los países de Latinoamérica:

1. Asignar al menos entre 4 % y 6 % del producto interno bruto a la educación
2. Asignar al menos entre el 15 % y 20 % del gasto público a la educación

Revista Leer, Escribir y descubrir (LED)

La *Revista Electrónica Leer, Escribir y Descubrir* es una publicación que se realiza dos veces al año por parte de la Dirección del Comité Latinoamericano para el Desarrollo de la lectura y escritura en colaboración de la *Florida International University*, en la que se publican artículos de carácter científico en el idioma español sin la finalidad de lucro.

Dentro los artículos que se publican en la revista se pueden encontrar estudios que llevan a cabo el método científico en cuestiones de lectura, escritura y experiencias pedagógicas para enseñar a leer y escribir, también se encuentran casos exitosos de estrategias didácticas, todos estos temas se encuentran albergados en cinco grandes secciones de la revista la primera sección es *investigación y ensayos* en donde se encuentran trabajos académicos y procesos de investigación que sean basados en el método científico, la segunda sección es *desde la experiencia* que incluyen trabajos y reflexiones de enseñanza y promoción de actividades de la cultura escrita no simplemente en el entorno escolar sino también en cualquier otro espacio social, la tercera sección es *reseñas* en el cual las personas hablarán sobre divulgación así como reseñas de un libro, un congreso o la de una obra, la cuarta sección es *una mirada desde las bibliotecas* en la que se hablan de las cuestiones de lo que sucede entorno de las bibliotecas públicas, comunitarias o universitarias, por último se encuentra la sección de *otros aportes* donde se encuentran todos los trabajos que llegan a la revista y no estén en las otras secciones, también se pueden llamar artículos de interés y serán publicados siempre y cuando cumplan con todas las pautas que se plantean en la convocatoria. Para completar toda

esta información y cumplir con objetivo de divulgación son incorporadas imágenes tomadas por estudiantes de antropología de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, ya que ellos cursan una materia llamada *antropología fotográfica*, todas ellas cumplen con criterios para conservar el anonimato de las personas que forman parte de la composición fotográfica.

Marco teórico conceptual

¿Qué es el diseño de la información?

De acuerdo con El IIID (*International Institute for information Design*) el diseño de la información consiste en definir, planear y dar forma a los contenidos de un mensaje y el ambiente en que es presentado con la intención de alcanzar determinados objetivos en relación con las necesidades del usuario.

Frascara J. (2011) describió los campos de trabajo donde se emplea el diseño de información:

1. Diseños de textos (Informes técnicos, manual de instrucciones, libros escolares, documentos científicos)
2. Tablas alfanuméricas (Horarios, directorios, balances)
3. Gráficos y diagramas (Infografías, visualización de información abstracta, cuantitativa)
4. Material didáctico (Laminas murales, ilustraciones informativas en libros)
5. Documentos administrativos (Formulario, boletos, entradas)
6. Instrucciones (Apartados, medicamentos, productos electrónicos, electrodomésticos, reglas de juego)
7. Paneles de control (sistemas de sonidos, cabinas de comando)
8. Señalización (símbolos, carteles, señales y sistemas)
9. Mapas y planos (sin llegar a la especialización de cartografía, arquitectura o ingeniería, que son problemas de diseño de comunicación visual no enfrentados por diseñadores gráficos)
10. Catálogos; programas, prospectos, exposiciones
11. Interfaces para medios electrónicos (pp. 9-10)

Los elementos de diseño cumplen estos propósitos comunicaciones varían desde medios impresos, tridimensionales o electrónicos, pasivos o interactivos.

Por otro lado, es necesario que el diseñador posea ciertos conocimientos que le permitan realizar correctamente el diseño del producto como lo son la comprensión de los procesos cognitivos y perceptuales, además de saber: procesar, organizar y presentar la información de manera lingüística y no-lingüística.

Metodología para el diseño de la información

De acuerdo con González M. (s.f) En la compilación *Metodología del diseño* de la Universidad de Londres, menciona que el término metodología está conformado por la palabra *método* y el sustantivo griego *logos*, unión que significa estudio de los métodos; la metodología representa la manera de organizar el proceso de investigación, controlar

resultados y presentar posibles soluciones a un problema que conlleva la toma de decisiones (pág.10).

La forma de procesar la información es diferente para cada persona es por eso, que el diseñador debe de establecer un método específico para que la información llegue al usuario correctamente; por esa razón se recurre a metodologías ya establecidas por expertos en este campo.

Metodología Proyectual.

Munari, B. (1983) Establece en su libro *¿Cómo nacen los objetos?* La metodología proyectual, esta consiste en una serie de operaciones en orden lógico, dictado por la experiencia con el único objetivo de sistematizar la resolución de problemas.

Este método está constituido por doce pasos:

1. Problema
2. Elementos del problema
3. Recopilación de información
4. Análisis de datos.
5. Creatividad
6. Materiales
7. Experimentación
8. Modelos
9. Verificación
10. Dibujos constructivos
11. Solución.

Método Sistemático

En la revista inglesa *Design* Archer, B. (1963) toma como definición de diseño el *seleccionar los materiales correctos y darles forma para satisfacer las necesidades de función y estéticas dentro de las limitaciones de los medios de producción disponibles.*

El proceso está compuesto por tres etapas: analítica, creativa y de ejecución que están subdivididas en seis pasos:

1. Definición del problema y preparación del programa detallado
2. Obtención de datos relevantes, preparar especificaciones y con base en estas retroalimentar la fase
3. Análisis y síntesis de los datos para preparar propuestas de diseño
4. Desarrollo de los prototipos
5. Ejecutar estudios y experimentos que validen el diseño
6. Preparar documentos para la producción (Archer B., 1963, cómo de cito en Estrada A., 2011)

Frascara, J (2011) en su libro *¿Qué es el diseño de la información?*, describe su proceso en nueve pasos haciendo énfasis en la parte más importante del proceso, que es la relación del usuario con la interpretación de la información.

Los pasos son los siguientes:

1. Contacto con el cliente
2. Recolección de información
3. Desarrollo de la estrategia de diseño
4. Desarrollo del diseño y producción de prototipos
5. Evaluación
6. Rediseño
7. Fabricación e implementación
8. Evaluación a escala real
9. Revisión del diseño

Bussines Model Canvas

En 2008, Osterwalder, A. postula el *modelo Bussines Model Canvas* (Modelo del Lienzo de Negocio) que consiste en facilitar la creación de nuevos modelos o líneas de negocio detectando sus oportunidades y debilidades, además de tener un análisis por completo del entorno competitivo factor importante para probar si puede funcionar o no la propuesta de negocio.

Su proceso se basa en nueve pasos:

1. Segmentar los clientes, para conocer el nicho de mercado y las oportunidades de nuestro negocio
2. Definir bien la propuesta de valor, en otras palabras, saber por qué somos innovadores y qué nos diferencia de nuestra competencia y nos acerca a potenciales clientes
3. Delimitar los canales de comunicación, distribución y de estrategia publicitaria que seguiremos, para fortalecer nuestra marca e idea de negocio
4. Establecer la relación que mantendremos con los clientes
5. Determinar las fuentes económicas de nuestra idea de negocio, un aspecto fundamental si queremos tener éxito
6. Identificar los activos y recursos clave que necesitaremos como piezas imprescindibles en el engranaje de la idea empresarial
7. Conocer las actividades clave que darán valor a nuestra marca, y saber las estrategias necesarias para potenciarlas
8. Tener en cuenta los socios clave con los que establecer contactos y alianzas para el negocio. En otras palabras, definir las estrategias de *networking* con potenciales socios o proveedores, entre otras figuras importantes
9. Marcar las estructuras de costes, para llegar a saber el precio que tendrá que pagar el cliente por adquirir el bien o servicio que ofrecerá nuestra idea de negocio (Bernardo A, 2013)

Morris Asimow plantea su proceso como la recolección, manejo y organización creativas de información relevante sobre la situación problema, derivada de decisiones optimizadas, enfocado principalmente en la relación costo- beneficio (Universidad de Londres, citado por Galeano J, 2020).

Durante el proceso existen dos etapas esenciales: La planeación y morfología y la fase del diseño detallado.

La planeación y Morfología están subdivididos en los siguientes pasos:

1. Estudio de factibilidad
2. Diseño preliminar
3. Diseño detallado
4. Planeación del proceso de distribución
5. Planeación del consumo
6. Planeación del retiro del producto (Galeano J, 2020)

A su vez la fase del diseño detallado tiene seis pasos:

1. Preparación del diseño
2. Diseño total de los subsistemas
3. Diseño total de los componentes
4. Preparación de los dibujos de ensamble
5. Construcción experimental (*op. cit*)

Diseño de pautas editoriales

La calidad de las revistas se define principalmente por el cumplimiento de un conjunto de pautas editoriales, de presentación, de gestión y de contenidos que garanticen el rigor científico de los artículos publicados en ellas, y por tanto abonen a su prestigio (Cardinali, 2010).

Al pensar en un producto editorial, la calidad de la publicación se define en dos aspectos: el contenido y la forma, en cuanto al contenido, será el consejo editorial y el consejo científico los encargados de determinar si cumplen con las normas establecidas. Por otro lado, en lo referente a la forma, existen lineamientos en guías y manuales de pautas editoriales enfocados en la correcta transmisión gráfica de la información otorgada por los autores de los artículos a publicar.

Las pautas editoriales son los requerimientos que te solicita una editorial para entregar un manuscrito (Barrientos J.,2021, párr.7).

Dichas pautas ayudarán a hablar con un único lenguaje visual y acelerar la producción, evaluación y edición de estilo de las publicaciones, procurando el tiempo utilizado para su publicación.

El manual de pautas editoriales también es conocido como manual de estilo, de acuerdo con Donis A. Dondis (1995) el estilo es una clase de expresión visual, conformada por un entorno cultural total, de manera que el estilo influye en la expresión, determinando que las expresiones especificadas en las pautas servirán como reglas estilísticas y ejercerán sobre el diseñador una influencia sobre como proyectar cada una de las páginas (Hurlburt, A., 1995).

Martínez de Souza (2006) menciona que las publicaciones se han creado para poner de manifiesto la necesidad de unificación de criterios en lo relativo a todos los aspectos de la escritura técnica y científica, él las divide en tres categorías:

Códigos tipográficos: Son aquellos implementados en las imprentas y en las editoriales, que actualmente forman parte de los libros de estilo.

Un código tipográfico es un conjunto de normas para la realización de un impreso, entre las cuales sobresalen las que se refieren a las grafías tipográficas. Algunos códigos contienen también normas para la composición de ciertas partes del texto (por ejemplo, folios explicativos, grafía de las firmas, disposición de las citas) o de ciertos textos (por ejemplo, las notas, los índices, las bibliografías, las cronologías). Se utilizaron en las imprentas y en las editoriales bibliológicas (Martínez, 2006, pp. 95-96).

Libros de estilo: Son publicaciones normativas, menciona como escribir determinadas palabras, la grafía elegida para los antropónimos y topónimos: Son utilizados en editoriales de revistas científicas, periódicos y agencias de prensa. Funcionan para la unificación de criterios en el uso de la lengua y establecen modelos de redacción de los distintos textos informativos.

Entre los elementos que se encuentran en los libros de estilo están los siguientes:

- Normas de redacción
- Listado de palabras que se usan con preposición
- Listado de verbos irregulares
- Normas de transcripción
- Grafía de antropónimos y topónimos
- Gentilicios frecuentes
- Lista de siglas, acrónimos, abreviaturas y símbolos
- Palabras mal empleadas (anglicismos, barbarismos, galicismos, etc.)
- Uso de signos de puntuación
- Medidas y equivalencias

Manuales de estilo: Esta denominación suele usarse para los libros de estilo editados por y para las editoriales, reúnen en sí aspectos de los códigos tipográficos y de los libros de estilo, son destinados especialmente para editoriales, sociedades y asociaciones científicas.

Un manual de estilo no es un documento dogmático: es práctico, es un código o herramienta que compila los criterios y preferencias de una editorial, busca facilitar la comunicación entre editores, autores, correctores de estilo y cada persona involucrada en el proceso editorial.

Reúne un conjunto de decisiones sobre aspectos de manifestación variable y estilística de la lengua referidas a los autores y a los textos de un medio de comunicación determinado para su fijación y unificación expresiva. Tiene como objetivo que todos los autores que intervienen en un medio de comunicación adopten la misma solución ante distintas alternativas expresivas o estilísticas (Alcoba, 2009, pp. 5-6).

Proceso de diagramación para temas científicos

Ambrose y Harris 2009, en su libro *Fundamentos de la tipografía* dicen, “Cuando en una misma página o pantalla se manejan múltiples elementos a la vez, el diseño se torna más complejo, al crear una composición, es necesario tener en cuenta la forma en la que el usuario o el lector extraerán la información de dicho diseño” (Ambrose y Harris pág.74).

La diagramación dentro del diseño gráfico es conocida también como maquetación, que a su vez pertenece a una rama del diseño gráfico; el diseño editorial; encargado de la composición de publicaciones impresas y digitales; revistas, periódicos, libros etc. Y que al igual que el diseño gráfico tiene el fin de transmitir ideas a través de la organización y presentación visual de información, apoyado de elementos como: formas, símbolos, imágenes, tipografía, entre otros, y todos colocados en un espacio, es decir, en un formato.

En su libro *Fundamentos del Diseño Creativo* de Ambrose y Harris (2009) se expresa;

La maquetación es la disposición de los elementos del diseño en relación con el espacio que se dispone, siguiendo un esquema de diseño general. También podría llamarse gestión de formas y espacios. El objetivo de la maquetación es presentar los elementos visuales y de texto que se deben comunicar de un modo que permita lector recibirlos con el mínimo esfuerzo. Con una buena maquetación, un lector puede moverse fácilmente por una información relativamente compleja tanto en medios impresos como electrónicos.

La maquetación tiene en cuenta consideraciones prácticas y estéticas del producto como la visión que se tendrá del contenido, dependientemente del formato final. Los diversos elementos se distribuyen en la maqueta mediante una cuadrícula, una serie de líneas de referencia que permite colocar cada uno rápidamente y con precisión, y

mantener una identidad visual de una página a otra, o entre los diferentes elementos de una gama de productos (Gavin A. & Paul H., 2004, pág. 31).

Por otro lado, en su libro “*Diseñar con y sin retícula*” de Samara Timothy (2006), “*construir una estructura adecuada depende de dos etapas que son recomendables cuando se maqueta un objeto de diseño (publicación) en general. En la primera fase, el diseñador se propone valorar las características informativas y los requisitos de producción del contenido, la idiosincrasia del contenido, y adelantarse a problemas de diseño potenciales que puedan surgir durante la maquetación. La segunda fase consiste en maquetar el material de acuerdo con las guías establecidas por la retícula, y se establece la retícula para posteriormente incorporar los elementos que contendrá en su interior. Es sustancial aludir que cada publicación tiene su propia complejidad y que cada uno demanda soluciones que cubran sus particularidades comunicativas*” (Samara Timothy, 2006, pág. 22).

La maquetación es entonces una parte importante del diseño editorial de cualquier publicación, es una herramienta infalible para el correcto acomodo de los elementos gráficos en el formato, pero se debe agregar que la maquetación también hace uso de diferentes herramientas para cumplir con sus objetivos, tal es el caso de la retícula, según Timothy en su libro *Diseñar con y sin retículas*, *este particular instrumento aporta un orden sistematizado, distinguiendo los diversos tipos de información y facilitando la navegación del usuario a través del contenido* (pág. 20).

Aunque los elementos de la retícula no son universales ya que dependerán de las necesidades de cada caso al que el diseñador se enfrente, también es cierto que muchos autores concuerdan en aspectos que se deben cumplir a la hora de construir retículas ya que en cualquier diseño, *la tipografía debe conjugarse con muchos otros elementos, y la cuadrícula o rejilla es la principal herramienta utilizada por los diseñadores para organizar toda esta información*, para Ambrose y Harris (2009, pág. 70) las partes básicas de la rejilla debe ser los siguientes:

- *Columna: Área o campo que en el que se coloca un texto para ser presentado de una forma organizada. Las columnas transmiten una marcada sensación de orden, pero también pueden tener un efecto estático si el texto apenas varía o apenas existen posibilidades de modificar la presentación de los bloques de texto*
- *Margen de cabeza: El margen de cabeza o margen superior es el espacio situado en la parte superior de la página*
- *Margen inferior: El margen inferior o pie suele ser el margen de mayor tamaño en la página*
- *Lomo o margen interior: El margen interior o lomo es, por regla, general, el margen más estrecho*
- *Corte delantero o margen exterior: El margen existente entre el bloque de texto (o los pies de la ilustración) y el borde de la página*
- *Números de folio: Los números de folio o números de página suelen situarse en el borde exterior del margen inferior, dado que es un lugar visible y facilita la lectura*
- *Encabezado: El encabezado está formado por un determinado texto que se repite en todas las páginas de una obra o sección con el título de la publicación o del capítulo. Por regla*

general, los encabezados aparecen en la parte superior de las páginas, aunque también pueden en el pie o en el margen lateral

- *Pies de ilustración: Los pies de ilustración se diferencian por estar en cursiva. Se alinean horizontalmente con el cuerpo del texto*
- *Imágenes: Por regla general, las imágenes se alinean con la altura de la x y la línea base del bloque de texto más próximo con el fin de mantener la armonía visual. Las imágenes, especialmente las fotografías a menudo se imprimen “a sangre”, es decir, su impresión supera el borde de corte de papel*

A sí mismo, para Timothy S. (2006 pág. 23) todos los problemas de diseño son distintos y cada uno de ellos exige una estructura reticular que sea útil para sus elementos particulares, por lo que también ofrece las generalidades de una estructura reticular, las cuales incluyen los siguientes aspectos (Figura 10):

- *Los márgenes: Son los espacios negativos entre el borde del formato y el contenido, que rodean y definen la zona “viva” en la que pueden disponerse la tipografía y las imágenes*
- *Las líneas de flujo: Son alineaciones que rompen el espacio dividiéndolo en bandas horizontales. Estas líneas guían al ojo a través del formato pueden utilizarse para imponer paradas adicionales y crear puntos de inicio para el texto o las imágenes*
- *Las zonas espaciales: Son grupos de módulos que, en su conjunto, forman campos claramente identificables. Puede asignarse un papel específico a cada campo para mostrar información*
- *Los marcadores: Son indicadores de posición para texto subordinado o repetido a lo largo del documento*
- *Las columnas: Son alineaciones verticales de tipografía que crean divisiones verticales de tipografía que crean divisiones horizontales entre los márgenes*

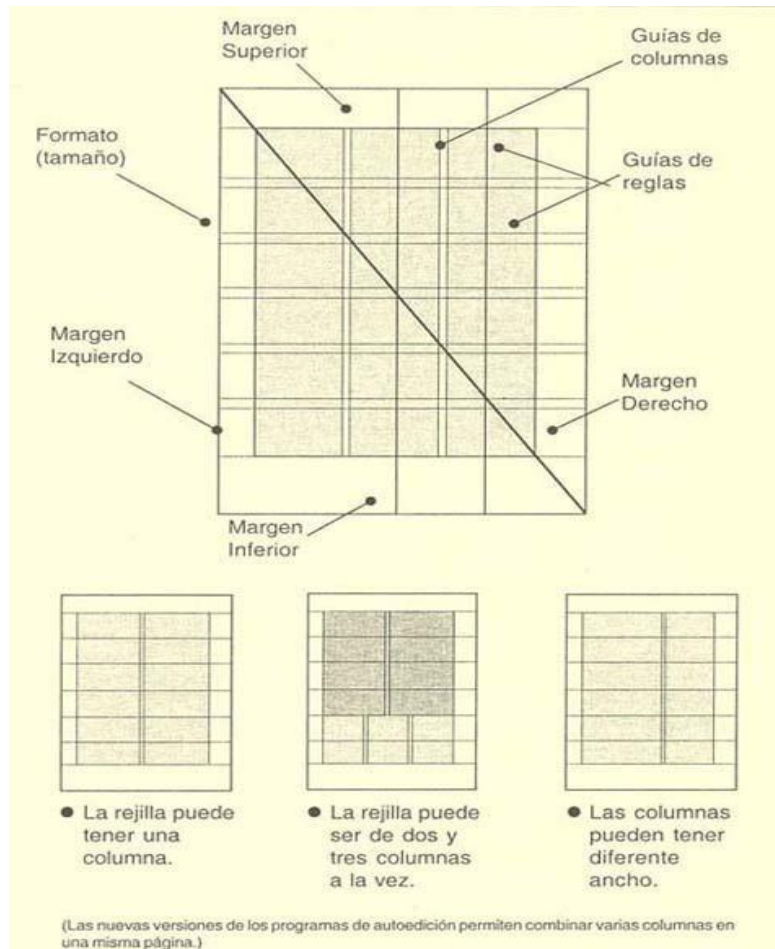


FIGURA 10. DESCRIPCIÓN DE REJILLA BASE EN LA MAQUETACIÓN DE LIBROS, REVISTAS Y PERIÓDICOS. WIKIMEDIA COMMONS, 2013. RECUPERADO DE [HTTPS://COMMONS.WIKIMEDIA.ORG/WIKI/FILE:REJILLA_BASE.JPG](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Rejilla_base.jpg)

Ahora que se hace evidente la función de la retícula o rejilla como un sistema reticular para la maquetación, de una publicación, Timothy S. (2006) también ofrece un compilado en el que clasifica diferentes tipos de retículas que se pueden usar para la maquetación de los elementos en una página, tales como: retícula manuscrita, retícula de columnas, retícula modular y retícula jerárquica.

Abordando específicamente la diagramación de una de una revista de divulgación científica, Jorge Mario Rondón (2018), profesional en publicidad, encargado de medios y diseño de *Journals & Authors*, hace recomendaciones para diagramar una revista científica. En una pequeña introducción, Rondón hace hincapié en el hecho, del salto que ha habido de las publicaciones impresas a las digitales y de los beneficios de esto trae; como la reducción de los costos monetarios, el mejoramiento de los tiempos de publicación y las posibilidades de ofrecer artículos en diferentes formatos de lectura.

Rondón expone aspectos que deben ser recordados durante el proceso de producción de una revista científica digital, él los considera como seis grades aspectos, los cuales incluyen:

- Diseño web adaptativo: Es muy importante que el diseño de las revistas digitales sea adaptativo (Rondón, 2018)

Aunque para efectos de este trabajo no se consideran aspectos como el diseño web, ya que solo se aborda desde lo editorial es importante mencionar que el diseño debe ser siempre adaptativo, incluso desde lo editorial y la maquetación, para que sea accesible desde cualquier dispositivo y formato, la retícula es el sistema a través del cual se puede lograr redimensionar y reubicar los elementos para adaptarse a diferentes dispositivos.

- Tipografía y tamaño: Se debe escoger la tipografía y el formato de los textos cuidadosamente: tamaño, interlineado, alineación, separación de sílabas, un óptimo manejo de *kerning* y *tracking*. El tamaño idóneo del cuerpo del texto general debería estar entre 8 y 11 puntos cuando se desea imprimir o digital en formato PDF para verlo en dispositivos (Rondón, 2018)

La selección tipográfica sans serif o serif debe siempre estar en función de los objetivos comunicativos que tendrá el texto, en este apartado Rodón también señala que la longitud de las líneas de texto debe equilibrarse ya que las líneas largas causan cansancio al lector y las demasiado cortas dificultan el consumo de la información.

- Diagramación, estética y unidad de estilo: Manejar una adecuada filiación: referenciar la institución a la que pertenece el autor y su respectivo cargo. Dar jerarquía a los elementos del diseño, hay que suministrarle la presencia del sumario o una organización de acceso a los contenidos de la revista de una manera visible (Rondón, 2018)

En este apartado Rodón se centra en la publicación considerándola como una unidad, la cual se puede configurar de acuerdo con los contenidos que tenga, con el uso de elementos para ayudar a despertar y mantener la atención, en otras palabras, la disipación de los elementos debe lograr que la experiencia de uso sea asequible, pero sobre todo funcional para el consumo de la información.

- Imágenes en los artículos: Según Kosslyn (2006), la elección de una imagen es, decidir exactamente qué mensaje se desea transmitir. Esto es fundamental, pues los lectores anhelan ver únicamente la información relevante. Presentar poca información podría distraer a los lectores o, por el contrario, ofrecer demasiada podría abrumarlos con detalles innecesarios. Específicamente, cualquier buena imagen debería permitirles: conectar con la audiencia, Dirigir y mantener la atención del lector a través del medio, Promover la comprensión y memoria de la información (Rondón, 2018)

No hay nada mejor que ver lo que se está leyendo, bajo este concepto las imágenes poseen un papel muy importante en las publicaciones ya que para poder acceder a la información los lectores se valen solo de la percepción visual. Para una revista científica, Rodón dice también que una imagen puede abarcar desde simples gráficos, que buscan mostrar datos, hasta fotografías, infografías científicas avanzadas o instructivos, por lo que su implementación dentro de las publicaciones debe aportar la oportunidad al lector de comparación y análisis, pero sobre todo tienen que ser coherentes y estar en cohesión con el resto de texto.

Calidad de las figuras, tablas y gráficos: Los insumos de la investigación deben ser claros, concisos y prácticos. Un gráfico debería tener un título explicando qué se está exponiendo y sus ejes deberían estar claramente etiquetados, las líneas de cuadrícula se deberían conservar al mínimo, y recuerde evitar los gráficos tridimensionales, ya que estos pueden ser difíciles de leer (Rondón, 2018).

La calidad de la figuras, tablas y gráficos es de suma importancia para la diagramación, es por ello que se deben definir directrices para preparar tanto a escritores, diagramadores y diseñadores a seguir la misma *línea de diseño*, ya que usualmente la traducción de ideas ajenas resulta en malas interpretaciones y, en consecuencia, en errores. Aunque parezca obvio, es trascendental mencionar que la información es mucho más comprensible cuando columnas y filas están bien distribuidas y la información no se amontona. Rondón nos describe cuatro características que los buenos gráficos poseen: claridad del mensaje, simplicidad del diseño, claridad del texto e integridad de intención y acción.

- Interactividad: Resaltar con otros colores hipervínculos como el DOI, autores, referencias bibliográficas y correos electrónicos; además de valerse de ayudas audiovisuales y multimediales. El contenido debería tener una navegación estructural que posibilite, con un máximo de tres clics, ingresar al índice y a los artículos. Asimismo, garantizar que los usuarios puedan acceder a contenidos históricos según el tiempo de vida de la revista (Rondón, 2018)

Como se ya se mencionó, para efectos de este trabajo no se consideran aspectos como el diseño web, pero el diseño editorial, por sí mismo debe ser interactivo a través de la jerarquización y una buena estrategia de diagramación para la disposición de los elementos, aunque que es importante señalar que es posible abordar algunos aspectos de interactividad como recomendaciones a los editores de la revista LED (Leer, escribir y descubrir de la Universidad de Florida en Estados Unidos).

Procesos de abstracción de la información

Según la Real Academia Española, abstraer es separar por medio de una operación intelectual un rasgo o una cualidad de algo para analizarlos aisladamente o considerarlos en su pura esencia o noción, el término *abstraer* tiene su origen en el latín “*abstrahĕre*”, que significa *arrastrar lejos, apartar o separar* (Real Academia Española, *s.f.*, definición 1).

La idea de la abstracción es algo que se emplea en diferentes campos del conocimiento, y cobra un significado diferente en cada uno, este significado va desde lo pragmático hasta lo conceptual, en diseño gráfico, por ejemplo, abstraer toma un sentido práctico, aquí se considera como una herramienta para la creación de objetos de diseño, dando soluciones a problemas de comunicación, en este sentido, permite a los diseñadores identificar y entender los elementos de diseño para componer. Julio R. Flores (2010), en su artículo, *6 Estrategias de Abstracción en el Diseño Gráfico de Origen Arts*, define la abstracción como la identificación de las características clave de un objeto. Por su parte en la psicología, de acuerdo con Wiki Psicología (2020), se define a la abstracción haciendo referencia a conceptos especiales, que suelen ser construidos por la mente humana. A partir de esto se puede decir que el pensamiento abstracto, como consumidores, es el que permite conectar elementos complejos para posteriormente convertirlos en conceptos.

Entonces, se entiende que el diseño gráfico es un proceso en el que es necesario tener un pensamiento abstracto, ya que diseñar es abstraer elementos en una forma práctica, partiendo de información conceptual, y en adición, la abstracción es al mismo tiempo un proceso mental que permite al pensamiento separar información de un elemento o percepción de un concepto complejo.

Lo interesante de la abstracción es que desencadena un modo de pensar. Una manera de entender el mundo donde no es necesario tener las cosas concretas, ni partir de lo que está presente en la realidad o entorno que nos rodea. La abstracción se convierte en un proceso mental que lleva a un profundo aprendizaje sobre un fenómeno o situación (Wiki Psicología, 2020).

De acuerdo con Wiki Psicología (2020), Jean Piaget epistemólogo y biólogo suizo (1986-1890) definió la abstracción como el proceso que lleva a la conformación de las ideas. En este sentido, define varios tipos de abstracción:

- **La abstracción generalizada:** es la que aísla los elementos primordiales de las cosas y sus vinculaciones, que luego permiten la creación de las clases;
- **La abstracción aislante:** es la que concede un carácter independiente a las propiedades y a las relaciones abstractas
- **La abstracción idealizadora:** es la que se encarga de conformar los modelos ideales

Por otro lado, Stephen M. Kosslyn (2006), psicólogo, neurocientífico y experto en la ciencia del aprendizaje señala en su libro; *Graph desing for the eye and mind*; los gráficos se han convertido en un accesorio de la vida cotidiana, utilizados en cualquier lugar. Sin embargo, sorprendentemente pocos gráficos se comunican eficazmente, y la mayoría de los gráficos fallan porque no tienen en cuenta los objetivos, necesidades y habilidades de percepción visual humana y cognición de los espectadores.

Krosslyn (2006) propone ocho principios psicológicos para la construcción de gráficos eficientes, que son perfectamente aplicables en el proceso de maquetación de una publicación

científica, cada principio está vinculado tanto en la literatura científica sobre cómo se percibe y comprenden los gráficos y en hechos generales sobre cómo los ojos y el cerebro procesan la información visual, un buen gráfico obliga al lector a ver la información que el diseñador quería transmitir. Los ocho principios se organizan en tres conjuntos: (1) conectarse con su audiencia, (2) dirigir la atención del lector a través del diseño, y (3) promover la comprensión y la memoria.

1. **El principio de pertinacia:** La comunicación es más eficaz cuando no se presenta demasiada ni muy poca
2. **El Principio de conocimiento apropiado:** La comunicación requiere un conocimiento previo de conceptos, jerga y símbolos relevantes. Es importante asegurarse de que, lo que lean los lectores previstos sea comprensible en cuanto a los conceptos, símbolos y jerga utilizada. Incluso es importante tener en cuenta el conocimiento de fondo de los lectores para asegurar que el mensaje tenga sentido. Se debe agregar el señalamiento de la atención directa y la de retención, que se refiere a que un buen diseño atrae a los lectores ayudándoles a notar primero lo que es más importante y luego hacer todas las distinciones apropiadas lo cual se logra con los siguientes tres principios (Krosslyn, 2006 pág.7)
3. **El principio de la salinidad:** Se llama la atención sobre las grandes diferencias perceptibles. El conjunto de elementos visualmente más atractivo captura la atención sobre ellos, en consecuencia, ahí debe estar la información más importante a transmitir. Hablando desde la estética de lo visualmente atractivo, las propiedades visuales son relativas y dependerán de las propiedades del objeto de diseño como unidad (Krosslyn, 2006 pág.7)
4. **El principio de discriminabilidad:** Dos propiedades deben diferir en una proporción lo suficientemente grande o no se distinguirán. La organización de los elementos en su conjunto debe ayudar a distinguir correctamente el contenido, llamando la atención a grandes diferencias perceptibles de información, los elementos deben visualmente más grandes o pesados para ser notadas (Krosslyn, 2006 pp.7 -8)
5. **El principio de organización perceptiva:** Las personas agrupan automáticamente elementos en unidades, a las que luego atienden y recuerdan. No son simplemente receptores pasivos; organizan activamente y dan sentido al mundo, y cuando lo hacen están a merced del cableado de los ojos y cerebros. Este principio se divide en:
 - **Canales de entrada:** Las formas de organizar inconscientemente lo que los ojos ven, se vuelven obvias una vez que son señaladas. Los ojos funcionan para registrar diferentes niveles de detalles, a través de canales finos y gruesos que reconocen pequeñas o grandes variaciones de la información respectivamente, por eso el obtener un promedio de la información visual ayuda a eliminar registros finos, evitando entradas falsas y en consecuencia la

información es transmitida por los canales más gruesos del ojo, logrando que esta sea más clara. El hecho crucial es que un espectador no puede evitar prestar atención a los patrones adyacentes si son procesados por el mismo canal (Krosslyn, 2006 pág.8)

- ***Interpretación tridimensional:*** Los ojos y la mente humana intentan interpretar los patrones visuales como objetos tridimensionales cada vez que sea posible. La mente inconscientemente tiene un resultado contrario al efecto de un prisma que difracta la luz, a diferencia del prisma la mente une todo lo que ven los ojos es por eso que a menudo, la organización perpendicular de líneas en una página significa objetos tridimensionales, aunque no existan. La detección de la profundidad de las imágenes que registra cada ojo se llama visión estéreo lo que ayuda a inferir la ubicación de los objetos en el espacio (Krosslyn, 2006 pp.10-11)
- ***Dimensiones integradas frente a separadas:*** Algunas dimensiones visuales se integran automáticamente juntas, cuando se presta atención a la altura de un rectángulo también se presta atención a su anchura. Se requiere un gran esfuerzo para registrar los cambios en una dimensión integrada mientras se ignoran los cambios en otra. Estas dimensiones integrales no pueden utilizarse eficazmente para transmitir diferentes tipos de información. Por el contrario, las dimensiones separables, como la longitud de un radio de un círculo y su ángulo, se pueden utilizar eficazmente para transmitir diferentes mediciones (Krosslyn, 2006 pág.11)
- ***Leyes de agrupación:*** Otra forma en que la mente organiza los elementos visuales es agrupándolos. Existen *leyes de organización perceptiva* que describen cómo es que los lectores agrupan los objetos delante de ellos. Estas leyes resultan cruciales para presentar conjuntos complejos de datos en diferentes secciones
 - ***Ley de proximidad:*** Los estímulos que están próximos tienden a agruparse
 - ***Ley de semejanza:*** Los estímulos parecidos en tamaño, forma o color tienden a ser agrupados
 - ***Ley de la continuidad:*** Es la tendencia a percibir unidos los estímulos que tienen una continuidad
 - ***Ley de contraste:*** La percepción de un elemento está influida por la relación que tiene con otros elementos del conjunto
 - ***Ley de cierre:*** Es la tendencia a percibir los objetos como entidades totales, aunque algunas partes pueden faltar o estar ocultas (Krosslyn, 2006 pp.11-13)
 -

6. **El principio de compatibilidad:** Un mensaje es más fácil de entender si su forma es compatible con su significado. La apariencia visual influencia a los lectores, pues ya que las personas tienden a tomar la apariencia de un objeto de estudio como una pista de la realidad. Tversky, Morrison y Betrancourt (2002) propusieron un *principio de congruencia*, que establece que "la estructura y el contenido de la representación externa deben corresponder a la estructura y el contenido deseados de la representación interna" (Krosslyn, 2006 pág. 14). Este principio tiene varios aspectos relacionados
- **Correspondencia de contenido:** En un sentido muy real, lo que el lector ve es lo que obtiene el lector (Krosslyn, 2006 pág.15). Existe interferencia en la lectura de un lector, cuando el estímulo físico y el significado están en conflicto, es decir, cuando lo que se ve no corresponde a lo que se lee. En un experimento realizado por John Ridley Stroop en 1935 violó este principio, pidiendo a la gente informar sobre el color de tinta que veía, con nombres de colores que no correspondían a lo que estaban mirando, es decir si la palabra *rojo* estaba escrita en azul, lo que debían decir era azul no *rojo*
 - **Más, es más:** *más* de algo en un objeto de diseño debe corresponder a *más* información. La información debe ser presentada considerando la forma en cómo será interpretada. La traducción de ideas conceptuales hacia un aspecto visual siempre debe ser compatible con lo observable
El artista quería transmitir las tasas de robo de diferentes ciudades y había construido una variante de un gráfico de barras horizontales; cada barra era una fila de pequeñas fotos de casas, cada casa representa un número fijo de casas en esa ciudad. En cada barra solo se mostraba una casa siendo golpeada por un ladrón, lo que significaba que cuanto más larga era la barra, menor era la tasa. A primera vista, uno vio las barras más largas como *más* y tuvo que luchar contra la inclinación de ver *más como más* para darse cuenta de que las barras más largas en realidad indicaban *menos* (Krosslyn, 2006 pág.15)
 - **Distorsión perceptiva:** Algunas dimensiones visuales se distorsionan sistemáticamente. En particular, el área, la intensidad y el volumen se subestiman progresivamente a medida que aumentan. Por el contrario, aunque la longitud de las líneas sea relativamente la misma, las líneas verticales parecen más largas que las horizontales de la misma longitud (Klosslyn, 2006 pp. 15-16)
 - **Imprecisión espacial:** Surge cierta distorsión debido a la imprecisión inherente del sistema visual. En particular, las formas y los lugares no se combinan con precisión durante la percepción. La imprecisión en la comprensión de las relaciones espaciales aparentemente ocurre porque diferentes sistemas cerebrales se utilizan para registrar las propiedades del objeto (forma, color, textura) y las propiedades espaciales (ubicación, tamaño, orientación) (Krosslyn, 2006 pág.16)

- **Convenciones culturales:** Los elementos en la composición deben ser compatibles con lo que representan y esto se da gracias a la pragmática cultural de los lectores (Krosslyn, 2006 pág.16)
7. El principio de cambios informativos: La gente espera que los cambios en las propiedades lleven información. Los lectores interpretan cualquier tipo de cambio en la composición como información que los lleve hacia otros datos (Krosslyn, 2006 pág.17)
 8. Principio de limitaciones de capacidad: Las personas tienen una capacidad limitada para retener y procesar información y no entenderán un mensaje si se debe retener o procesar demasiada información
 - *Límite de memoria a corto plazo:* Sólo se puede tener una cierta cantidad de información en mente en cualquier momento, aunque las personas puedan mantener información limitada en su memoria a corto plazo se puede absorber más información si es traducida en un espectro visual
 - *Límites de tratamiento:* Ningún gráfico sirve si sobrepasa las capacidades humanas para su interpretación (Krosslyn, 2006 pp.16-19)

Con todo esto en mente, es evidente que el pensamiento abstracto es una herramienta indispensable para la maquetación de publicaciones, pues para el proceso de diseño se necesita abstraer información conceptual para posteriormente traducirla en imágenes, pero al mismo tiempo también es claro que como consumidores de dicha información la manera de consumir y *abstraer* la información es diferente porque se procesa como unidad para posteriormente delimitarla.

Capítulo II: Análisis iconográfico

En este capítulo se desarrolla un análisis iconográfico de seis manuales de pautas editoriales de diversas instituciones. Los ejemplos seleccionados se encuentran montados en sitios web y en versiones impresas. Ambos productos se analizarán bajo el Modelo de Engeström (Figura 11).

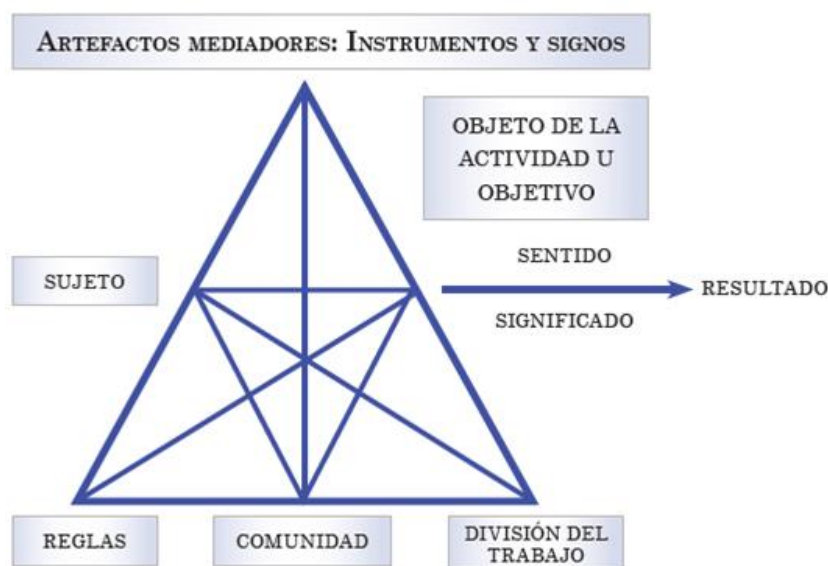


FIGURA 11. SALAS-MADRIZ, FLORA EUGENIA. APORTES DEL MODELO DE YRJÖ ENGESTRÖM AL DESARROLLO TEÓRICO DE LA DOCENCIA UNIVERSITARIA. 2016

El modelo de Engeström se basa en la teoría de movimiento y la actividad de Leontiev (1978) que fundamentalmente consiste en reconocer que todo proceso cognitivo no es en absoluto interno sino, dependiente de lo tangible; esto es, cuando la mente piensa lo hace gracias a la práctica, entonces, el proceso cognitivo es posible y evoluciona en función de las actividades que ejecutamos dado que la interacción con el ambiente permite transformar nuestra mente y, viceversa, nuestra mente permite la transformación de la realidad en la que vivimos (Serrano M., *et al.*, 2017 párr. 40).

Para los productos montados en sitios web, el análisis se rige bajo un modelo híbrido, resultado de la fusión del Modelo de Engeström y la guía de criterios generales para la evaluación del producto tipo app de las dependencias de la APF, la cual las considera criterios como:

- **Interfaz gráfica:** Se refiere a las características de formato de la *app* (la manera en que está diseñada y/o estructurada)) (Gobierno de México, 2018 párr. 21)
- **Contenido:** Es la información contenida en la *app* (Gobierno de México, 2018 párr. 22)

- **Usabilidad:** Se refiere a las características de la *app* para que ésta le permita al usuario operar las funciones que ésta ofrece de manera adecuada, útil y sencilla (Gobierno de México, 2018 párr. 23)
- **Desempeño:** Son las características técnicas de la *app* que le permiten hacer un adecuado uso de los recursos del sistema para evitar fallos. (Gobierno de México, 2018 párr. 24)
- **Seguridad:** Son las características técnicas de la *app* que le permiten preservar la confidencialidad, integridad de la información del usuario (Gobierno de México, 2018 párr. 25)

Guía de estilo: Universidad de Oxford

La guía de estilo de la universidad de Oxford (2016) se encuentra en formato *pdf*, disponible para descargar en el sitio web de la universidad.

Contenido

La guía de estilo de Oxford cuenta con los siguientes apartados (Figura 12).

- Introducción: Objetivo de la guía de estilo, cómo está organizada la guía, cómo usar la guía, qué está y no está incluido en esta guía, guía de referencia rápida
- Abreviaturas, contracciones y acrónimos: reglas generales del uso de abreviaturas, contracciones y acrónimos, abreviaturas específicas
- Uso de capitulares: términos académicos, uso de mayúsculas
- Números: Cómo escribir números, tiempos, fechas, lapsos de tiempo y años
- Puntuación: Reglas generales, apóstrofe, paréntesis, corchetes, paréntesis angulares, puntos de viñeta, dos puntos y coma, comas, guiones, elipsis, punto, signo de exclamación y signo de interrogación, comillas
- Nombres y títulos: Títulos generales, títulos específicos de Oxford, otros títulos, títulos combinados, post nominal
- Resaltar / enfatizar texto: *bold*, itálicas, subrayado
- Uso de palabras y ortografía: Lista de lugares en Oxford, confusiones comunes en el uso de palabras, ortografía, plurales, inglés americano, palabras engañosas
- Varios: pronombres personales, plural o singular, notas de pie, direcciones, números de teléfono, sitios web, etc.

UNIVERSITY OF OXFORD
STYLE GUIDE

Contents

1 Introduction	Objectives of the style guide 1 How the guide is arranged 1 How to use the guide 1 What isn't included in the style guide 1 Quick reference guide 1	17 Names and titles	General titles 17 Oxford-specific titles 17 Other titles 18 Combining titles 19 Footnoting 20
2 Abbreviations, contractions and acronyms	Abbreviations 2 Contractions 2 Acronyms 2 Specific abbreviations 3	21 Highlighting/emphasising text	Bold 21 Italics 21 Underlining 21
4 Capitalisation		22 Word usage and spelling	List of Oxford places 22 Common confusions in word usage 23 Spelling 24 Plurals 24 American English 25 Tricky words 25
7 Numbers	How to write numbers 7 Times 7 Dates 8 Spans of numbers and years 8	25 Miscellaneous	Personal pronouns 26 Plural or singular? 26 Footnotes 27 Addresses, phone numbers, websites etc. 27
9 Punctuation	Apoptrophe 9 Brackets 10 Bulleted points 11 Colon and semicolon 11 Comma 12 Dashes and hyphens 13 Ellipsis 15 Full stop, exclamation mark and question mark 15 Quotation marks 16		



FIGURA 12. ÍNDICE DEL MANUAL DE ESTILO DE LA UNIVERSIDAD DE OXFORD. UNIVERSITY OF OXFORD STYLE GUIDE. 2016

Modelo de Engeström

1. **Objeto de diseño:** Guía de estilo de la universidad de Oxford, para la redacción y elaboración de documentos escritos por el personal de la universidad
2. **Sujeto:** Miembros de la universidad que generen escritos en nombre de la universidad, así como a los diferentes departamentos de la universidad y sus respectivas editoriales
3. **Reglas:** La descarga del archivo se encontrará de manera gratuita en el sitio web de la universidad, no está escrita para el uso público o externo. La guía de estilo está pensada para leerse como un PDF interactivo, donde se puede tener referencias cruzadas, el archivo se puede imprimir si se prefiere para mayor facilidad de referencia, la guía podrá sufrir actualizaciones, cuando estén disponibles, el sitio web lo indicará y cambiará el término que aparece en la portada. Manejar los colores y tipografía contenida en la guía de identidad visual de la universidad de Oxford
4. **Comunidad:** El uso de la guía de estilo está dirigida para la comunidad de la universidad de Oxford, sus departamentos y sus líneas editoriales
5. **División de trabajo:**
 - a. *University Design Studio Oxford:* encargados del diseño y composición
 - b. Dr. Serenhedd James: asesoramiento sobre asuntos eclesiásticos
 - c. Joanna Bason y Andrea Roger: Escritores
 - d. Panel de revisión de la guía de estilos, previa a su publicación

6. **Resultados:** La guía resulta efectiva para generar una presentación coherente para la universidad, las publicaciones hechas por diversos departamentos de la universidad, (Figura 13) tienen la misma línea estilística. La ubicación de los elementos, la enfatización de textos, y la escritura de fechas, siguen las reglas establecidas en la guía de estilo



FIGURA 13. ARTÍCULOS OXFORD MEDICAL CASE REPORT, VOLUMEN 3 Y OXFORD OPEN MATERIALS SCIENCE VOLUMEN 1 2021

Manual de estilo, Publicaciones Universidad de Alicante

El manual de estilo, para las publicaciones de la Universidad de Alicante (2005), está disponible en formato *PDF* en el sitio Publicaciones Universitat D'Alcantara en la sección Cómo publicar, para descargar.

Contenido

Este manual de estilo para las publicaciones de la Universidad de Alicante posee los siguientes apartados (Figura 14):

- Partes del libro
- Numeración de los capítulos y sus partes: Otras subdivisiones menores
- Recursos diacríticos: el uso de la cursiva, el uso de la negrita
- El uso de las comillas
- El uso de la raya la semirraya y el guion: la raya o guion largo, la semirraya o el signo menos, el guion
- El uso de los paréntesis y el uso de los corchetes: Los paréntesis, los corchetes
- Otros signos ortográficos: El asterisco, la barra, el signo de párrafo
- Uso de las letras mayúsculas: Uso de las versalitas
- Las citas: Las citas textuales, las citas bibliográficas
- Referencias bibliográficas: Otras referencias
- Abreviaturas
- Siglas y acrónimos
- Números: Los números romanos
- Ilustraciones, cuadros (Cuadros sinópticos y tablas) y sus rótulos

- Los índices: El índice de contenido, el índice alfabético, el índice cronológico
- Anexo I
- Anexo II
- Anexo III
- Anexo IV


<p>Manual de estilo PUBLICACIONES UNIVERSIDAD DE ALICANTE</p> 	ÍNDICE		
	<p>Presentación 7</p> <p>La obra 9</p> <p>1. PARTES DEL LIBRO 11</p> <p>2. NUMERACIÓN DE LOS CAPÍTULOS Y SUS PARTES 15</p> <p>2.1. Otras subdivisiones menores 17</p> <p>3. RECURSOS DIACRÍTICOS 19</p> <p>3.1. El uso de la cursiva 19</p> <p>3.2. El uso de la negrita 23</p> <p>4. EL USO DE LAS COMILLAS 25</p> <p>5. EL USO DE LA RAYA, LA SEMIRRAYA Y EL GUIÓN 28</p> <p>5.1. La raya o guión largo 28</p> <p>5.2. La semirraya o signo menos 32</p> <p>5.3. El guión 32</p>	<p>6. EL USO DE LOS PARÉNTESIS Y DE LOS CORCHETES 34</p> <p>6.1. Los paréntesis 34</p> <p>6.2. Los corchetes 36</p> <p>7. OTROS SIGNOS ORTOGRÁFICOS 40</p> <p>7.1. El asterisco 40</p> <p>7.2. La barra 41</p> <p>7.3. El signo de párrafo 42</p> <p>8. USO DE LAS LETRAS MAYÚSCULAS 43</p> <p>8.1. Las letras versalitas 49</p> <p>9. LAS CITAS 51</p> <p>9.1. Las citas textuales 52</p> <p>9.2. Las citas bibliográficas 58</p> <p>10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 63</p> <p>10.1. Otras referencias 73</p> <p>11. ABREVIATURAS 77</p>	<p>12. SIGLAS Y ACRÓNIMOS 78</p> <p>13. NÚMEROS 80</p> <p>13.1. Los números romanos 81</p> <p>14. ILUSTRACIONES, CUADROS (CUADROS SINÓPTICOS Y TABLAS) Y SUS RÓTULOS 83</p> <p>15. LOS ÍNDICES 84</p> <p>15.1. El índice de contenido 85</p> <p>15.2. El índice alfabético 86</p> <p>15.3. El índice cronológico 88</p> <p>ANEXO I 90</p> <p>ANEXO II 94</p> <p>ANEXO III 96</p> <p>ANEXO IV 101</p>

FIGURA 14. ÍNDICE DE MANUAL DE ESTILO DE LA UNIVERSIDAD DE ALICANTE, 2005. OBTENIDO DE PUBLICATIONS UNIVERSITAT D'ALACANT. RECUPERADO DE [HTTPS://PUBLICACIONES.UA.ES/ES/MANUAL-ESTILO.PHP](https://publicaciones.ua.es/es/manual-estilo.php)

Modelo de Engeström

1. **Objeto de diseño:** El objetivo de este manual es el de ayudar a los autores en la redacción de sus obras y, fundamentalmente, crear un estilo propio de referencia que permita aumentar los niveles de calidad de nuestras publicaciones universitarias que son y deben ser básicas para nuestros docentes e investigadores como pilar de la producción editorial, y para los lectores a fin de estas (Espinosa, 2005)
2. **Sujeto:** Este manual de estilo está dirigido a académicos e investigadores de la propia universidad, que pretendan hacer publicaciones en el sitio *Publicacions Universitat D'Alcnat*
3. **Reglas:** El Manual de estilo contiene la recopilación de aquellas normas de ortografía, tipografía, estilo y edición que se consideran esenciales para la correcta exposición de una investigación o texto docente. En el manual de estilo, el autor encontrará solución a las dudas que le genera el texto compuesto; porque en él encontrará sobre todo normas de edición y directrices de estilo (*Publicacions Universitat D'Alcnat* [PUA]., 2005)
4. **Comunidad:** Las publicaciones que se realizan siguiendo este manual de estilo pueden observarse en la numerosa cantidad de publicaciones con las que cuenta la universidad, disponibles para cualquiera que quiera leer dichos libros
5. **División del trabajo:** En este manual de estilo para las publicaciones el trabajo se encuentra dirigido especialmente al autor de la futura publicación ya que el documento le habla al autor y no tanto a los editores, correctores y diseñadores, pues en él se especifica como debe ser entregado el manuscrito original. En nuestro ánimo está ofrecer referencias que ayuden al autor a que su investigación se presente de una forma correcta. Es, sencillamente, un asunto de contenido y forma (Publicaciones de la Universidad de Alicante [PUA]., 2005)
6. **Resultados:** El manual parece ser efectivo en su utilización ya que en el sitio *Publicacions Universitat D'Alacant*, cuenta con un catálogo de publicaciones, en especial libros, esto hace sentido ya que en el manual de estilo hay un apartado que tiene que ver con las partes del libro y estos están a la venta del público general

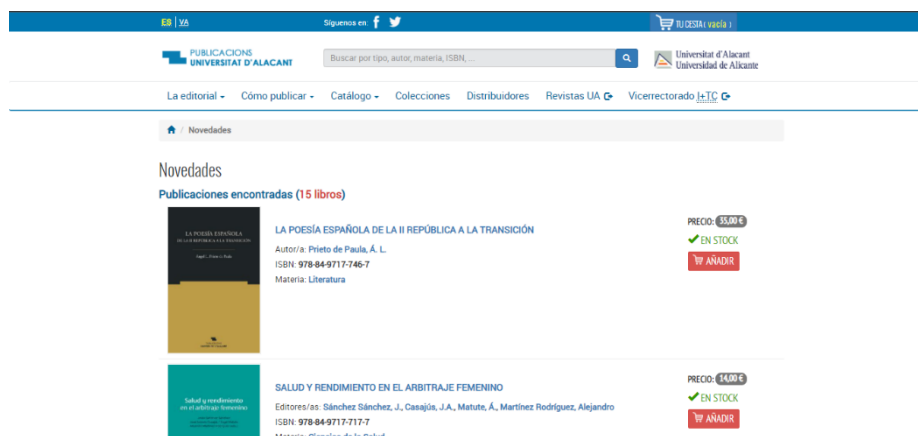


FIGURA 15. CAPTURA DE PANTALLA, LIBROS OFERTADOS EN LA SECCIÓN CATÁLOGO DEL SITIO WEB DE PUBLICACIONES D´ALACANT, 2021. RECUPERADO DE [HTTPS://PUBLICACIONES.UA.ES/ES/NOVEDADES.PHP](https://publicaciones.ua.es/es/novedades.php)

Pautas de estilo. Universidad Nacional de Río Negro

Las pautas de estilo de la Universidad Nacional de Río Negro están en formato *PDF* para su descarga en el sitio; Editorial UNRN, en la sección Publicar, en donde también se encuentran los siguientes documentos; la guía de presentación, citas y referencias, como citar y referenciar figuras y tablas, también en formato *PDF* y disponibles para su descarga. Sin embargo, para efectos de este análisis sólo se contempla el documento titulado Pautas de estilo.

Contenido

Este documento contiene los siguientes apartados (Figura 16):

Características de los originales: Organización de los contenidos, características técnicas generales, tipos de contenidos, filiación institucional, uso del lenguaje, uso de recursos tipográficos, uso de caracteres especiales y puntuación, criterios para la adecuación del estilo
Lista de referencias bibliográficas

Apéndice. Recursos y herramientas para confección de originales

Anexo 1: Consideraciones sobre el derecho de autor: licencias y contenidos libres, derecho de cita; restricciones al uso legítimo o uso razonable

Anexo 2: Imágenes; tipos de imágenes, entrega de imágenes a la editorial. Tablas

Anexo 3: Diseño de tapas

ÍNDICE

5		Características de los originales
5		Organización de los contenidos
7		Características técnicas generales
11		Tipos de contenidos
23		Filiación institucional
26		Uso del lenguaje
30		Uso de recursos tipográficos
35		Uso de caracteres especiales y puntuación
37		Criterios para la adecuación del estilo
48		Lista de referencias bibliográficas
49		Apéndice. Recursos y herramientas para confección de originales
50		Anexo 1. Consideraciones sobre derecho de autor
51		Licencias y contenidos libres
51		Derecho de cita
52		Restricciones al uso legítimo o uso razonable
53		Anexo 2. Indicaciones para el uso de imágenes y tablas
53		Imágenes
54		Tipos de imágenes
59		Entrega de imágenes a la editorial
60		Tablas
61		Anexo 3. Diseño de tapas

FIGURA 16. ÍNDICE DE DOCUMENTO KU PAUTAS EDITORIALES DE UNIVERSIDAD NACIONAL DE RÍO NEGRO, 2020. OBTENIDO DE [HTTP://WWW.EDITORIAL.UNRN.EDU.AR/INDEX.PHP/PUBLICAR](http://www.editorial.unrn.edu.ar/index.php/publicar)

Modelo de Engeström

Objeto de diseño: Este documento indica pautas que atañen a los procesos de aprobación y producción descritos en la Guía para presentación de originales. Particularmente se guían las tareas de adecuación de los originales en vistas a su presentación y los criterios de corrección de estilo (Barrio *et al.*, 2020).

Sujeto: Este documento que describe el proceso editorial por el que pasan las obras editoriales, está orientado a los autores, editores, comunicadores, correctores y diseñadores que trabajan en dicho proceso.

Reglas: El ingreso de un original al proceso de edición requiere del cumplimiento de las pautas, que conciernen a la organización y tratamiento de los contenidos, Barrio *et al.* (2020), en este caso la Editorial UNRN.

Comunidad: Los libros producidos por la editorial de la Universidad son para la comunidad en general que esté interesada en leerlos, de acuerdo con el apartado *catálogo*; Estos libros surgen del trabajo desarrollado por docentes-investigadores de distintas disciplinas. Así, ponemos a disposición de la comunidad el conocimiento producido en el ámbito académico y científico (Editorial Universidad Nacional Río Negro [EUNRN]., 2021).

División de trabajo: Todos los profesionales involucrados en este proceso tienen tareas clave para completar. El autor presenta formalmente la propuesta editorial, después se hace una micro edición por el editor, que es la primera intervención sobre el original admitido, luego se pasa a una micro edición en la que el original es enviado a corrección ortotipográfica y de estilo, que es realizada por un el corrector supervisado por el editor, pasa a la revisión de autores, y luego el editor envía el texto definitivo al área de diseño para la maquetación, para después hacer la corrección de pruebas que realiza un corrector, esto luego pasa al diseño de la tapa y revisión final, para que el libro sea producido en soporte físico y finalmente pueda ser difundido y distribuido. (Editorial Universidad Nacional Río Negro [EUNRN]., 2021).

Resultados: Los libros producidos por la Editorial UNRN, llegan a los lectores en presentaciones, charlas, reseñas, recomendaciones y entrevistas, tienen presencia en redes sociales y plataformas digitales acciones que colaboran para que el libro encuentre a sus lectores Universidad Nacional Río Negro [EUNRN], 2021).

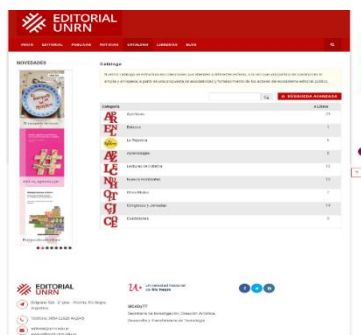


FIGURA 17. CAPTURA DE PANTALLA DE LA SECCIÓN CATÁLOGO DE LA EDITORIAL UNRN, 2021. OBTENIDO DE [HTTP://WWW.EDITORIAL.UNRN.EDU.AR/INDEX.PHP/CATALOGO/346/ALL_CATEGORY](http://www.editorial.unrn.edu.ar/index.php/catalogo/346/all_category)

Sitio Web: Universiteit Leiden

Este sitio web muestra las diferentes pautas que se deben de tomar en cuenta al realizar diferentes trabajos que serán publicados ya sea digitalmente o impreso, que esté relacionado con la Universidad de Leiden. Está dividido por secciones como lo son colores, fuentes, expresiones impresas, comunicaciones digitales y *Power Point*, a su vez estos apartados tienen subdivisiones en donde se especifica de manera clara cómo aplicarlos para mantener la identidad corporativa de la universidad (Figura 18).



FIGURA 18. UNIVERSIDAD LEIDEN, PÁGINA PRINCIPAL DEL MANUAL EN LÍNEA, 2021. OBTENIDO DE [HTTPS://HUISSTIJL.LEIDENUNIV.NL/EN/](https://huisstijl.leidenuniv.nl/en/)

Interfaz gráfica

En la página principal se muestran siete secciones principales:

- **Sección casa:** en este apartado se encuentra la página principal y está en un elemento fijo el cual se mantiene cuando se mueve a otra sección
- **Sección elementos básicos:** al pasar el ratón sobre él se despliegan las subdivisiones que conforman este apartado:
 - a. **Logotipos:** se muestran las variaciones del logotipo, su estructura en línea o impresión, la explicación de cada parte que conforma el logotipo, dimensiones, usos correctos e incorrectos
 - b. **Saldar:** en él se explican las medidas y distribución del logotipo en una página web
 - c. **Elemento recortado:** se explica cómo se aplicará un elemento adicional para mantener la identidad corporativa

- d. **Iconos:** se muestran los iconos que se colocarán en cada elemento informativo, además tiene la opción para descargar a una buena calidad
- e. **Colores:** se encuentran los colores principales y secundarios para aplicarse a los diferentes elementos con su respectivo código en Pantone, CMYK, RGB y hexadecimal, además se proporciona una breve explicación de que consiste cada sistema de color.
- f. **Fuentes:** se muestran las diferentes fuentes que se utilizan de acuerdo a cada caso como, por ejemplo: fuente principal, secundaria, subtítulos y compatible con web.

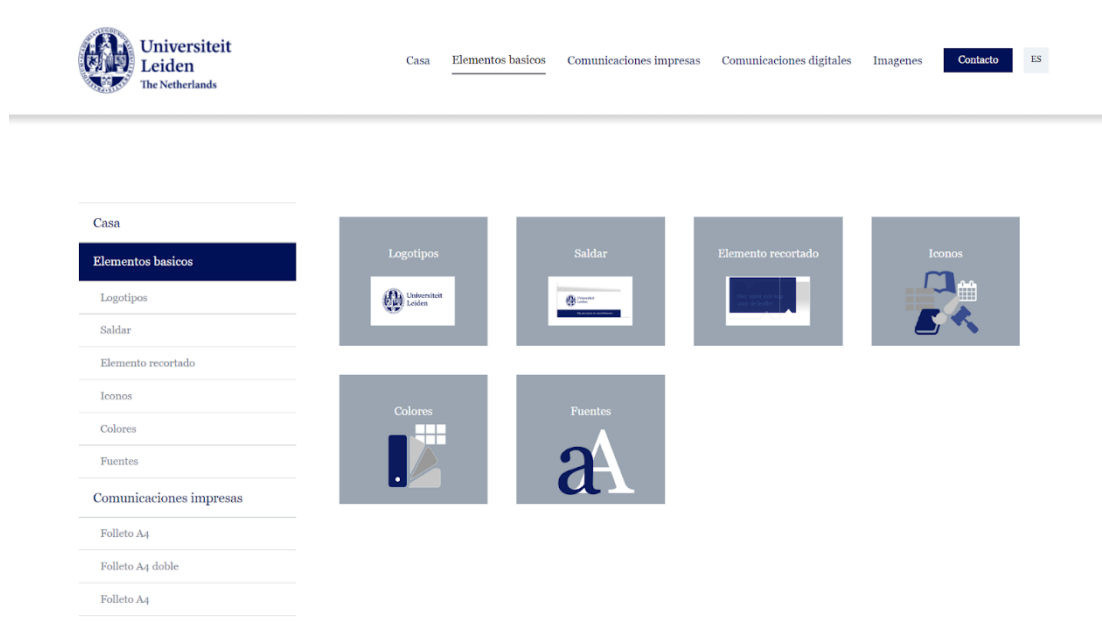


FIGURA 19. UNIVERSIDAD LEIDEN, ELEMENTOS BÁSICOS, 2021. OBTENIDO DE [HTTPS://HUISSTIJL.LEIDENUNIV.NL/EN/BASIC-ELEMENTS/](https://huisstijl.leidenuniv.nl/en/basic-elements/)

- **Sección *comunicaciones impresas*:** al pasar el mouse sobre él se despliegan las subdivisiones que conforman este apartado:
 - a. Folleto A4: se proporciona la opción para descargar una plantilla que contiene los elementos principales, además se describe para qué se utilizará, el tamaño, número de páginas, impresión, papel, número de palabras, descripción de las páginas, uso del color
 - b. Folleto A4 doble: se proporciona la opción para descargar una plantilla que contiene los elementos principales, además se describe para qué se utilizará, el tamaño, número de páginas, impresión, papel, número de palabras, descripción de las páginas, uso del color
 - c. Folleto A4: se proporciona la opción para descargar una plantilla que contiene los elementos principales, además se describe para qué se utilizará, tamaño, impresión, papel, número de palabras, diseño

- d. Folleto A5: se proporciona la opción para descargar una plantilla que contiene los elementos principales, además se describe para qué se utilizará, tamaño, impresión, papel, número de palabras A5, número de palabras A6
- e. Folleto A5 plegable: se proporciona la opción para descargar una plantilla que contiene los elementos principales, además se describe para qué se utilizará, tamaño, número de páginas, impresión, papel, número de palabras, uso del color, diseño de las páginas interiores
- f. Póster: se proporciona la opción para descargar una plantilla que contiene los elementos principales, además se describe para qué se utilizará, tamaño, número de páginas, impresión, papel, número de palabras
- g. Otros materiales impresos: se proporciona la opción para descargar una plantilla que contiene los elementos principales, además incluye dos secciones: 1) Banners acumulativos (descripción, tamaño, diseño, impresión, material, texto) 2) Banderas de playa (descripción, talla, diseño, impresión, material, texto)

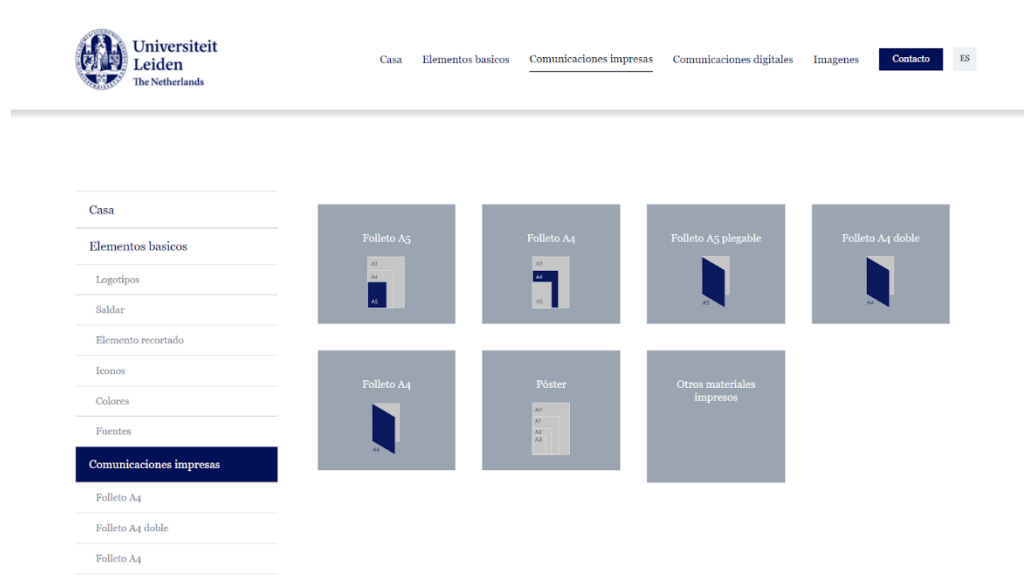


FIGURA 20. UNIVERSIDAD LEIDEN, COMUNICACIONES IMPRESAS, 2021. OBTENIDO DE [HTTPS://HUISSTIJL.LEIDENUNIV.NL/EN/PRINTED-COMMUNICATIONS/](https://huisstijl.leidenuniv.nl/en/printed-communications/)

- **Sección comunicaciones digitales:** al pasar el ratón sobre él se despliegan las subdivisiones que conforman este apartado:
 - a. **Power Point:** se proporciona plantillas en diferentes casos a utilizar, además se describe para qué se utilizará, tamaño, color, texto, cómo se aplican los estilos a cada presentación
 - b. **Anuncios en línea:** se proporciona el tamaño, color, ejemplos de cómo se aplicará dependiendo el caso en el que se encuentre
 - c. **Firma de email:** se muestra la opción para crear una firma de correo electrónico y redirige a una página diferente

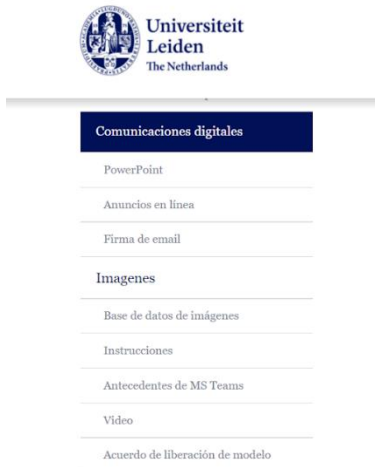


FIGURA 21. UNIVERSIDAD LEIDEN, COMUNICACIONES IMPRESAS, 2021. OBTENIDO DE [HTTPS://HUISSTIJL.LEIDENUNIV.NL/EN/DIGITAL-COMMUNICATIONS/](https://huisstijl.leidenuniv.nl/en/digital-communications/)

- **Sección imágenes:** al pasar el ratón sobre él se despliegan las subdivisiones que conforman este apartado:
 - a. **Base de datos de imágenes:** redirige a una página diferente donde muestra opciones de ingreso
 - b. **Instrucciones:** se ofrece una serie de ejemplos que debe de tener en cuenta el fotógrafo para la composición de las fotografías que serán utilizadas dependiendo el caso en el que se encuentre
 - c. **Antecedentes de MS Teams:** se ofrece la opción de descargar fondos a una cuenta de *Teams* para tener un aspecto más profesional para cada situación
 - d. **Video:** se ofrece la opción de descargar una plantilla que incluye un intro y cierre para crear vídeos corporativos
 - e. **Acuerdo de liberación de modelo:** se ofrece la opción de descargar un acuerdo en caso de que el material utilizado tenga un fin comercial o si las personas que se encuentran en la fotografía/imagen necesitan un consentimiento

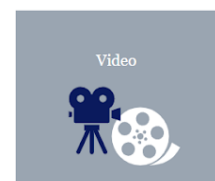
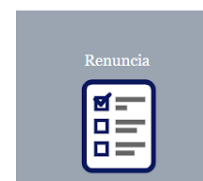
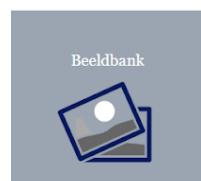


FIGURA 22. UNIVERSIDAD LEIDEN, COMUNICACIONES IMPRESAS, 2021. OBTENIDO DE [HTTPS://HUISSTIJL.LEIDENUNIV.NL/EN/DIGITAL-COMMUNICATIONS/](https://huisstijl.leidenuniv.nl/en/digital-communications/)

- **Sección contacto:** al hacer clic en este botón redirige a la página de correo que esté predeterminado en el equipo que se esté usando

- **Sección otro:** a diferencia de las otras secciones, esta se encuentra en toda la página principal, ya que se ubican los elementos que han sido más leídos y descargados en el momento

Usabilidad

Los elementos que contiene esta página son homogéneos y cuentan con una jerarquía.

Las imágenes se adaptan dependiendo del tamaño de la pantalla donde se esté visualizando la página. Por otra parte, el menú que tiene es fácil de entender además de estar bien codificado ya que te muestra las diferentes subcategorías de la sección, además de que los iconos que se utilizan son fáciles de identificar y de entender.

El color principal que se utiliza en la página web es el color *Azul pizarra* color de identidad corporativa. En cuanto a la tipografía, esta página emplea la fuente Serif *Minion pro* en su función *Roman* y *Médium*, los títulos de los botones son en altas y bajas.

Modelo de Engeström

Objeto de diseño: Pautas de marca de la Universidad de Leiden, para la elaboración de publicaciones de forma impreso y digital.

Sujeto: Esta página web está orientada para el cuerpo estudiantil, personal y miembros que trabajen en conjunto con la Universidad.

Reglas: El estilo de la casa nos ayuda a comunicarnos con las relaciones nuevas para crear y reforzar nuestra asociación con alta calidad y confiabilidad. La información contenida en el sitio web, tanto texto como imágenes seguirá siendo propiedad de la universidad además de no poder derivar derechos de la información ya que esta pertenece a organizaciones de terceros.

Comunidad: El uso del manual de pautas está dirigido para la comunidad universitaria de Leiden y sus departamentos.

División de trabajo: Marketing y Comunicación

Resultados: Las pautas son efectivas ya que los documentos publicados en su sitio web tienen el mismo estilo en cuanto a los elementos, imágenes, tipografía incluso el color que se utiliza para cada sección del artículo.

Universidad de Leiden | [Inicio](#) | [Los miembros del personal](#) | [Iniciativa digital nacional](#) | [Inicio](#)

Universiteit Leiden | [Inicio](#) | [Todas las categorías](#) | [Q](#)

[Investigar](#) | [Educación](#) | [Personal docente](#) | [Sobre nosotros](#) | [Colaboración](#) | [Facultades](#) | [Campus La Haye](#)

Inicio > Noticias > AI, paz, justicia y seguridad en Leiden, Delft y Rotterdam



AI, paz, justicia y seguridad en Leiden, Delft y Rotterdam

25 de febrero de 2021

La investigación de IA en el área de paz, justicia y seguridad en cada una de las tres universidades en Zuid-Holland complementa la investigación de IA que están realizando las otras dos. Tres investigadores lo explican. Parte uno de una serie de cinco sobre temas que cubren la investigación de IA de las tres universidades.

Comenzó con un proyecto de investigación de Delft con el Servicio General de Inteligencia y Seguridad (AIVD). En el punto donde la soberanía y la gobernanza se encuentran, el proyecto fue dirigido por los investigadores de Delft Michel van Tienen y Brian Klievick. Trabajamos con la AIVD en una investigación sobre la identificación y monitorización de los ataques digitales. Por ejemplo, desarrollando nuevos tratamientos para mejorar el nivel de análisis de los datos críticos y reconocer el comportamiento de los atacantes.

Move condujo a una nueva colaboración

Poco antes de que comenzara el proyecto en 2016, Klievick se mudó al campus de la Universidad de Tielman en La Haya. He querido aquí integrar aún más la cooperación con políticas y gobiernos de Leiden con la visión socio-técnica de la omnipresencia de Delft. Las universidades también trabajan juntas en otras investigaciones sobre el uso de algoritmos en un contexto de gobernanza.

Universiteit Leiden | [Inicio](#) | [Los miembros del personal](#) | [Iniciativa digital nacional](#) | [Inicio](#)

Universiteit Leiden | [Inicio](#) | [Todas las categorías](#) | [Q](#)

[Investigar](#) | [Educación](#) | [Personal docente](#) | [Sobre nosotros](#) | [Colaboración](#) | [Facultades](#) | [Campus La Haye](#)

Inicio > Noticias > Once científicos de Leiden reciben financiación para la comunicación científica



Once científicos de Leiden reciben financiación para la comunicación científica

22 de abril de 2021

La KNAW ha premiado a 11 científicos de Leiden por su compromiso con la comunicación científica, otorgándoles 10.000 euros a cada uno de los premios 'Appreciated!' fondo.

Aunque la interacción entre la ciencia y la sociedad es de enorme importancia, la comunicación científica está todavía lejos de ser reconocida como parte integral de la ciencia. El fondo piloto 'Comunicación científica por científicos: ¡apreciada!'. Creado por el Ministerio de Educación, Cultura y Ciencia de los Países Bajos y administrado por la Academia, da un paso adelante para mostrar y recompensar a los numerosos científicos que se han dedicado a la comunicación científica.

Los 11 científicos 'apreciados' de Leiden y sus proyectos de divulgación:

Peter Burger
Nieuwscheckers: la verificación de datos como arma contra la desinformación y la desinformación en la salud y la política (en holandés)

Markus Davidsen
Estudios religiosos en educación secundaria (en holandés)

Yvonne Erkens
Base de datos de ética empresarial: facilita la investigación, entre otros, sobre si las multinacionales cumplen con sus códigos de conducta.

FIGURA 23. ARTÍCULOS SITIO WEB DE LA UNIVERSIDAD DE LEIDEN. ABRIL 25 2021
OBTENIDO DE [HTTPS://WWW.UNIVERSITEITLEIDEN.NL/EN/NEWS/2021/04/ELEVEN-SCIENTISTS-RECEIVE-FUNDS-FOR-SCIENCE-COMMUNICATION](https://www.universiteitleiden.nl/en/news/2021/04/eleven-scientists-receive-funds-for-science-communication)

Sitio Web: Universidad de Nottingham

En este sitio web se presentan las diferentes pautas que emplea la universidad de Nottingham en sus diferentes publicaciones ya sea impresas o digitales. En la parte superior de la página se encuentra un menú desplegable donde se encuentran los seis departamentos; filosofía, identidad visual, voz y tono, guía de estilo, recursos y contacto a su vez, está seccionado por diferentes categorías donde se especifica como debe de estar diseñado cualquier elemento de la identidad corporativa.

Al bajar un poco el cursor se encuentran pequeños apartados donde especifican de manera concreta, los logotipos, plantillas, colores, guía de estilo y por último algunos consejos que se recomienda que sigan los usuarios.

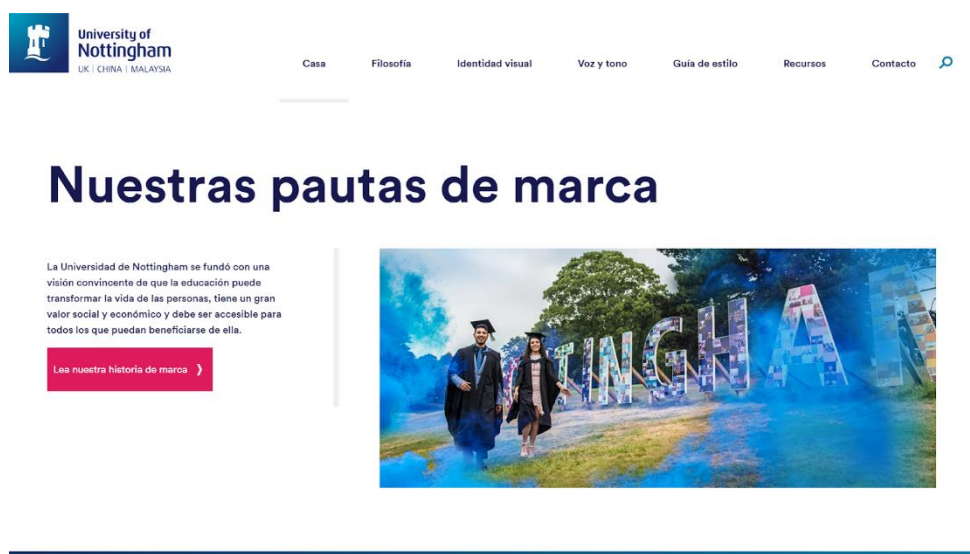


FIGURA 24. UNIVERSIDAD NOTTINGHAM, PÁGINA PRINCIPAL DE PAUTAS2021.
OBTENIDO DE [HTTPS://WWW.NOTTINGHAM.AC.UK/BRAND/INDEX.ASPX](https://www.nottingham.ac.uk/brand/index.aspx)

Interfaz gráfica

En la página principal se muestran seis secciones principales:

- **Filosofía:** En esta sección se encuentran la filosofía, principios de contenido, visión y valores de la casa universitaria
- **Identidad visual:** Presenta una breve descripción del contenido de dicho departamento, al bajar el cursor se encuentran los elementos que conforman la identidad corporativa de la universidad:
 - a. **Logotipos:** Explica la estructura y colocación del logo con sus respectivas especificaciones de uso (Posición, zona de exclusión, versión de sangrado, tamaños de logotipo impresos y digitales, uso del logo en videos, secuencia de animación, además de la inserción de logotipos terciarios como los

patrocinadores. Dicha sección cuenta con un apartado donde se puede descargar el logo en formatos JPEG, EPS Y PNG

Logotipos

Nuestro logo representa nuestra herencia. Nos da identidad y nos separa de otras instituciones. Debemos cuidarlo bien, respetarlo, protegerlo y asegurarnos de usarlo de la manera correcta.

El logotipo maestro se compone de tres elementos esenciales: la plaza del castillo, el tipo de logotipo y la línea de ubicación:



FIGURA 25. UNIVERSIDAD NOTTINGHAM, LOGOTIPO, 2021. OBTENIDO DE [HTTPS://WWW.NOTTINGHAM.AC.UK/BRAND/VISUAL/LOGOS.ASPX](https://www.nottingham.ac.uk/brand/visual/logos.aspx)

- b. **Color:** Breve explicación de la paleta primaria y secundaria empleada en las publicaciones junto con sus diferentes variaciones para las facultades de China y Malasia. Esta sección cuenta con dos apartados; el primero es de Accesibilidad donde ayuda a verificar que sus colores cumplen con los estándares estipulados al momento de combinar el color y el texto. Y el segundo es una lista de verificación donde se analiza a profundidad el sentido estético.

El azul	Azul dos	Azul tres	Azul cuatro	Azul cinco
C100 M1 Y24 K0	C100 M25 Y20 K8	C100 M55 Y0 K20	C100 M86 Y0 K34	C100 M90 Y0 K56
RO G155 B189	RO G125 B168	RO G86 B151	R27 G42 B107	R25 G26 B79

FIGURA 26. UNIVERSIDAD NOTTINGHAM, GAMA CROMÁTICA, 2021. OBTENIDO DE [HTTPS://WWW.NOTTINGHAM.AC.UK/BRAND/VISUAL/COLOUR.ASPX](https://www.nottingham.ac.uk/brand/visual/colour.aspx)

- c. **Fuentes:** Muestra una breve explicación de las fuentes primaria y secundarias utilizadas con sus diferentes variaciones para cada una de las facultades con sus respectivos tamaños para formato impreso y digital.



FIGURA 27. UNIVERSIDAD NOTTINGHAM, TIPOGRAFÍA, 2021. OBTENIDO DE [HTTPS://WWW.NOTTINGHAM.AC.UK/BRAND/VISUAL/FONTS.ASPX](https://www.nottingham.ac.uk/brand/visual/fonts.aspx)

- d. **Fotografía y video:** Presenta un breve resumen de los lineamientos con los que se debe capturar las imágenes para la publicidad de la universidad.



FIGURA 28. UNIVERSIDAD NOTTINGHAM, GUÍA PARA FOTOGRAFÍA Y VIDEO, 2021. OBTENIDO DE [HTTPS://WWW.NOTTINGHAM.AC.UK/BRAND/VISUAL/PHOTOGRAPHY-AND-VIDEO.ASPX](https://www.nottingham.ac.uk/brand/visual/photography-and-video.aspx)

- e. **Escudo de armas:** Da una breve explicación sobre el significado del emblema de la universidad.

Nuestro escudo de armas fue concedido oficialmente el 15 de abril de 1948 y es un símbolo único y una parte importante de nuestra historia.

Usando nuestro escudo de armas >



FIGURA 29. UNIVERSIDAD NOTTINGHAM, GUÍA PARA ESCUDO, 2021. OBTENIDO DE [HTTPS://WWW.NOTTINGHAM.AC.UK/BRAND/VISUAL/COAT-OF-ARMS.ASPX](https://www.nottingham.ac.uk/brand/visual/coat-of-arms.aspx)

- f. **Ilustración:** Sección con un breve resumen sobre el tipo de ilustración que se debe de utilizar para sus publicaciones.



FIGURA 30. UNIVERSIDAD NOTTINGHAM, ILUSTRACIONES, 2021. OBTENIDO DE [HTTPS://WWW.NOTTINGHAM.AC.UK/BRAND/VISUAL/ILLUSTRATION.ASPX](https://www.nottingham.ac.uk/brand/visual/illustration.aspx)

- g. **Formas:** Una breve explicación del por qué todo el diseño de sus publicaciones está orientado en la forma del cuadrado.



FIGURA 31. UNIVERSIDAD NOTTINGHAM, FORMAS, 2021. OBTENIDO DE [HTTPS://WWW.NOTTINGHAM.AC.UK/BRAND/VISUAL/SHAPES.ASPX](https://www.nottingham.ac.uk/brand/visual/shapes.aspx)

- h. **Tablas y gráficos:** Breve explicación del cómo deben de usarse los gráficos para las publicaciones impresas y digitales con sus respectivas variaciones.

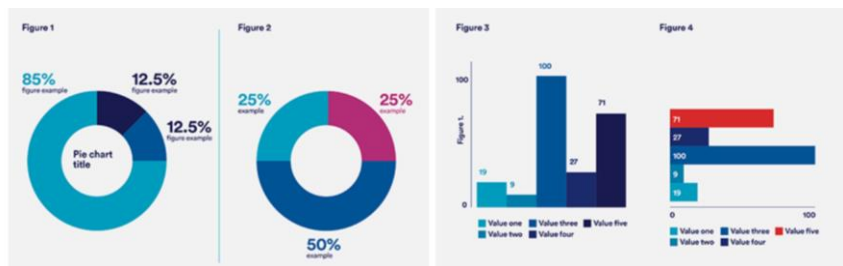


FIGURA 32. UNIVERSIDAD NOTTINGHAM, TABLAS Y GRÁFICOS, 2021. OBTENIDO DE [HTTPS://WWW.NOTTINGHAM.AC.UK/BRAND/VISUAL/TABLES-AND-CHARTS.ASPX](https://www.nottingham.ac.uk/brand/visual/tables-and-charts.aspx)

- **Voz y tono:** En esta subdivisión describe de manera explícita los atributos y características de la personalidad de la marca.
- **Guía de estilo:** Este manual posee los siguientes apartados:
 - Abreviaciones y acrónimos
 - Habilidad y discapacidad
 - Acentos
 - Accesibilidad e inclusión
 - Edad
 - Exalumno exalumna
 - Ampersands
 - Tecnología de asistencia
 - Apóstrofes
 - Negrita cursiva y subrayado
 - Soportes
 - Nombres de edificios
 - Puntos de viñeta

- Capitalización
- Cancillera
- Dos puntos y coma y coma
- Contracciones
- Covid-19
- Guiones y guiones
- Fecha
- Grados
- Departamento divisiones facultades y escuelas
- Elipsis
- Puntos completos signos de interrogación y signos de exclamación
- Género y sexualidad
- Gramática y estilo
- Imágenes y contenido multimedia
- Palabras latinas y griegas
- Enlaces direcciones web y de correo electrónico
- Dinero
- Nombres y títulos
- Nacionalidad
- Números
- Ordinales
- Números de teléfono y direcciones
- Lenguaje simple
- Profe profesores y becarios
- Puntuación
- Comilla
- Raza etnia y religión
- Singular o plural
- Ortografía
- Terminología y vocabulario
- Términos y semestres
- Hora
- Universidad de Nottingham
- Pesos y medidas

En cada uno de ellos se describe de manera concreta el uso de cada uno de los apartados además de insertar ejemplos para tener una visión clara de lo que se debe y no se debe de hacer.

Abreviaturas

Las abreviaturas muy comunes que son reconocidas globalmente están bien para usar. Pero nunca abrevie Profesor por Prof - trabajaron duro para el -osor.

No use puntos en abreviaturas.

Dr ✓	Examen ✓	Laboratorio ✓	Milisegundo ✓	S t. ✗	Profe. ✗
------	----------	---------------	---------------	--------	----------

Evite las abreviaturas comunes en latín, como etc, eg y ie. Pueden ahorrarle espacio, pero como señaló George Orwell, ¿por qué usaría una palabra extranjera cuando existe un equivalente nativo? Existen buenas alternativas en inglés sencillo que harán que su escritura sea más fácil de entender:

Etc - use "y otros" o incluya listas completas cuando sea posible.

Por ejemplo , utilice "por ejemplo", "como" o "incluido".

FIGURA 33. UNIVERSIDAD NOTTINGHAM, GUÍA DE ESTILO PARA ABREVIATURAS, 2021. OBTENIDO DE [HTTPS://WWW.NOTTINGHAM.AC.UK/BRAND/STYLEGUIDE/INDEX.ASPX?ID=42A72988-5CDC-4795-931C-CFD6E2C0D2D5](https://www.nottingham.ac.uk/brand/styleguide/index.aspx?id=42a72988-5cdc-4795-931c-cfd6e2c0d2d5)

- **Recursos:** De esta categoría emergen diferentes plantillas para PowerPoint, firmas de correo, administrativas, tarjetas de visita y certificado.
- **Contacto:** Por último, en esta sección adjuntan un formulario que se debe rellenar con los datos del usuario para recibir información más específica de alguna de las secciones mencionadas anteriormente.

Modelo de Engeström

Objeto de diseño: Pautas de marca de la Universidad de Nottingham, para la elaboración de publicaciones de forma impreso y digital.

Sujeto: Esta página web está orientada para el cuerpo estudiantil, personal y miembros que trabajen en conjunto con la universidad.

Reglas: Se recuerda a los usuarios de la Universidad la necesidad de respetar las políticas de la Universidad en materia de dignidad, igualdad y diversidad y el uso adecuado de las instalaciones informáticas. El uso indebido de las instalaciones informáticas se abordará de acuerdo con los procedimientos disciplinarios correspondientes.

Comunidad: El uso del manual de pautas está dirigido para la comunidad universitaria de Nottingham y sus departamentos.

División de trabajo: *Digital Marketing and Creative Services.*

Resultados: Las pautas son efectivas, ya que las publicaciones que realizan los diferentes departamentos de investigación de la universidad mantienen el mismo estilo.

El precio devastador del oro

Prácticamente inalcanzable por carretera y plagada de años de disturbios civiles, la región del Chocó de Colombia puede ser un lugar peligroso.



Un bastión de la milicia antigubernamental, su ecosistema único se enfrenta a daños irreparables a manos de los mineros ilegales de oro, que extraen el elemento de los sedimentos en la cuenca del río Atrato.

Pero hay esperanza. En 2017, en una primicia mundial, la corte constitucional de Colombia otorgó derechos 'humanos' al río. Reconoció que el río desempeñaba un papel tan importante en la vida económica y social de la región que se le deberían otorgar derechos equivalentes a los humanos que lo rodean.

El Dr. Nick Mount es parte de un equipo de científicos naturales y sociales que trabajan para identificar cómo estos nuevos derechos pueden traducirse en avances concretos.

"Esta es una cuenca fluvial que es uno de los puntos calientes de biodiversidad más importantes del mundo, que ha sido absolutamente devastada por la destrucción del medio ambiente. ¿Por qué el mundo no ha oído hablar de esto? Bueno, la respuesta es porque los silos silenciosos."

Mi visión azul-verde

El riesgo de inundaciones es cada vez más grave, tanto en el Reino Unido como en todo el mundo, y el desafío de proteger nuestros hogares y ciudades es cada vez más importante.



En solo un día, el 16 de febrero de 2020, la Agencia Ambiental emitió 347 alertas de inundaciones, 282 advertencias de inundaciones y siete advertencias de inundaciones graves en Inglaterra mientras la tormenta Dennis azotaba todo el país.

Los científicos predicen que lluvias tan intensas y tormentas extremas se volverán más comunes si el cambio climático no se controla.

Necesitamos poner en marcha medidas para combatir estos cambios. Tradicionalmente, las defensas contra inundaciones consisten en muros y barreras defensivas, cuyo objetivo es alejar el agua de la superficie lo más rápido posible. Sin embargo, esta 'infraestructura gris' por sí sola puede no hacer frente a futuras inundaciones y, simplemente, trasladar el agua puede trasladar el problema de un área a otra.

Debemos dejar de pensar únicamente en la infraestructura que puede proteger a nuestros pueblos y ciudades de las inundaciones y adoptar enfoques más resilientes, como la infraestructura azul-verde. Esto utiliza características más sostenibles y ecológicas, como cunetas (canales con vegetación), humedales y jardines de lluvia, que tienen como objetivo hacer que los sistemas de drenaje urbano se parezcan más a los sistemas de drenaje natural. Este enfoque, explorado por el Blue-Green Cities Research Consortium, dirigido por mi colega, el profesor Colin Thorne, científico del río de la Universidad de Nottingham, tiene el potencial de ecologizar nuestras ciudades y mejorar el bienestar, así como gestionar mejor el riesgo de inundaciones. Puede reducir la temperatura del aire urbano,

FIGURA 34. UNIVERSIDAD DE NOTTINGHAM. ARTÍCULOS PUBLICADOS EN EL SITIO WEB DE LA UNIVERSIDAD, 2021. OBTENIDO DE [HTTPS://WWW.NOTTINGHAM.AC.UK/BRAND/INDEX.ASPX](https://www.nottingham.ac.uk/brand/index.aspx)

Sitio Web: Cruz Roja Alemana

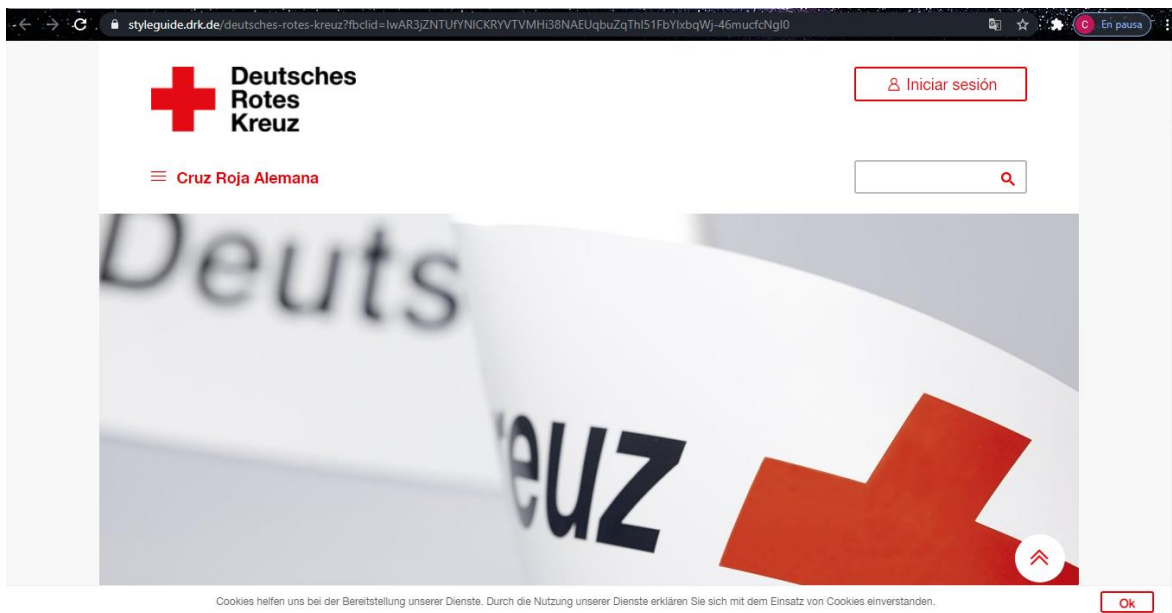


FIGURA 35. CRUZ ROJA ALEMANA, PÁGINA PRINCIPAL DEL MANUAL EN LÍNEA, 2021. OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IWAR3JZNTUfYnLCKRYVTVMHI38NAEUQBUZQTHL51FYIXBQWJ-46MUCFCNGI0](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3JZNTUfYnLCKRYVTVMHI38NAEUQBUZQTHL51FYIXBQWJ-46MUCFCNGI0)

Interfaz gráfica

En la página principal se muestran 9 secciones principales:

- **Sección inicio de sesión:** esta sección es fija, al seguir navegando en la página este se mantiene en la parte superior del sitio, además incluye un menú de hamburguesa que al desglosarlo se encuentran todas las demás secciones.
- **Sección elementos básicos:** se encuentra al bajar un poco de la página, en él están las siguientes subsecciones:
 - a. **Logo:** se explica la estructura del logo con un PDF descargable con una explicación más extensa, las especificaciones del uso del mismo dependiendo el caso, logos especiales, logos internacionales, logotipos de socios y patrocinadores, además se descargan plantillas que puedan ser utilizadas adecuadamente.

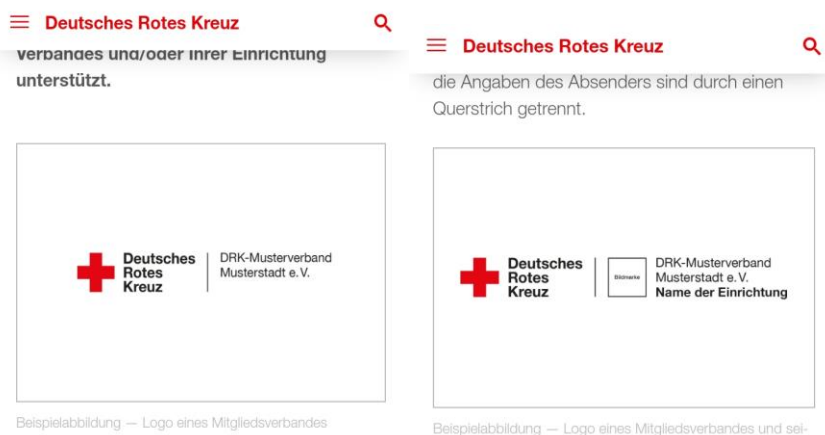


FIGURA 36. CRUZ ROJA ALEMANA, LOGO, 2021 OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IWAR3JZNTUFYNLCKRYVTVMHI38NAEUQBUZOThL51FBYIXBQWJ-46MUCFCNGI0](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3jZNTUfYnLCKRYVTVMHI38NAEUQBUZoThL51FBYIXBQWJ-46MUCFCNGI0)

- b. **Colores:** breve explicación del uso de los colores presentados, colores primarios, colores secundarios, tabla de colores.

CMYK 0/60/60/0	0/30/30/0	50/20/0/30	25/10/0/15
RGB 235/130/100	250/195/175	105/140/175	180/195/215
Hex #eb8264	#fac3af	#698caf	#b4c3d7

FIGURA 37. CRUZ ROJA ALEMANA, COLORES, 2021 OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IWAR3JZNTUfYnLCKRYVTVMHI38NAEUQBUZOThL51FBYIXBQWJ-46MUCFCNGI0](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3jZNTUfYnLCKRYVTVMHI38NAEUQBUZoThL51FBYIXBQWJ-46MUCFCNGI0)

- c. **Fuente:** breve explicación de las fuentes utilizadas, como descargarlas e instalarlas, fuente para material impreso, fuente para titulares, fuente para aplicaciones de oficina, premios, tamaños de fuente.



FIGURA 38. CRUZ ROJA ALEMANA, FUENTE, 2021 OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IWAR3JZNTUFYNLCKRYVTVMHI38NAEUQBUZQTHL51FBYIXBQWJ-46MUCFCNGIO](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3jZNTUfYnLCKRYVTVMHi38NAEUQBUZQThL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGIO)

- d. **Lenguaje de diseño y cuadrícula:** breve explicación a lo que se refiere esta sección, información general sobre el nuevo principio de diseño, línea de diseño *información*, línea de diseño *imagen*, línea de diseño *publicaciones especiales*.



Gestaltungslinie „Information“

FIGURA 39. CRUZ ROJA ALEMANA, LENGUAJES DE DISEÑO Y CUADRÍCULA, 2021 OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IWAR3JZNTUFYNLCKRYVTVMHI38NAEUQBUZQTHL51FBYIXBQWJ-46MUCFCNGIO](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3jZNTUfYnLCKRYVTVMHi38NAEUQBUZQThL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGIO)

- e. **Imágenes:** breve explicación sobre las imágenes utilizadas para publicidad, archivos descargables sobre contratos de modelos, declaración de consentimiento, declaración de protección de datos y contratos de fotógrafos, declaración de imagen, motivos de imagen (proporciona base de datos de imágenes), tipos de imágenes, propiedades de la imagen, producción y edición de imágenes.



FIGURA 40. CRUZ ROJA ALEMANA, IMÁGENES, 2021 OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IWAR3JZNTUFYNLCKRYVTVMHI38NAEUQBUZQTHL51FBYIXBQWJ-46MUCFCNGI0](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3jZNTUfYnLCKRYVTVMHI38NAEUQBUZQTHL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGI0)

- f. **Estilo gráfico:** breve explicación sobre esta sección, pictogramas (con descargables dependiendo el caso), gráficos, diagramas, mesas.

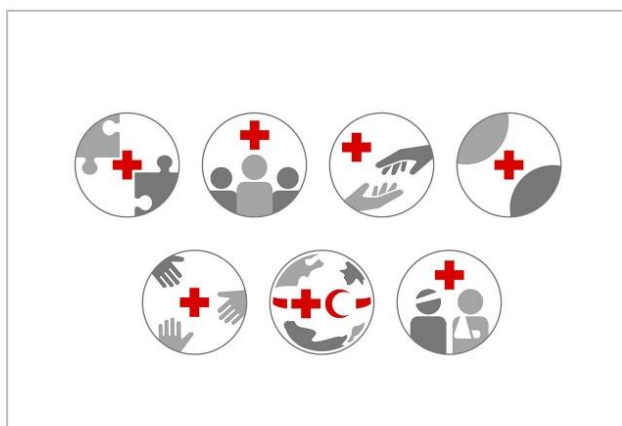


FIGURA 41. CRUZ ROJA ALEMANA, ESTILO GRÁFICO, 2021 OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IWAR3JZNTUfYnLCKRYVTVMHI38NAEUQBUZQTHL51FBYIXBQWJ-46MUCFCNGI0](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3jZNTUfYnLCKRYVTVMHI38NAEUQBUZQTHL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGI0)

- **Sección *aplicaciones sin conexión*:** se encuentra al bajar un poco de la página, en él están las siguientes subsecciones:
 - a. Papelería comercial:** breve explicación sobre esta sección, membrete (plantillas descargables), sobres (PDF's descargables), tarjeta de visitante (plantillas descargables), tarjeta de referencia (PDF descargable), carta corta (PDF descargable), fax (plantilla descargable), presione soltar (plantillas descargables, comunicados de prensa).

Briefbogen



Blanco Briefbogen

FIGURA 42. CRUZ ROJA ALEMANA, PAPELERÍA COMERCIAL, 2021 OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IWAR3JZNTUfYnLCKRYVTVMH138NAEUQBUZQThL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGI0](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3jZNTUfYnLCKRYVTVMH138NAEUQBUZQThL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGI0)

- b. Anuncios impresos:** breve explicación sobre esta sección, anuncios impresos (plantillas descargables), anuncios de empleo (plantillas descargables), obituarios (plantilla descargable en *Word*, *InDesign*, *PDF*).



FIGURA 43. CRUZ ROJA ALEMANA, ANUNCIOS IMPRESOS, 2021 OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IWAR3JZNTUfYnLCKRYVTVMH138NAEUQBUZQThL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGI0](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3jZNTUfYnLCKRYVTVMH138NAEUQBUZQThL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGI0)

- c. **Tarjetas de identificación y certificados:** breve explicación de esta sección, tarjeta de miembro (plantilla descargable *PDF, InDesign*), ID de empleado (plantilla descargable *PDF, InDesign*), certificados (plantilla descargable *PDF, InDesign*), sello de dirección (plantilla descargable), sello oficial (plantilla descargable).



FIGURA 44. CRUZ ROJA ALEMANA, TARJETAS DE IDENTIFICACIÓN Y CERTIFICADOS, 2021 OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IWAR3JZNTUFYNLCKRYVTVMH138NAEUQBUZQTHL51FBYIXBQWJ-46MUCFCNGIO](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3jZNTUfYnLCKRYVTVMH138NAEUQBUZQThL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGIO)

- d. **Publicaciones y folletos:** breve descripción de esta sección e información de usos, notas sobre las líneas de diseño, revistas y anuarios, folletos A4 (plantillas descargables *PDF, InDesign*), folletos A5 (plantillas descargables *PDF, InDesign*), folleto cuadrado (plantillas descargables *PDF, InDesign*), flyer DIN largo (plantillas descargables *PDF, InDesign*), hoja de información DIN A4 (plantillas descargables), plantilla de información interna (plantillas descargables).



FIGURA 45. CRUZ ROJA ALEMANA, PUBLICACIONES Y FOLLETOS, 2021 OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IWAR3JZNTUfYnLCKRYVTVMH138NAEUQBUZQThL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGIO](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3jZNTUfYnLCKRYVTVMH138NAEUQBUZQThL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGIO)

- e. **Ferias y eventos:** breve explicación de esta sección, sistemas de exhibición (banner, sistema *Alu Line*, contador de maletas, puerta concertina, todas con plantillas descargables), invitaciones y etiquetas de identificación (plantillas descargables *PDF*, *InDesign*), CD y DVD (plantillas descargables *PDF*, *InDesign*), carteles (plantillas descargables).



FIGURA 46. CRUZ ROJA ALEMANA, FERIAS Y EVENTOS, 2021 OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IWAR3JZNTUFYNLCKRYVTVMH138NAEUQBUZQTHL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGI0](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3jZNTUFYNLCKRYVTVMH138NAEUQBUZQTHL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGI0)

- f. **Banderas y pancartas:** breve explicación de esta sección, banderas, plantillas descargables para cada situación.



FIGURA 47. CRUZ ROJA ALEMANA, BANDERAS Y PANCARTAS, 2021 OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IWAR3JZNTUFYNLCKRYVTVMH138NAEUQBUZQTHL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGI0](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3jZNTUFYNLCKRYVTVMH138NAEUQBUZQTHL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGI0)

- g. **Vehículos:** breve explicación de esta sección, líneas de diseño, raya roja, marca *Battenberg*, línea de diseño *Light*, resumen de diapositivas.



FIGURA 48. CRUZ ROJA ALEMANA, VEHÍCULOS, 2021 OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IWAR3jZNTUfYnLCKRYVTVMHI38NAEUQBUZoThL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGI0](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3jZNTUfYnLCKRYVTVMHI38NAEUQBUZoThL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGI0)

- h. **Construcción de letras:** breve explicación de esta sección, señalización exterior, señalización interior.



FIGURA 49. CRUZ ROJA ALEMANA, CONSTRUCCIÓN DE LETRAS, 2021 OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IWAR3jZNTUfYnLCKRYVTVMHI38NAEUQBUZoThL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGI0](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3jZNTUfYnLCKRYVTVMHI38NAEUQBUZoThL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGI0)

- i. **Materiales de publicidad:** breve explicación de esta sección, elección del material, diseño de material publicitario.



FIGURA 50. CRUZ ROJA ALEMANA, MATERIALES DE PUBLICIDAD, 2021 OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IWAR3JZNTUFYNLCKRYVTVMHI38NAEUQBUZQTHL51FBYIXBQWJ-46MUCFCNGIO](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3jZNTUfYnLCKRYVTVMHi38NAEUQBUZqThL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGIO)

- **Sección *aplicaciones en línea:*** se encuentra al bajar un poco de la página, en él están las siguientes subsecciones:

- a. **Diapositivas:** breve explicación de esta sección, configuración de la presentación, plantillas descargables.



FIGURA 51. CRUZ ROJA ALEMANA, DIAPOSITIVAS, 2021 OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IWAR3JZNTUfYnLCKRYVTVMHI38NAEUQBUZQThL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGIO](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3jZNTUfYnLCKRYVTVMHi38NAEUQBUZqThL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGIO)

- b. **Sitio web:** breve explicación de esta sección, colorido (tonos de colores), fuente (estilos de fuente, color de fuente, integración de fuentes, fuente sustituta, descargables), imágenes, sitios web de muestra (registro de dominio).

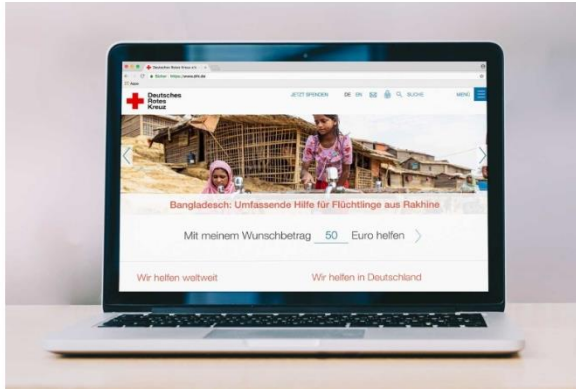


FIGURA 52. CRUZ ROJA ALEMANA, SITIO WEB, 2021 OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IWAR3JZNTUFYNLCKRYVTVMHI38NAEUQBUZQTHL51FBYIXBQWJ-46MUCFCNGIO](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3jZNTUfYnLCKRYVTVMHi38NAEUQBUZqThL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGIO)

- c. **Medios de comunicación social:** breve explicación de esta sección, política de redes sociales, *Facebook* e *Instagram* (plantillas descargables), *gorjeo* (plantillas descargables), *YouTube* (plantillas descargables), *pegatinas de emoji* (plantilla descargable).

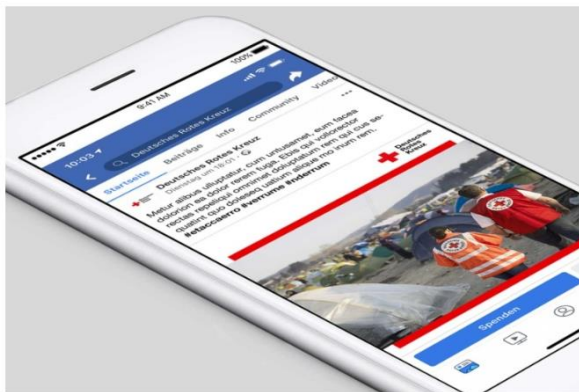


FIGURA 53. CRUZ ROJA ALEMANA, MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, 2021 OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IWAR3JZNTUFYNLCKRYVTVMHI38NAEUQBUZQTHL51FBYIXBQWJ-46MUCFCNGIO](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3jZNTUfYnLCKRYVTVMHi38NAEUQBUZqThL51FbYIXBQWJ-46MUCFCNGIO)

d. **Video:** breve explicación de esta sección, plantillas para videos y películas.



FIGURA 54. CRUZ ROJA ALEMANA, VIDEO, 2021 OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IwAR3jZNTUfYfYNLCKRYVTVMHi38NAEUQBUZqThL51FbYIxBQWJ-46MUCFCNGIQ](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3jZNTUfYfYNLCKRYVTVMHi38NAEUQBUZqThL51FbYIxBQWJ-46MUCFCNGIQ)

e. **Email:** breve explicación de esta sección, firma de email, fuente, tamaño de fuente y espaciado de línea, construcción.



FIGURA 55. CRUZ ROJA ALEMANA, EMAIL, 2021 OBTENIDO DE [HTTPS://STYLEGUIDE.DRK.DE/DEUTSCHES-ROTES-KREUZ?FBCLID=IwAR3jZNTUfYfYNLCKRYVTVMHi38NAEUQBUZqThL51FbYIxBQWJ-46MUCFCNGIQ](https://styleguide.drk.de/deutsches-rottes-kreuz?fbclid=IwAR3jZNTUfYfYNLCKRYVTVMHi38NAEUQBUZqThL51FbYIxBQWJ-46MUCFCNGIQ)

- **Sección *contacto*:** se encuentra en la parte casi final del sitio web en el que se da a conocer las formas de contactar a Carolin Fritzsche (jefe de proyecto de diseño corporativo) y Anita Drost (jefa de la división de publicaciones) para obtener más información de las plantillas y servicios ofertados.
- **Sección *guías de estilo*:** se encuentra en la parte inferior del sitio, en él están las siguientes subsecciones:
 - a. **Cruz Roja Alemana:** traslada a la parte superior de la página, pero muestra una imagen del logo de la Cruz Roja Alemana.

- b. **Reloj de agua:** traslada a la parte superior de la página, pero muestra una imagen de una bandera con el logo de la Cruz Roja Alemana.
- c. **Rescate de montaña:** traslada a la parte superior de la página, pero muestra una imagen de una acción realizada por esta empresa.
- d. **Hermandades:** breve explicación de esta sección, logotipo de las hermandades de mujeres DRK, guía de estilo de las hermandades de mujeres DRK (descargable *PDF*).
- e. **Cruz Roja Juvenil:** breve explicación de esta sección, logotipo de JRK, guía de estilo en línea de JRK (link con el acceso).
- **Sección *enlaces externos*:** se encuentra en la parte inferior del sitio, en él están las siguientes subsecciones:
 - f. **Sitio web de DRK:** redirige a otro sitio web donde explica el funcionamiento de la Cruz Roja Alemana, novedades y actualizaciones, donación, proyectos de ayuda global en foco, banco de prensa, otras áreas DRK.
 - g. **Base de datos de imágenes:** redirige a otro sitio web para acceder a través de una cuenta proporcionada por la empresa.
 - h. **DRK Service GmbH:** redirige a otro sitio web donde explica que es DRK Service GmbH a través de una película, expertos en sistemas, carta de especialización para especialistas y ejecutivos, artículos de la Atayala, contacto.
 - i. **Aplicación DRK:** redirige a otro sitio web para poder descargar la aplicación a un dispositivo móvil.
- **Sección *información*:** se encuentra en la parte inferior del sitio, en él están las siguientes subsecciones:
 - j. **Descarga DRK:** breve explicación de esta sección, información general de las plantillas, todas las plantillas de las secciones anteriores para descargarlas en sus diferentes formatos.
 - k. **Descarga de BRK:** breve explicación de esta sección para la Cruz Roja de Baviera, información general de las plantillas, todas las plantillas de las secciones anteriores para descargarlas en sus diferentes formatos.
 - l. **Descarga de rescate acuático DRK:** breve explicación de esta sección para el reloj de agua, información general de las plantillas, declaración de misión de la atalaya, todas las plantillas de las secciones anteriores para descargarlas en sus diferentes formatos.
 - m. **Contacto:** formulario para contactarse con la empresa, formas de contactar a Carolin Fritzsche (jefe de proyecto de diseño corporativo) y Anita Drost (jefa de la división de publicaciones) para obtener más información de las plantillas y servicios ofertados.
 - n. **Imprimir:** identificador del proveedor según 5 TMG (representante autorizado, registro del club, información sobre los impuestos, responsabilidad del contenido, el personal editorial, diseño, programación, imágenes), exención de responsabilidad (contenido de las páginas, referencias y enlaces, derecho de autor

y derecho de marcas, privacidad, validez legal de este descargo de responsabilidad, referencia a la solución de diferencias de la UE).

- o. Intimidad:** protección de datos (información general, recopilación de datos en nuestro sitio web), información general e información obligatoria (intimidad, nota sobre el organismo responsable, revocación de su consentimiento para el procesamiento de datos, derecho a presentar una reclamación ante la autoridad de control competente, derecho a la portabilidad de datos, cifrado SSL o TLS, información, bloqueo, eliminación, objeción al correo publicitario), delegado de protección de datos, recopilación de datos en nuestro sitio web (cookies, formulario de contacto, transferencia de datos, área de inicio de sesión), herramientas de análisis y publicidad (Google analítico), complementos y herramientas (*YouTube*).
- **Sección DRK-interno:** se encuentra en la parte inferior del sitio, en él están las siguientes subsecciones:
 - p. Base de datos de cliente:** redirige a otro sitio web para acceder a través de un correo proporcionado por la empresa, también muestra un apartado de registro.
 - q. Administración de usuario:** redirige a otro sitio web para acceder a través de un correo proporcionado por la empresa, también muestra un apartado de registro.
 - r. Base de datos de servicio:** redirige a otro sitio web para acceder a través de un correo proporcionado por la empresa, también muestra un apartado de registro.
 - s. Base de conocimientos:** redirige a otro sitio web para acceder a través de un correo proporcionado por la empresa, también muestra un apartado de registro.
 - t. Foro de marketing:** redirige a otro sitio web en el que se muestran boletines, páginas maestras, foros de marketing, bases de datos, direcciones, ofertas promocionadas por la empresa (marca de empleador del foro, portal de carrera del foro, *forum* MM-desarrollo de membresía, marketing directo del foro, foro de cooperación empresarial, foro de reciclaje de residuos).

Modelo de Engeström

Objeto de diseño: Pautas de marca de la Cruz Roja Alemana, para la elaboración de publicaciones de forma impreso y digital.

Sujeto: Esta página web está orientada para el personal y encargados de diseño de las diferentes publicaciones digitales de la organización.

Reglas: Se recuerda a los usuarios de la Cruz Roja Alemana la necesidad de respetar las políticas de la organización en materia de dignidad, igualdad y diversidad y el uso adecuado de las instalaciones informáticas. El uso indebido de las instalaciones informáticas se abordará de acuerdo con los procedimientos disciplinarios correspondientes. Además, todos los elementos presentados están protegidos por derechos de autor.

Comunidad: El uso del manual de pautas está dirigido para la comunidad de la Cruz Roja Alemana y los diferentes departamentos que la conforman.

División de trabajo: Carolin Fritzsche (jefe de proyecto de diseño corporativo) y Anita Drost (jefa de la división de publicaciones).

Resultados: Las pautas de estilo presentadas en el sitio web son efectivas porque mantienen un mismo estilo en todas las situaciones presentadas, se cubre en su totalidad los posibles casos que se puedan presentar al utilizar la marca, además es muy accesible, específica y proporciona en mayor parte los descargables para su utilización.

Hallazgos y resultados

Durante el análisis realizado se logra determinar la función e impacto que tienen las pautas editoriales en una publicación, ya que a pesar de la existencia de manuales y guías para el estilo editorial, todo este material siempre está pensado en función de quienes lo van a utilizar tal es el caso de la Universidad de Oxford y Rio Negro pues el material está diseñado para los encargados de la recepción, revisión y corrección de los manuscritos originales, quienes procuran que las publicaciones tengan un sentido formal y coherente con la imagen de la institución. Por otro lado, en el sitio de la Cruz Roja Alemana, se explican cómo se construyen las publicaciones y dan ejemplo a los que saben de diseño gráfico, lo que se está aplicando a las publicaciones de la institución y aunque en este caso se infiere que el sitio funciona más como un referente para que los diseñadores puedan ver como esta institución logra uniformidad. Y aunque estas características en el caso de Alemania funcionan así, no son replicables en otros ejemplos como la Universidad Nottingham, donde el sitio está dirigido a aquellos miembros de la universidad que deseen publicar algún contenido editorial.

Capítulo III: Desarrollo del objeto de diseño

3.1 Definición del proyecto de diseño

A partir de la información recabada en los capítulos uno y dos, se tiene como objetivo principal desarrollar un manual de pautas editoriales y un sitio web que incluirán dichas normas para la *Revista Electrónica Leer, Escribir y Descubrir*, ambos productos albergarán las guías que crearán productos de diseño concretos a la línea establecida, a través de un lenguaje diagramático único, por parte de la revista.

3.1.1 Estrategia Metodológica de Diseño

El proyecto de diseño se llevará a cabo bajo la metodología Sistemática basada en el método de diseño propuesto por Archer B. (1963) y una metodología proyectual basada en Bruno Munari.

Archer B. (1963) propone en la revista inglesa *Design* el método de diseño donde especifica *Seleccionar los materiales correctos y darles forma para satisfacer las necesidades de función y estéticas dentro de las limitaciones de los medios de producción disponibles* siempre y cuando se establezcan parámetros y lineamientos a seguir en las intervenciones a realizar, dándole la importancia a cada acción para determinar el orden de desarrollo del proyecto.

El proceso a su vez está compuesto por tres etapas: **analítica**, **creativa** y de **ejecución** que están subdivididas en seis pasos:

1. Definición del problema y preparación del programa detallado
2. Obtención de datos relevantes, preparar especificaciones y con base en estas retroalimentar la fase
3. Análisis y síntesis de los datos para preparar propuestas de diseño
4. Desarrollo de los prototipos
5. Ejecutar estudios y experimentos que validen el diseño
6. Preparar documentos para la producción

Por otro lado, Munari B. (1983) Establece en su libro *¿Cómo nacen los objetos?* La metodología proyectual, esta consiste en una serie de operaciones en orden lógico, dictado por la experiencia con el único objetivo de sistematizar la resolución de problemas. Este método está constituido por doce pasos:

1. Problema
2. Definición del problema
3. Elementos del problema
4. Recopilación de información
5. Análisis de datos
6. Creatividad
7. Materiales y tecnología
8. Experimentación
9. Modelos

- 10. Verificación
- 11. Dibujos constructivos
- 12. Solución

Para la realización de este proyecto se hará uso de una metodología híbrida generada a partir de estos los métodos mencionados anteriormente (Figura 56).

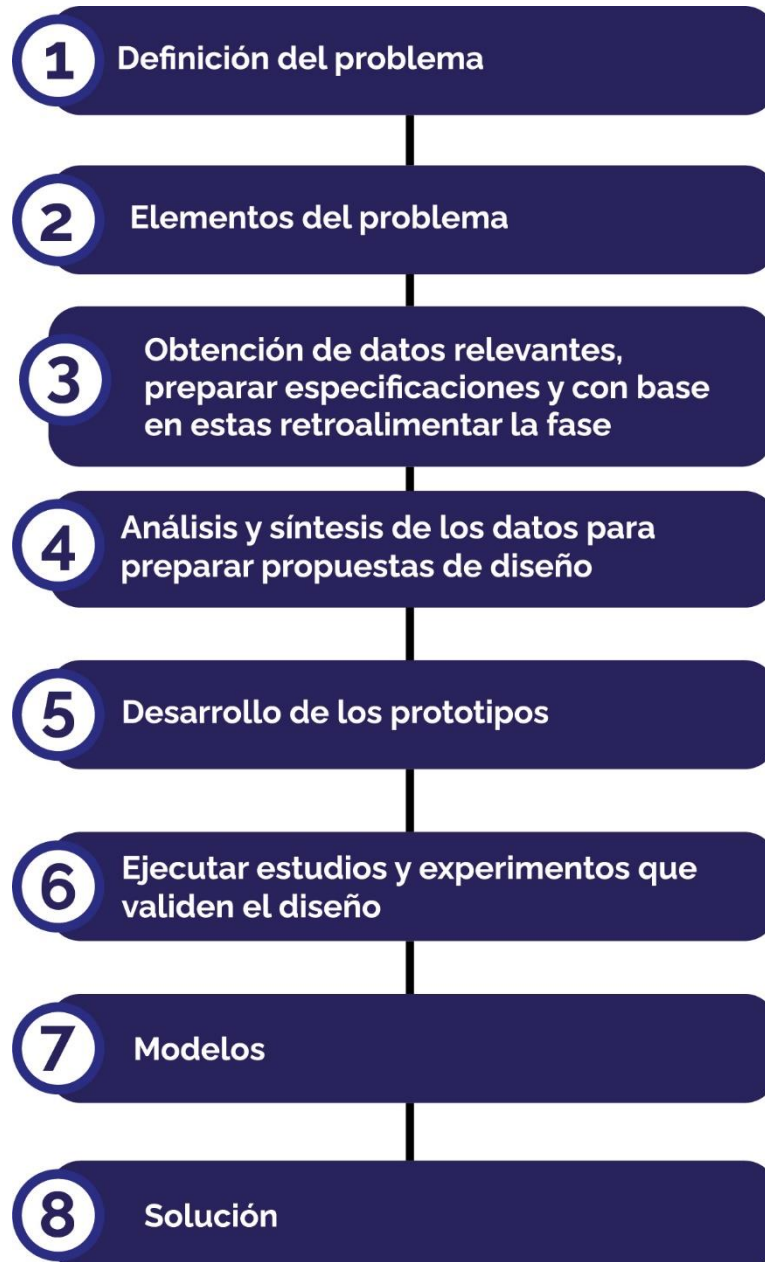


FIGURA 56. ESQUEMA DE METODOLOGÍA HÍBRIDA DE ARCHER B. (1963) Y MUNARI B. (1983). ELABORACIÓN PROPIA CON INFORMACIÓN DE GONZÁLEZ, M. (COMP). METODOLOGÍA DEL DISEÑO. UNIVERSIDAD DE LONDRES. RECUPERADO DE: [HTTPS://WWW.GUAO.ORG/SITES/DEFAULT/FILES/BIBLIOTECA/METODOLOGIA%20DEL%20DISE%C3%B1O.PDF](https://www.guao.org/sites/default/files/biblioteca/metodologia%20del%20dise%C3%B1o.pdf)

3.1.2 Limitantes del proyecto

Conceptuales

Esta tesis se limita al uso de principios como:

- Divulgación científica
- Pautas editoriales
- Diseño de información
- Procesos de diagramación
- Medios digitales
- Revistas científicas

Contextuales

- El producto se va a dirigir al equipo de editores, consejo editorial, interesados en redactar artículos y al comité latinoamericano del desarrollo de la lectura y escritura de la *Revista Leer, Escribir y Descubrir*, se contactará con el comité editor y de diseño encargados de la revista mediante correo electrónico.
- Tiempo: El proyecto se realizará a partir del 01 de agosto y concluirá el 31 de noviembre del presente año, teniendo en cuenta las fechas se trabajará con los encargados de la *Revista Electrónica Leer, Escribir y Descubrir* dependiendo del tiempo en que tardan en dar respuesta los involucrados para poder utilizar los datos que se brinden.

Técnicas

- El producto final del sitio web se desarrollará bajo el sistema de gestión de contenidos *WordPress*, además de utilizar software para edición de vectores y productos editoriales

Tecnológicas

- Conexión a internet
- Dispositivos de comunicación, audio y video para contactar con los involucrados en el proyecto
- Software especializado para software de diseño de páginas de medios escritos y digitales
- Sistema de gestión de contenidos *WordPress*

Condiciones financieras

- El proyecto recibirá apoyo del programa *Haciendo Ciencia con la BUAP*, de la Vicerrectoría de Investigación y Estudios de Posgrado

Operativas

1. Se agendan sesiones de trabajo de manera virtual debido a la pandemia *COVID-19*

2. Se realizan entrevistas con los encargados de las últimas ediciones de la revista, a través de la plataforma *Zoom*
3. Se participa en reuniones académicas en donde se hablará de la revista para obtener más información

- El siguiente cronograma, sirve como guía para la ejecución de todas las actividades:

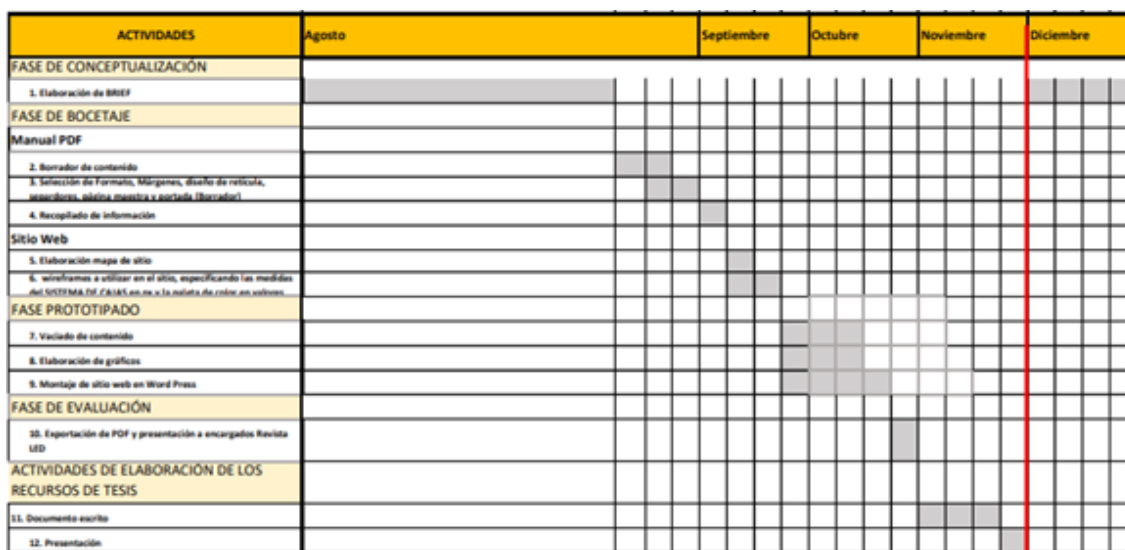


FIGURA 57. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES. ELABORACIÓN PROPIA, 2021

3.1.3 Alcances del proyecto de diseño

Alcance de implementación

El proyecto se implementó después de una evaluación por el comité editorial de la revista que está integrado por representantes de diversos países de Latinoamérica para que las próximas publicaciones de la Revista *Leer, Escribir y Descubrir* sean publicadas bajo el régimen propuesto en el manual de pautas.

Alcance de impacto en el contexto

El desarrollo de pautas editoriales para la creación de infografías presentadas en las publicaciones de la Revista *Leer, Escribir y Descubrir* se mejorará la comprensión de información compleja, tanto para los diseñadores, como para el usuario, ya que al comprender dicha información se creará un producto de diseño claro, a través de un lenguaje diagramático único.

Alcance disciplinar

Esta investigación busca esclarecer la importancia del uso de pautas editoriales en el diseño de información de divulgación científica, así como la importancia del uso de elementos gráficos para su entendimiento. Ya que las primeras y principales etapas dentro de su proceso de diseño están dedicadas al entendimiento, análisis, definición de estrategias, metodologías,

y a la organización. El proyecto aporta un caso de implementación de pautas editoriales para el diseño de infografías, que ayudan al diseñador gráfico en la estructuración de información compleja de manera que permita al lector divergir en su propia imaginación, esto con el fin de que la transmisión del conocimiento sea más asequible para las personas.

3.2 Proceso de elaboración de bocetos

3.2.1 Definición del problema

Con base al *Brief* desarrollado (Tabla 1) y analizando los resultados obtenidos a partir de la entrevista realizada con la coordinadora editorial de la *Revista Leer Escribir y Descubrir* (Ver anexo) se determinó como situación principal a resolver la ausencia de un manual de pautas editoriales para la elaboración de las publicaciones de la *Revista Leer, Escribir y Descubrir* (Bambrila, R. 2021).

Cliente Comité Latinoamericano para el Desarrollo de la Lectura y la escritura	
Datos de contacto del cliente: Coordinadora Editorial: Dra. Rocío Brambila Limón rocio.brambila76@gmail.com Diseño: Dra. Mara Edna Serrano Acuña mara.serrano@correo.buap.mx	Marca y producto /servicio / idea <ul style="list-style-type: none"> • PDF descargable del manual de pautas editoriales de la <i>Revista Electrónica Leer, Escribir y Descubrir</i> • Sitio web que albergue las pautas, el manual descargable e información de la revista electrónica.
Problema a ser resuelto Las publicaciones de la revista electrónica no cuentan con pautas editoriales ocasionando que estas no se encuentren estructuradas de manera nítida, esto limita el entendimiento del lector derivando en un bajo nivel de comprensión lectora, además las publicaciones presentan un escaso contenido visual, generando problemas en la transmisión de información.	Audiencia meta (perfil) <ul style="list-style-type: none"> • Encargados de diseño de la revista electrónica. • Autores interesados en publicar un artículo en la revista
Objetivo Diseñar pautas editoriales para la <i>Revista electrónica Leer, escribir y descubrir</i>	

TABLA 2. BRIEF REVISTA LEER, ESCRIBIR Y DESCUBRIR. ELABORACIÓN PROPIA, 2021

3.2.2 Elementos del problema

Características del manuscrito: La revista *LED* indica las características deseadas en el manuscrito a través de la siguiente convocatoria (Figura 58).

CONVOCATORIA²⁰²⁰₂₀₂₁

La revista de difusión académica de periodicidad semestral del Comité Latinoamericano para el Desarrollo de la Lectura y la Escritura (CLA), convoca a participar en sus dos números anuales. Tiene como objetivo difundir estudios académicos, teóricos, críticos y experiencias de intervención sobre el campo de la cultura escrita.

Cuenta con un comité que seleccionará los materiales atendiendo a los siguientes aspectos: redacción clara, argumentación lógica, originalidad y relevancia del tema, contribución para el enriquecimiento del campo disciplinar y fuentes actualizadas.

SECCIONES

- A. **Investigación y ensayos.** Trabajos académicos que sean resultado de procesos de investigación. Máximo 7000 palabras, incluyendo tablas, figuras y bibliografía.
- B. **Propuestas desde la experiencia.** Trabajos que den cuenta de expresiones contemporáneas de temas diversos empleando diferentes estrategias metodológicas desde esta forma de indagación. Máximo 9000 palabras.
- C. **Reseñas.** De obras, encuentros o actividades que aporten conocimientos al mundo de la cultura escrita. Máximo 4000 palabras.
- D. **Una mirada desde las bibliotecas.** Estudios, propuestas, expresiones y reflexiones sobre las prácticas de lectura y escritura en entornos de bibliotecas públicas, comunitarias, populares, universitarias, etc. Máximo 6000 palabras.
- E. **Otros aportes.** Otros trabajos de divulgación, artísticos o de interés de quienes se dedican al estudio de la cultura escrita. Máximo 5000 palabras.

FIGURA 58. CONVOCATORIA REVISTA LEER, ESCRIBIR Y DESCUBRIR, 2021
[HTTPS://DIGITALCOMMONS.FIU.EDU/LEERJOURNAL/](https://digitalcommons.fiu.edu/leerjournal/)

Edición de estilo: Anteriormente conocido como corrección de estilo, ya que la corrección de estilo no pretende corregir si no revisar la ortografía.

La edición de estilo busca dar un orden y unidad a los textos que dan forma a la publicación, este paso genera la necesidad de una comunicación entre las áreas que intervienen, se hace uso de un sistema de signos propios para facilitar su marcaje y corrección, estos signos tienen un carácter manuscrito y se señalan tanto en el interior como en los márgenes del texto. Existen dos clases de marcas: el signo y la llamada. El signo es aquel que indica el tipo de corrección que debe hacerse y la llamada señala la letra, palabra o espacio objeto de la corrección (INEGI, 2004).

Diseño editorial: Se realizó una entrevista con el diseñador editorial a cargo de los últimos números de la revista para conocer su composición. (Avelino, J. 2021) (Ver anexo).

Algunos elementos compositivos son:

Cenefas: Elementos ornamentales que representan los colores, el arte y los tejidos latinoamericanos, existen dos variantes de este ornamento, siendo uno más detallado y el otro minimalista (Figura 59).

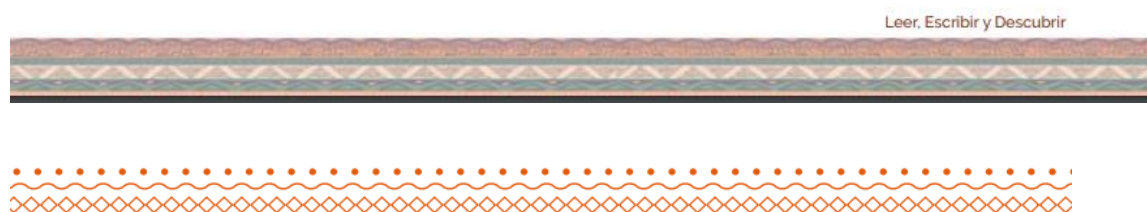


FIGURA 59. CENEFA REVISTA LEER, ESCRIBIR Y DESCUBRIR, 2021.

Páginas maestras: La revista se construye a partir de páginas maestras las cuales actúan como plantilla en las diferentes secciones de la revista y delimitan la composición a una o dos columnas (Figura 60).

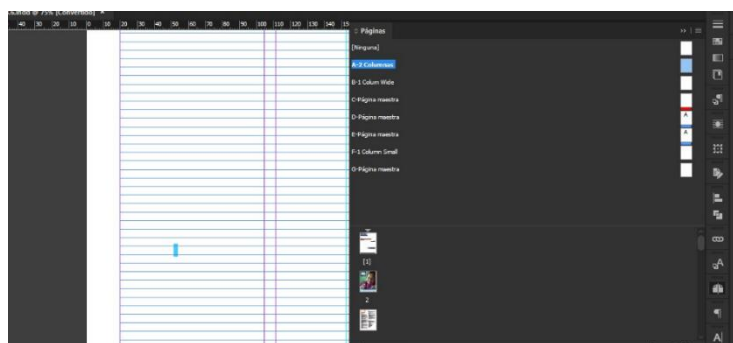


FIGURA 60. PÁGINAS MAESTRAS REVISTA LEER, ESCRIBIR Y DESCUBRIR, ELABORACIÓN PROPIA, 2021.

3.2.3 Obtención de datos relevantes, preparación de especificaciones.

A partir de la definición de los problemas se desarrolló la propuesta de contenido para el manual de pautas editoriales que estará disponible para la descarga dentro del sitio web, en el cual se especifica cada uno de los apartados que se encontrarán en el contenido.

Contenido PDF Manual de Pautas Editoriales

1. **Introducción**
 - 1.1 Objetivo
2. **Características de los originales (Manuscrito)**
 - 2.1 Introducción
 - 2.2 Títulos
 - 2.3 Voz
 - 2.4 Tono
 - 2.5 Gráficos
 - 2.6 Tablas
 - 2.7 Imágenes
 - 2.8 Diagramas
 - 2.9 Resumen/Abstract
 - 2.10 Lista de referencias bibliográficas
 - 2.11 Entrega de original
3. **Características de los originales (Manuscrito por sección)**
 - 3.1 Extensión, incluir (carta del editor)
 - 3.2 Enfoque de contenidos
4. **Edición de estilo**
5. **Diseño editorial**
 - 5.1 Marca gráfica
 - 5.2 Información legal de la universidad
 - 5.3 Formato
 - 5.4 Márgenes
 - 5.5 Retícula Portada
 - 5.6 Separadores
 - 5.7 Índice
 - 5.8 Directorio
 - 5.9 Elementos de la página
 - 5.10 *Folio*
 - 5.11 *Cornisas*
 - 5.12 *Pie de pagina*
 - 5.13 *Tipografía*
 - 5.14 *Títulos*
 - 5.15 *Subtítulos*
 - 5.16 *Estilo de párrafo*
 - 5.17 *Citas*
 - 5.18 *Estilo de carácter*
 - 5.19 *Gráficos*
 - 5.20 *Tablas*
 - 5.21 *Imágenes*
 - 5.22 *Diagramas*
 - 5.23 *Color*
 - 5.24 *Ornamentos*

A partir del contenido determinado para el archivo descargable, se desarrolló un mapa de sitio (Figura 61).

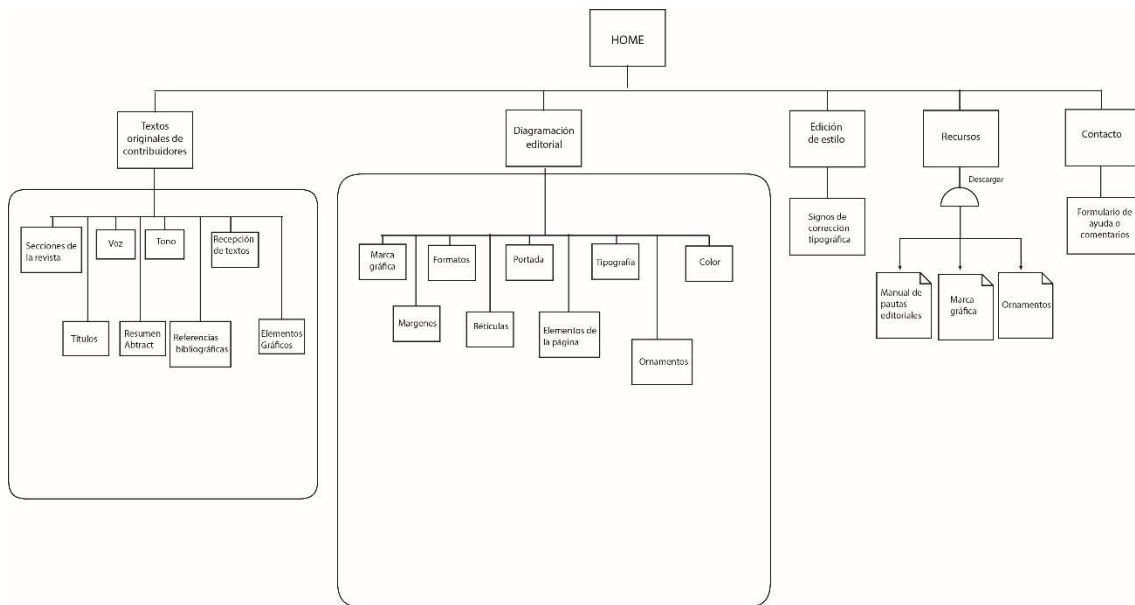


FIGURA 61. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES. ELABORACIÓN PROPIA, CON ICONOS ESTANDARIZADOS DE GARRET J. J. (2002) A VISUAL VOCABULARY FOR DESCRIBING INFORMATION ARCHITECTURE AND INTERACTION DESIGN [HTTP://JIG.NET/IA/VISVOCAB/2021](http://jig.net/ia/visvocab/2021)

3.2.4 Análisis y síntesis de los datos para preparar propuestas de diseño

De acuerdo con los datos obtenidos a través de entrevistas y revisión documental se determina que la *Revista Leer Escribir y Descubrir (LED)* requiere estructurar de manera escrita los lineamientos que configuran las publicaciones de dicha entidad.

Por lo que se elabora el manual de pautas editoriales para revista *LED* el cual contendrá instrucciones precisas para todos aquellos individuos que participan de su elaboración. Dicho manual será un *PDF* digital el cual está disponible para su descarga en la página web de la revista *LED*, el cual se programa en la plataforma *WordPress* el cual será de acceso público.

Debido a las necesidades tecnológicas actuales el manual está disponible para su descarga en un espacio virtual, como se señaló anteriormente. Este sitio contiene los lineamientos editoriales de la publicación (*LED*) de manera fragmentada y resumida de forma general, esto con el fin de que los visitantes obtengan un vistazo simplificado de los requerimientos necesarios para participar en dicha publicación.

Resumiendo, las pautas editoriales están descritas en un archivo *PDF*, cuya ubicación estará en el espacio virtual de la revista *LED* para su descarga, en cuyo sitio se pueden obtener también las instrucciones de manera general, para poder participar en la revista.

3.2.5 Desarrollo de los prototipos

Diseño editorial, manual de pautas en formato PDF

El tamaño elegido para el manual es de 28 por 21.5 cm, para determinar los márgenes se utilizó la escala universal, como se muestra a continuación (Figura 62):

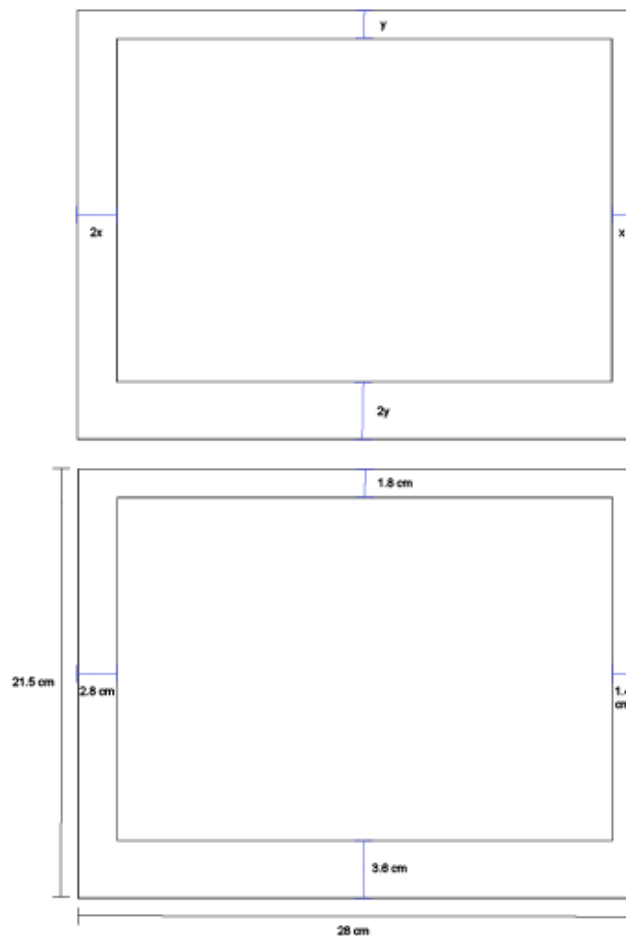


FIGURA 62. DISEÑO DE MÁRGENES DE MANUAL PDF. ELABORACIÓN PROPIA, 2021

Debido a que la caja de texto es de un tamaño considerable para la información que contendrá, además de que en la parte inferior es adecuada para incluir pies de página, notas o incluso alguna cenefa institucional.

En cuanto a la retícula que se utilizará por columnas debido a que al colocar la información se puede insertar un ejemplo de lo que se busca a un lado y de esta manera se facilita la lectura, siendo más específicos y evitando confusiones (Figura 63).



FIGURA 63. DISEÑO DE RETÍCULA DE MANUAL PDF. ELABORACIÓN PROPIA, 2021

Para identificar cada capítulo que contendrá este manual se utilizarán separadores que tendrán un estilo similar a los de la *Revista Electrónica Leer, Escribir y Descubrir* puesto que se busca la unificación entre ambas partes (Figura 64).



FIGURA 64. DISEÑO DE SEPARADORES DE MANUAL PDF. ELABORACIÓN PROPIA, 2021

Página maestra

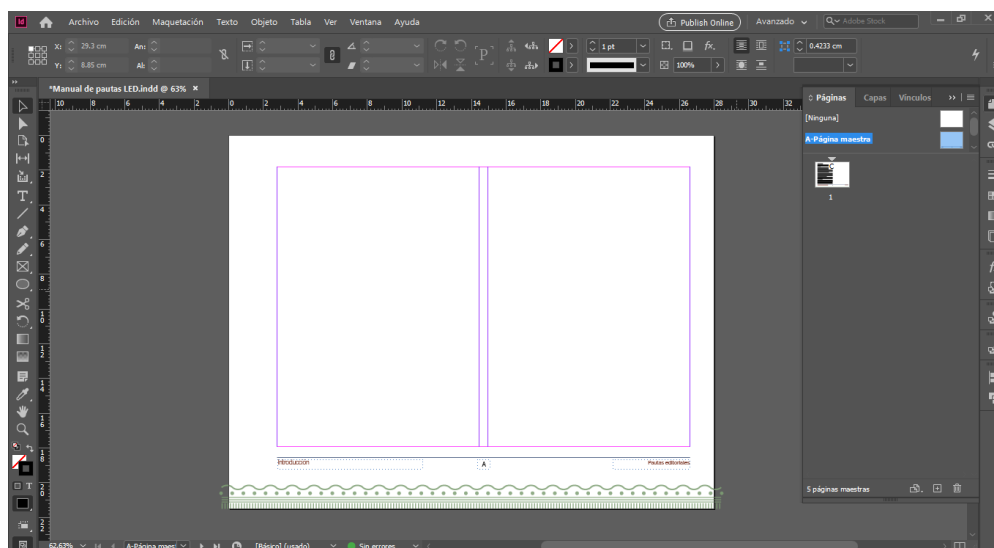


FIGURA 65. PÁGINA MAESTRA DE MANUAL PDF. ELABORACIÓN PROPIA, 2021

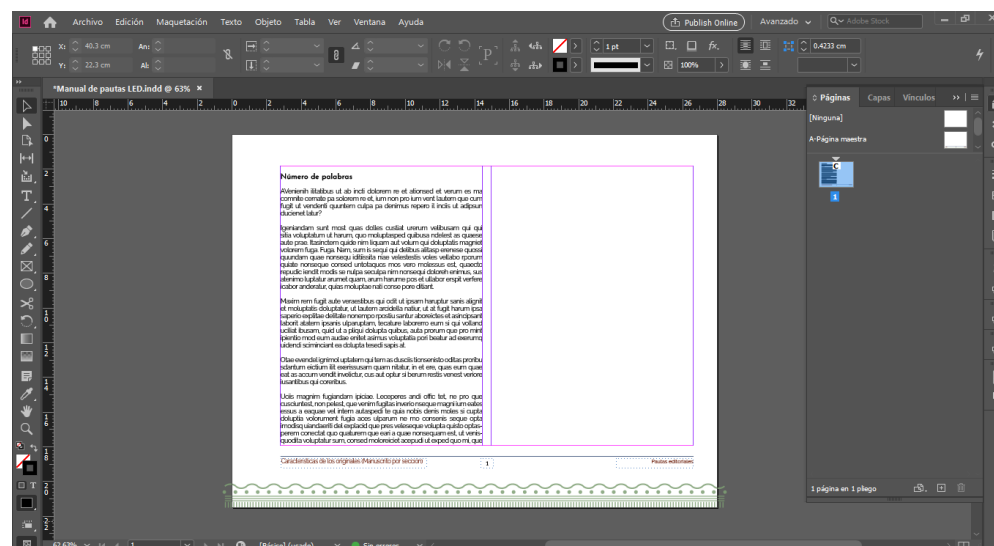


FIGURA 66. PÁGINA MAESTRA DE MANUAL PDF. ELABORACIÓN PROPIA, 2021

Diseño del sitio web.

El sitio web se desarrollará en *WordPress*, se hará uso de un dominio gratuito, por lo que la dirección web deberá mantener la extensión de *WordPress*:

<https://editorialled.wordpress.com/>

Retícula

La página se construirá bajo una retícula de 12 columnas, ya que su capacidad de adaptabilidad a columnas de tres, cuatro y seis columnas, nos ayudará a manejar todo tipo de contenido con facilidad, y nos permitirá que nuestro sitio web sea responsive (Figura 67).

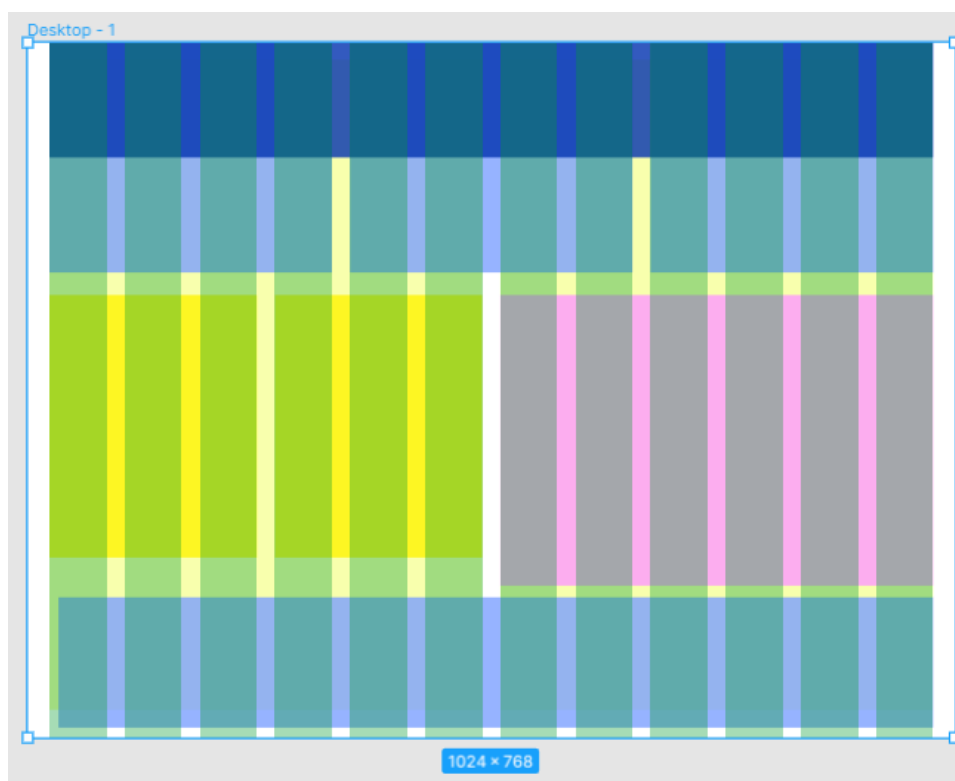


FIGURA 67. DISEÑO DE RETÍCULA DE SITIO WEB, 2021

Wireframes

Se desarrollaron las secciones, opciones y arquitectura del sitio web, ubicando botones, imágenes y posición de los textos, se determinó un estilo común para las páginas que poseen atributos comunes (Figuras 68 y 69).

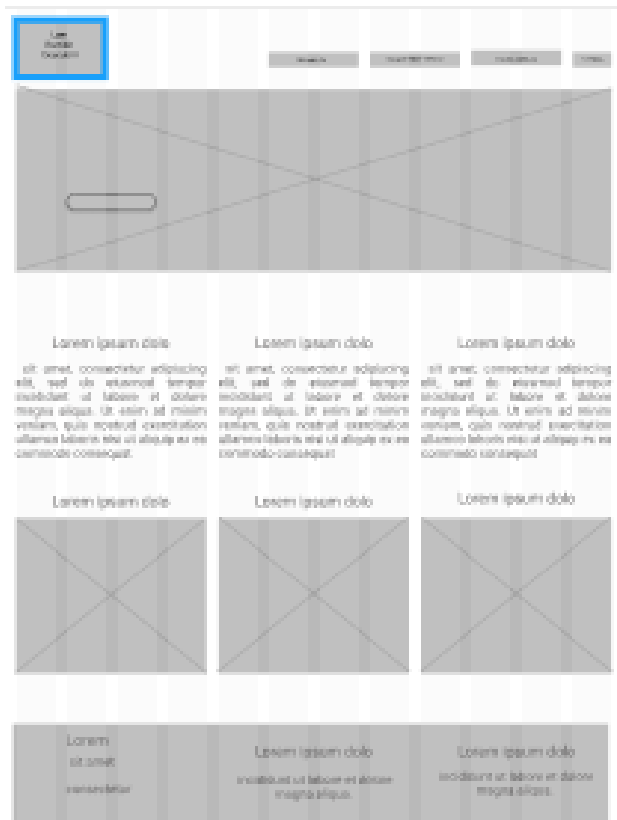


FIGURA 68. PROPUESTA DE WIREFRAME PARA PÁGINA DE INICIO. ELABORACIÓN PROPIA, 2021



FIGURA 69. PROPUESTA DE WIREFRAME PARA SECCIÓN DE CONTACTO. ELABORACIÓN PROPIA, 2021

Propuesta de diseño para sitio web

La propuesta se desarrolló en el sistema de gestión de contenidos *WordPress* ya que ofrece la oportunidad de crear un sitio web de manera gratuita con el apoyo de diversas plantillas de uso libre.

Código cromático y tipográfico.

El sitio web debe mantener la línea de estilo establecida por la revista por lo tanto la tipografía utilizada es sans serif y los colores usados en la revista, que representan a Latinoamérica. (Figura 70)

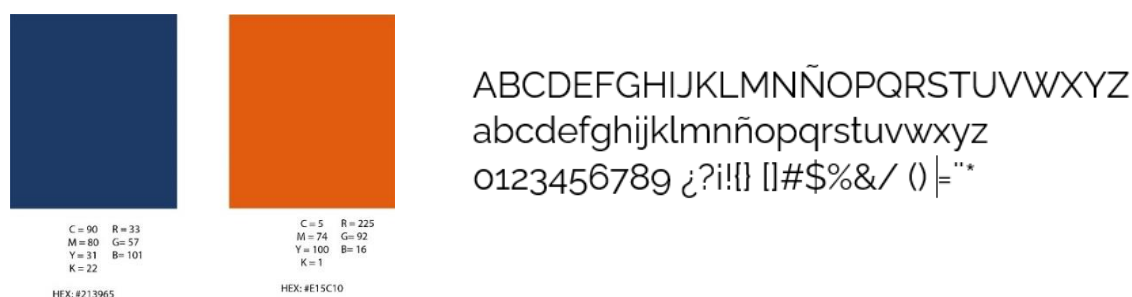


FIGURA 70. CÓDIGO CROMÁTICO Y TIPOGRÁFICO, PAUTAS EDITORIALES LED 2021, [HTTPS://EDITORIALLED.WORDPRESS.COM/](https://editorialled.wordpress.com/)

La página cuenta con un menú fijo en la parte superior del sitio web, y cada pestaña es dirigida a los diferentes usuarios de la revista, se utilizaron elementos visuales característicos de la revista y elementos fotográficos de la misma (Figura 71).



FIGURA 71. PÁGINA DE INICIO PAUTAS EDITORIALES LED, 2021. [HTTPS://EDITORIALLED.WORDPRESS.COM/](https://editorialled.wordpress.com/)

Para procurar la navegación óptima en el sitio web, al inicio de cada apartado se colocó una tabla de contenido, la cual permitirá identificar los apartados rápidamente. (Figura 72)

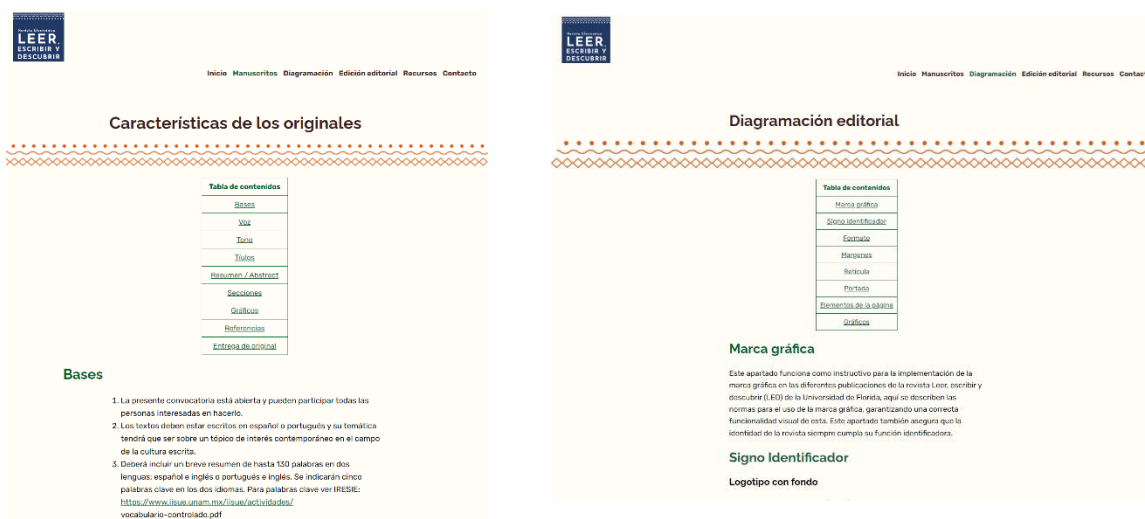


FIGURA 72. MENÚ DE NAVEGACIÓN PAUTAS EDITORIALES LED, 2021 [HTTPS://EDITORIALLED.WORDPRESS.COM/](https://editorialled.wordpress.com/)

3.3 Ejecución de estudios y experimentos que validen el diseño

La evaluación de los prototipos presentados en la fase anterior se realizó durante el periodo del 15 al 23 de noviembre del año en curso con ayuda de especialistas en diseño o interesados en publicar un artículo científico en la revista, a través de videollamadas en la plataforma de Zoom, que fueron grabadas con un fin académico.

El objetivo de la actividad era observar la usabilidad que tenían con ambos productos (Manual y sitio web), además de saber los comentarios tenían sobre el diseño de la interfaz gráfica.

Las actividades para realizar durante la evaluación fue *Web fading*, que consiste en localizar el apartado asignado dentro del sitio web mientras esta es cronometrada. Los apartados son los siguientes:

- Ubicar las especificaciones que deberá tener el título del artículo y de cómo remitir las imágenes que compondrán el escrito
- Ubicar características de imagen en su artículo
- Ubicar las especificaciones del resumen y tono
- Ubicar las marcas de doble espacio en un archivo
- Ubicar las especificaciones del resumen y título

- Ubicar las especificaciones que debe tener su manuscrito de la reseña de un libro

En la primera parte de la llamada se presentó el objetivo de esta, después se hicieron una serie de preguntas para obtener datos demográficos (nombre completo, edad, grado académico, nacionalidad) y se dio a conocer la actividad a realizar mientras era cronometrada. Durante ese proceso se realizaron preguntas para saber su opinión del interfaz:

- ¿Fue sencillo localizar los apartados?
- Opinión sobre el diseño de la interfaz
- ¿Cómo mejorar la interfaz?
- ¿Considera que los apartados que contiene el sitio web son suficientes para despejar las dudas que cómo autor podría tener? ¿Por qué?

3.3.1 Resultados

De los seis expertos que evaluaron el producto, uno tuvo dificultad para encontrar las características de imagen que debe de tener un artículo para la revista, debido a que los apartados eran confusos ya que no especificaban a que usuario está dirigido esa sección.

En cuanto a la interfaz, todos coincidieron en que el diseño era bueno ya que los ejemplos que van de la mano con el contenido les ayudan a tener una mejor visión de lo que se requiere en cada apartado, sin embargo, la página de principal resulta ser confusa ya que no está estructurada correctamente.

Por último, los expertos nos dieron sus comentarios de mejora para el sitio web, tanto de diseño como de contenido, a continuación, los más destacados:

Diseño

- Dividir por secciones dependiendo a quienes va dirigido a cada apartado (diseñadores, autores, diagramadores)
- Agregar *check-list* de los *links* que ya se abrieron o que cambien de color
- Agregar botón en los demás apartados para que vuelvan a la página principal
- Unificar el tamaño de las imágenes en todo el sitio web

Contenido

- Agregar información de la revista (últimos números, objetivo, audiencia, temas centrales que aporta)
- Mejorar redacción

Producto final

Sitio web montado en Wordpress (Figura 73) Liga al sitio Web:

<https://editorialled.wordpress.com/>

Revista Electrónica
Leer Escribir y Descubrir
Lee nuestros últimos números.
Revista LED

Publica con nosotros

Te contamos sobre el proceso editorial. Los textos enviados serán leídos por nuestros editores para evaluar la pertinencia con la línea editorial.

Revisa los criterios para enviar tu texto.

Tabla de contenidos
Bases
Voz
Tono
Títulos
Bloques / Abstract
Secciones
Gráficos
Referencias
Entrega de original

Bases

1. La presente convocatoria está abierta y pueden participar todas las personas interesadas en hacerlo.
2. Los textos deben estar escritos en español o portugués y su temático tendrá que ser sobre un tópico de interés contemporáneo en el campo de la cultura escrita.
3. Deberá incluir un breve resumen de hasta 130 palabras en dos lenguas: español e inglés o portugués e inglés. Se indicarán cinco palabras clave en los dos idiomas. Para palabras clave ver IRESE: <https://www.icas.unam.mx/icsa/actividades/vocabulario-controlado.pdf>
4. La extensión máxima del título del trabajo será de 15 palabras.
5. Los autores deberán asegurarse de que las fuentes citadas en el texto y las notas concuerden con el listado de referencias final.
6. Cada autor podrá enviar para dictamen un solo artículo al año y este deberá apegarse a los lineamientos de la sección elegida y deberá estar en formato APA 7a edición, podrá guiarse en esta página: <https://www.contraeducacion.org/guia/guia-7a-ingles/files/inline-files/guia-normas-009-7-ed-2019-11-6.pdf>
7. Los artículos serán enviados al correo: revistaleescribir@redescubrir@gmail.com.

FIGURA 73. SITIO WEB PAUTAS EDITORIALES LED, 2021 [HTTPS://EDITORIALLED.WORDPRESS.COM/](https://editorialled.wordpress.com/)

Archivo para descarga del manual (Figura 74).

MANUAL DE PAUTAS EDITORIALES
Revista electrónica Leer, escribir y descubrir

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	ii	4. EDICIÓN DE ESTILO	11
2. CARACTERÍSTICAS DE LOS ORIGINALES (MANUSCRITO)	2	5. DISEÑO EDITORIAL	14
2.1 Introducción	2	5.1 Marca gráfica	14
2.2 Títulos	2	5.1.1 Signo identificador	14
2.3 Voz	2	5.1.2 Normas	14
2.4 Tono	2	5.1.2.1 Área de restricción	15
2.5 Gráficos	2	5.1.2.2 Alternativas	15
2.5.1 Tablas	2	5.1.2.3 Usos no permitidos	15
2.5.2 Imágenes	3	5.1.2.4 Sistemas visuales de diseño	15
2.5.2.1 FOTOGRAFÍAS	3	5.2 Información legal de la universidad	16
2.5.2.2 ILUSTRACIONES	4	5.2.1 PÁGINA 1	16
2.5.3 Diagramas	5	5.2.2 PÁGINA 2	17
2.5.3.1 Diagramas	5	5.2 Formato	18
2.5.3.2 Gráficos y esquemas	6	5.4 Márgenes	18
2.6 Resumen / Abstract	6	5.5 Reticula	18
2.7 Lista de referencias bibliográficas	7	5.6 Portada	18
2.8 Entrega de original	7	5.7 Separadores	18
3. CARACTERÍSTICAS DE LOS ORIGINALES (MANUSCRITO POR SECCIÓN)	9	5.8 Índice	19
3.1 Entoque de contenidos	9	5.9 Editorial	19
3.2 Extensión	9	5.10 Directorio	19
		5.11 Elementos de la página	19
		5.11.1 Folio	19
		5.11.2 Comillas	19

FIGURA 74. MANUAL PAUTAS EDITORIALES LED. ELABORACIÓN PROPIA, 2021

[HTTPS://EDITORIALLED.WORDPRESS.COM/](https://editorialled.wordpress.com/)

Conclusión

Se logró el desarrollo de un manual de pautas editoriales para la *Revista Electrónica Leer, Escribir y Descubrir* de una manera positiva, debido a que en las evaluaciones realizadas los resultados fueron favorables ya que los participantes refirieron que es una herramienta útil para identificar las pautas necesarias en la publicación de un artículo dentro de la revista, manteniendo la línea de diseño establecida.

El cumplimiento de los objetivos planteados se lograron a través de una investigación bibliográfica a cerca de las pautas editoriales existentes en diferentes áreas de publicación, después se utilizaron dos métodos de análisis (modelo de Engeström y análisis para sitios web) que fueron de ayuda al realizar una evaluación de varios casos de estudio, de esta manera se obtienen características en común, que son utilizadas al momento de recopilar datos necesarios en la elaboración de las salidas gráficas propuestas para la *Revista Electrónica Leer, Escribir y Descubrir*.

Durante este proceso de investigación se presentaron diversos retos, uno de ellos es que no todos los tesistas involucrados cuentan con una especialización en desarrollo web, lo que llevó a realizar investigaciones a cerca de las dudas que fueran surgiendo con especialistas en el tema a través de videollamadas y de esta manera aclarar la funcionalidad de la plataforma utilizada.

Otro de los retos presentados es que debido a la situación sanitaria que se vivió a lo largo del 2021, fue necesario que todas las actividades se realizaran de manera virtual, a través de videollamadas en diversas plataformas existentes, dependiendo totalmente de la conexión y dispositivos utilizados en cada actividad.

Por último, el reto más complejo que se presentó fue que al utilizar una plataforma totalmente nueva para los tesistas (*WordPress*) en la fase de prototipado provocó un desfase en cuanto a los tiempos de evaluación planeados, aunque esta situación ayudó a retroalimentar los conocimientos de una interfaz gráfica, facilitando futuros productos de la misma rama.

Este trabajo de investigación y su producto gráfico es relevante para el área de diseño ya que, con los resultados concentrados se demuestra la importancia de las pautas editoriales en la concepción de un proyecto editorial enfocado en el área de investigación y ciencia. Cabe recalcar que los productos gráficos presentados en esta investigación fueron aprobados por miembros del comité de la *Revista Leer, Escribir y Descubrir* por lo cual poseen una excelente calidad gráfica regida por la identidad visual de la revista.

Tomando en cuenta los comentarios y experiencias de los especialistas que interactuaron con el sitio web y una vez realizadas las sugerencias que se recibieron, se concluye que el proyecto resulta viable y cumple con su objetivo principal, apoyar en el desarrollo de productos editoriales de divulgación científica, procurando la calidad gráfica a través del seguimiento de un lenguaje diagramático único.

Glosario

A

Abstracción: En psicología se define como un proceso que implica reducir los componentes fundamentales de información de un fenómeno para conservar sus rasgos más relevantes con el objetivo de formar conceptos.

Asequible: Que puede conseguirse o alcanzarse.

D

Decodificar: Proceso en el que el receptor convierte los signos que llegan en un mensaje. De esta forma los signos son asociados a las ideas que el emisor trató de comunicar.

Diagramación: En el diseño editorial, es el acto de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y/o audiovisuales.

P

Pauta: Instrumento o norma que sirve para gobernarse en la ejecución de algo.

Página maestra:

R

Retícula: Subdivisión en una superficie bidimensional generada mediante líneas y guías verticales, horizontales y diagonales.

Referencias

A

Alcoba S. (2009). *Lengua, comunicación y libros de estilo*. Universidad Autónoma de Barcelona

Alonso, J. y Reyna F. (2020). *RECURSOS PARA LA VISIBILIDAD E INDIZACIÓN DE REVISTASACADÉMICAS*. Latindex. Recuperado de:
https://www.latindex.org/lat/biblioteca/docu/Recursos_visibilidad_indizaci%C3%B3n_revistas_2021.pdf?fbclid=IwAR0wUXCzqsJLMjyPb6D2Rm3z3q2LaCDF0Hx_mNRECSvCOevdUdym5lCXXwc

Ambrose H. (2009). *Fundamentos Fundamentos De La Tipografía* (2 Ed.). Parramon. Pág.70.

B

Barrientos, J., Azcatl J., Marín V., Muñoz C. & Rodríguez A (2021). *Entrevista a Mtro. Jesus Barrientos Mora. Introducción a los manuales de pautas editoriales*.
<https://editorialled.wordpress.com/blog/>

Bernardo, A. (2013). *9 pasos para que tu negocio sea un éxito a través del modelo Canvas*. Marzo 10, 2021, de Blogthinkbig.com Sitio web:
<https://blogthinkbig.com/modelo-canvas-9-pasos-exito-negocio>

Bello, C. (2019). *¿Qué es Business Model Canvas y cómo funciona?* Marzo 10, 2021, de Lead Innovation Management Sitio web:
<https://www.leadinnovation.com/es/blog/qu%C3%A9-es-business-model-canvas>

Bibliotechnia (22 de octubre de 2012). *Índices de lectura en Latinoamérica*.
Bibliotechnia:
<https://www.facebook.com/Bibliotechnia/photos/a.147929585280488.40286.141879919218788/402616886478422>

Munari, B. (1983). *Como nacen los objetos*. Barcelona: Gustavo Gilli.

C

Cardinali, D. (2010). *Posibles estrategias para la promoción de publicaciones científicas regionales*. En: Encuentro Iberoamericano de Editores Científicos EI-DEC 2010 (2.: 2010: Buenos Aires, Arg.) Textos completos [en línea]. Buenos Aires: Caicyt-Conicet: Biblioteca Nacional, 2010. 6 p. Disponible en: [http:// eidec.caicyt.gov.ar/files/mesa2/02.pdf](http://eidec.caicyt.gov.ar/files/mesa2/02.pdf)

Codificación y Decodificación en el Lenguaje. (s. f.). Recuperado 28 de noviembre de 2020, de <https://www.retoricas.com/2009/05/codificacion-y-decodificacion-en-el.html?m=1>

Cultura crítica (2017) *¿Cómo va la educación en América latina*. Recuperado de: <https://puntokritico.blogspot.com/2017/10/>

D

Danel O. (2016). *Metodología de la investigación. Los primeros pasos*. 17, Septiembre, 2020, de ResearchGate Sitio web: https://www.researchgate.net/publication/301625105_Metodologia_de_la_investigacion_Los_primeros_pasos

Deutsches Rotes Kreuz (2023) *Styleguide des Deutschen Roten Kreuzes*. <https://styleguide.drk.de/deutsches-rotet-kreuz>

Donis A. Dondis (1995). *La sintaxis de la imagen*. (4ta edición). Editorial Gustavo Gill

Azcatl V., Muñoz C., Marín, V. & Rodríguez A. (2021). *Entrevista a Dr. Jesus Barrientos Mora Introducción a los manuales de pautas editoriales*.

Esteve C. (2017). *Metodología del diseño*. Octubre 2020, de Universidad Nebrija Sitio web: <https://www.nebrija.com/carrerasuniversitarias/grado-en-bellas-artes/pdf-asignaturas/plan-de-estudios-anterior/metodologia-del-diseno.pdf>

E

Estrada A. (2013). Métodos de diseño. Visión cultural.
<https://visioncultural.wordpress.com/2011/03/30/metodos-de-diseño/>

Editorial Universidad Nacional Río Negro (s.f).
<https://editorial.unrn.edu.ar/index.php>

F

Frascara, J. (2011). *¿Qué es el diseño de información?* Buenos Aires. (1ra edición). Editorial Infinito. Obtenido de: <https://dokumen.pub/que-es-el-diseño-de-información-9789879393703.html>

G

Galeano, J. (2020). *Método de Morris Asimow*. Marzo 10, 2021, de medium.com
Sitio web: <https://jhair-galeanoc.medium.com/m%C3%A9todo-de-morris-asimow-5b0a9535b163>

Gavin Ambrose, Paul Harris (2009). *Fundamentos de la tipografía*. (2da edición). Editorial Parramón

Gavin Ambrose, Paul Harris (S.f) *Fundamentos del diseño creativo*. Editorial Parramón.

González M. (S.f) Diferentes metodologías aplicadas al diseño en Universidad de Londres, *Metodología del Diseño* (pp. 49 – 50)
<https://www.guao.org/sites/default/files/biblioteca/Metodologia%20del%20Dise%C3%B1o.pdf>

Girola L. (2019) Las revistas científicas como instrumento de difusión del conocimiento. *Revista mexicana de sociología*, 81(4).
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032019000400919

Gran Diccionario de la Lengua Española. (2016).
<https://es.thefreedictionary.com/pauta>

Guarneros, E. (2019). *Cómo Delimitar el Tema de Tesis*. Octubre 01, 2020, de UNAM Sitio web: https://www.youtube.com/watch?v=ofkWNjz3ckg&feature=emb_title

H

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010.). *Selección de la muestra*. En Metodología de la investigación p. 191. México: McGraw-Hill.

Hurlburt A. (1976) *Publication Design: Guide to Page Layout, Typography, Format and Style*. Van Nostrand Reinhold.

I

Ibarra López, Nilda & Asencio Cabot, Esperanza. Sistematización de experiencias en la publicación de la Revista Varela. Ciencias de la Información, vol. 46, núm. 2, mayo-agosto, 2015, pp. 35-41. Instituto de Información Científica y Tecnológica

Ignacio Artola, Natalia Barrio, Diego Martín Salinas, Jaime Bermúdez Vásquez y Alejandra Silva, Sergio Campozano. (2020). *Pautas de estilo*. Editorial UNRN.

International Institute for Information Design (s,f) *¿Qué es el diseño de información?*. Obtenido de: <https://www.iiid.net/home/definitions/>

Instituto de Estadística de la UNESCO. (2017). Ficha informativa No. 46 septiembre 2017 UIS/FS/2017/ED/46. *Más de la Mitad de los Niños y Adolescentes en el Mundo No Está Aprendiendo*. Obtenido de: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/fs46-more-than-half-children-not-learning-2017-sp.pdf>

J

Jorge De Buen (2005). *Manual del diseño editorial*. (2da edición). Editorial Santillana S.A. de C.V.

Jorge Mario Rondón (13 de diciembre de 2018). *Recomendaciones para diagramar una revista científica*. Journals & Authors. Obtenido de: <https://jasolutions.com.co/calidad-editorial/recomendaciones-para-diagramar-una-revista-cientifica/>

Juan Voutssas M. (2012) *Aspectos para el desarrollo de una revista científica digital*. SciELO (Sistema de información científica Redalyc, Red de revistas científicas): http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2012000300004

Juárez V. (25 de octubre de 2012). *Índices de lectura en Latinoamérica*. Uvejota. Obtenido de: <https://uvejota.com/articulos/522/indices-de-lectura-en-latinoamerica/>

Julio R. Flores (8 de marzo de 2021). *El Diseño Como Proceso Lógico*. Origen Arts. Obtenido de: <https://origenarts.com/el-diseno-como-proceso-logico/>

Julio R. Flores. *6 estrategias de abstracción en el diseño gráfico*. Origen Arts. Obtenido de: <https://origenarts.com/abstraccion-y-estrategias-en-el->

Munari, B. (1983). *Como nacen los objetos*. Barcelona: Gustavo Gilli.

Muñoz E. (2014) *Uso didáctico de las infografías*. Espiral. Cuadernos del Profesorado, Vol. 7 No. 14: <http://ojs.ual.es/ojs/index.php/ESPIRAL/article/view/969>

N

Navarro A. (2017). *PROPUESTA DE MANUAL DE ESTILO PARA LA REVISTA POPCORN.PROFESIONALIZAR LA FRIVOLIDAD*. [Tesis para obtener el título

O

Ortiz, R. (2008) *Qué es la abstracción en el diseño gráfico y cuántas formas existen*

Oxford Scholarship Online (marzo de 2012). *Graph design for the eye and mind*. University Press Scholarship Online. Obtenido de: <https://oxford.universitypressscholarship.com/view/10.1093/acprof:oso/9780195311846.001.0001/acprof-9780195311846-chapter-1>

P

Patiño Barba M., Padillo González J. & Massarani L. (2017). *Diagnóstico de la Divulgación de la Ciencia en América Latina: Una mirada a la práctica en el campo*. Innovación y Cultura Científica, A.C. https://static1.squarespace.com/static/5f524043e55fb97cf38acc79/t/5fca3a4d55485c3109bc7cf8/1607088755561/Diagnostico-divulgacion-ciencia_web.pdf

Perez K. & Olaya R. (2021) *EL DESARROLLO DEL INTELECTO Y EL APORTE DE LA LECTURA EN LOS ESTUDIANTES*. Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/59255/1/BFILO-PBA-21P43%20P%C3%A9rez%20-%20Olaya.pdf>

Pizarro, A. (2017). *Informe de seguimiento de la educación en el mundo*. Marzo 04, 2021, de UNESCO Sitio web: <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Santiago/pdf/Panorama-regional-GEM-2017-8-PPT-Atilio-Pizarro.pdf>

Pontis S. (2011). *Qué es el diseño de información*. Foro alfa. Obtenido de: <https://foroalfa.org/articulos/que-es-el-diseno-de-informacion>

Psicología (Bachillerato). (24 de noviembre de 2008). *Leyes de organización perceptiva*. Psicología (Bachillerato). Obtenido de:
<https://agameog.blogia.com/2008/112402-leyes-de-organizaci-n-perceptiva.php#:~:text=Leyes%20de%20organizaci%C3%B3n%20perceptiva.%20Max%20Wertheimer%20fue%20el,parecidos%20en%20tama%C3%B1o%2C%20forma%20o%20color%20tienden%20>

R

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española* (23a ed.).

Real Academia Española. (2020). Abstraer. Real Academia Española. Obtenido de:
<https://dle.rae.es/abstraer>

Rogel R., Santiago I. & Martínez N. (2017). Revistas científicas latinoamericanas de Comunicación indizadas en WoS, Scopus y bases de datos de Acceso Abierto. *SciELO. Comunicación y sociedad*. No.30,
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2017000300167

Roney C., Menjívar E. & Liliana H. (2015) *Elaboración de infografías: hacia el desarrollo de competencias del siglo XXI*. Diá-logo, No. 15 pp. 23-37:
<https://www.lamjol.info/index.php/DIALOGOS/article/view/2207>

Red Peruana Ciclo de vida y ecología Industrial [PELCAN] (2021). *H-index del grupo de investigación PELCAN*. Obtenido de:
<https://red.pucp.edu.pe/ciclodevida/noticia/h-index-del-grupo-investigacion-pelcan-2/>

S

Salgado, Jesús F., & Páez, Darío (2007). *La productividad científica y el índice h de Hirschs de la psicología social española: convergencia entre indicadores de productividad y comparación con otras áreas*. *Psicothema*, 19(2),179-189
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=727/72719201>

Salas-Madriz, Flora Eugenia (2016). *Aportes del modelo de Yrjö Engeström al desarrollo teórico de la docencia universitaria*. Obtenido de:
<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/educacion/article/view/15257>

Sanchez P. (2019). *Diseños de investigación (cualitativo, cuantitativo y mixto) en la investigación en pedagogía*. 17 septiembre,2020, de Blogspot Sitio web:
<http://invespedagogo.blogspot.com/2018/09/disenos-de-investigacion-cualitativo.html>

Santos A. (2017). *Propuesta de manual de estilo para Tusquets Editores*. [Tesina para obtener el título de licenciada en Ciencias de la comunicación, Universidad Autónoma de México] TESIUNAM.

Serrano M., Mata J., Carrasco A., Tinajero G. (2020). *Diseñadores gráficos actores centrales en el diseño colaborativo de un MOOC de Alfabetización Inicial*. Revista interior gráfico de la división de arquitectura, arte y diseño de la universidad de Guanajuato.
<https://interiorgrafico.com/edicion/decimo-septima-edicion-diciembre-2017/disenadores-graficos-actores-centrales-en-el-diseno-colaborativo-de-un-mooc-de-alfabetizacion-inicial>

Scimago Journal & Country Rank (2019). *SJR-International Science Ranking*. Scimago. Obtenido de:
<https://www.scimagojr.com/countryrank.php?region=Latin%20America>

Scimago Journal & Country Rank (2019). *SJR-International Science Ranking*. Scimago. Obtenido de: <https://www.scimagojr.com/countryrank.php>

Scimago Journal & Country Rank (2019). *Gráficos de país*. Scimago. Obtenido de: <https://www.scimagojr.com/countryrank.php>

Scimago Journal & Country Rank (2019). *Gráficos de país*. Scimago. Obtenido de: <https://www.scimagojr.com/countrygraph.php?year=2019®ion=Latin%20America>

T

Trucco, D. (2012). *Educación en América Latina: ¿más equidad o desigualdad?* Marzo 07, 2021, de América Economía Sitio web:
<https://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/educacion-en-america-latina-mas-equidad-o-desigualdad>

Timothy Samara (2006). *Diseñar con y sin retículas*. (3ra edición). Editorial Gustavo Gill

U

UNESCO. (2018). *Extracto del Informe de la UNESCO sobre la Ciencia: hacia 2030*. Recuperado de:

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265331/PDF/265331spa.pdf.multi>

UNESCO. (2017). *Informe de seguimiento de la educación en el mundo 2017/8*. Obtenido de: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000261016>

UNESCO (2018). *Informe de la UNESCO sobre la ciencia, hacia 2030: informe regional de America Latina y el Caribe*. Ediciones UNESCO.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265331>

University of Oxford (2016). *University of Oxford Style Guide*.
<https://www.ox.ac.uk/sites/files/oxford/University%20of%20Oxford%20Style%20Guide%20%28updated%20Hilary%20term%202016%29.pdf>

Universidad de Alicante (2005). *Manual de estilo publicaciones universidad de alicante*.<https://web.ua.es/es/eurl/documentos/trabajo-de-fin-de-grado/manual-estilo-publicaciones.pdf>

Universiteit Leiden The Netherlands (s.f) *House style guidelines*.
<https://huisstijl.leidenuniv.nl/en/>

University of Nottingham (s.f), *Style guide*.
<https://www.nottingham.ac.uk/brand/styleguide/>

W

Wikimedia (28 de agosto de 2020). *Archivo: Base rejilla.jpg*. Wikimedia Commons. Obtenido de: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Rejilla_base.jpg

Wikiguías (2018). Criterios generales para publicar aplicaciones móviles. Gobierno de México. Obtenido de: <https://www.gob.mx/wikiguías/articulos/criterios-generales-para-publicar-aplicaciones-moviles?state=published>

Wiki Psicología (30 de julio de 2020). *Abstracción*. Wiki Psicología. Obtenido de: <https://wikipsicologia.com/abstraccion/#:~:text=La%20abstracci%C3%B3n%20se%20convierte%20en%20un%20proceso%20mental,el%20pensamiento%20abstracto%2C%20para%20no%20volver%20a%20repetirlos>

Wikipedia (4 de marzo de 2021). *Maquetación (edición)*. Wikipedia la enciclopedia libre. Obtenido de:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Maquetaci%C3%B3n_\(edici%C3%B3n\)#Proceso](https://es.wikipedia.org/wiki/Maquetaci%C3%B3n_(edici%C3%B3n)#Proceso)

Wikipedia (4 de marzo de 2021). *Diseño editorial*. Wikipedia la enciclopedia libre.

Obtenido de: https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_editorial

Y

Yáñez P. (2018, julio 17). *Estilos de pensamiento, enfoques epistemológicos y la generación del conocimiento científico*. Espacios, 39, p.18

Anexos

Evaluaciones de sitio web

Tabla. 3 evaluación de sitio web por maestra Diana Corona Barrera

EVALUACIÓN SITIO WEB REVISTA LED	
Datos generales	
Nombre: Diana Corona Barrera	
Pais: México	Género: Femenino
Edad:	Nivel de estudio: Maestría
Interés en publicar un artículo en LED:	
Actividad	
Actividad a realizar: Ubicar	Tiempo utilizado en la actividad: 3 min
¿Fue sencillo localizar los apartados? Sí	
Opinión sobre la interfaz: Ejemplos son de gran ayuda, buena presentación y limpia, es muy organizada	
¿Cómo mejorar la interfaz? El PDF se abra en una ventana nueva, ilustraciones ilustrativas, cambiar (fotografías), cabe (falta de ortografía), estas se encuentren (corregir), carpetas comprimidas, menos técnicos y más claros, sencillo, añadir capturas de pantalla e instrucciones, dar opciones, cuidar redacción Centrar algunos párrafos de la página principal, imagen principal un collage de imágenes, incluir cenefas entre apartados, agregar a quienes va dirigido (autores, editores, diseñadores)	
¿Considera que los apartados que contiene el sitio web son suficientes para despejar las dudas que cómo autor podrías tener? ¿Por qué?	

Tabla. 4 evaluación de sitio web por doctora Flor Méndez

EVALUACIÓN SITIO WEB REVISTA LED	
Datos generales	
Nombre: Flor Mendez	
Pais: Guatemala	Género: Femenino
Edad:	Nivel de estudio: Doctorado
Interés en publicar un artículo en LED:	
Actividad	
Actividad a realizar: Ubicar características de imagen en su artículo	Tiempo utilizado en la actividad: 4.30 min
¿Fue sencillo localizar los apartados? No, resulta un poco confuso por varias opciones	
Opinión sobre la interfaz: Navegación básica, se ve desordenado	
¿Cómo mejorar la interfaz? Especificar el rol (diseñadores, autores, etc.), irse directamente desde la página principal a los apartados, poner como central a los últimos números de la revista, objetivos, audiencia, tema, estadísticas de descargas (agregar arriba), agregar desplegable, colocar el descargable no tan central, agrupar los manuscritos, diagramación, edición editorial, contacto cambiarlo, procedimiento de envío,	
¿Considera que los apartados que contiene el sitio web son suficientes para despejar las dudas que cómo autor podrías tener? ¿Por qué?	

Tabla. 5 evaluación de sitio web por doctora Karla Villaseñor

EVALUACIÓN SITIO WEB REVISTA LED	
Datos generales	
Nombre: Karla Villaseñor	
País: Mexicana	Género: Femenino
Edad: 40 años	Nivel de estudio: Doctorado
Interés en publicar un artículo en LED:	
Actividad	
Actividad a realizar: Ubicar las especificaciones del resumen y tono	Tiempo utilizado en la actividad: 1.50 min
¿Fue sencillo localizar los apartados? Sí	
Opinión sobre la interfaz:	
<p>¿Cómo mejorar la interfaz? Colocar en mayúscula "voz", cambiar pude por puede, en resumen, colocar el artículo, en voz agregar espacio en "aspectoque" quitar la palabra breve antes de resumen, dar una breve introducción sobre la revista al principio de la página, equipo editorial, quitar el uso de DOI, en referencias solo dejar los dos primeros puntos, es específicos, cambiar en manuscritos como "para autores"</p>	
<p>¿Considera que los apartados que contiene el sitio web son suficientes para despejar las dudas que cómo autor podría tener? ¿Por qué? Si, solo cambiar el nombre de algunos apartados</p>	

Tabla. 6 evaluación de sitio web por maestra Maricruz Vázquez Bañuelos

EVALUACIÓN SITIO WEB REVISTA LED	
Datos generales	
Nombre: Maricruz Vazquez Bañuelos	
País: México	Género: Femenino
Edad: 27 años	Nivel de estudio: Maestría
Interés en publicar un artículo en LED:	
Actividad	
Actividad a realizar: Ubicar las marcas de doble espacio en un archivo	Tiempo utilizado en la actividad: 6.20 min
¿Fue sencillo localizar los apartados? Sí	
Opinión sobre la interfaz: Es una buena opción incluir el manual en PDF para su descarga, incluye todos los lineamientos necesarios	
<p>¿Cómo mejorar la interfaz? Incluir una leyenda que mencione que se puede descargar el manual con información más completa, incluir una pequeña leyenda que hable sobre que es lo que se puede encontrar en cada apartado</p>	
<p>¿Considera que los apartados que contiene el sitio web son suficientes para despejar las dudas que cómo autor podría tener? ¿Por qué?</p>	

Tabla. 7 evaluación de sitio web por licenciada Georgilett Pérez

EVALUACIÓN SITIO WEB REVISTA LED	
Datos generales	
Nombre: Georgilet	
País: México	Género: Femenino
Edad: 24	Nivel de estudio: Licenciatura
Interés en publicar un artículo en LED:	
Actividad	
Actividad a realizar: Ubicar las especificaciones del resumen y título	Tiempo utilizado en la actividad: 2.32 min
¿Fue sencillo localizar los apartados? Si	
Opinión sobre la interfaz:	
¿Cómo mejorar la interfaz? Dividir por secciones dependiendo a quienes va dirigido a cada apartado (diseñadores, autores, diagramadores), mejorar la redacción	
¿Considera que los apartados que contiene el sitio web son suficientes para despejar las dudas que cómo autor podría tener? ¿Por qué?	

Tabla. 8 evaluación de sitio web por maestra Adriana Silva Villafaña

EVALUACIÓN SITIO WEB REVISTA LED	
Datos generales	
Nombre: Adriana Silva Villafaña	
País: México	Género: Femenino
Edad: 40 años	Nivel de estudio: Maestría
Interés en publicar un artículo en LED:	
Actividad	
Actividad a realizar: Ubicar las especificaciones que debe tener su manuscrito de la reseña de un libro	Tiempo utilizado en la actividad: 13 min
¿Fue sencillo localizar los apartados?	
Opinión sobre la interfaz: Al abrirse en un dispositivo móvil se vuelve muy lento, es confuso saber de que se trata cada apartado o contenido	
¿Cómo mejorar la interfaz? Auditar el consumo de datos, fotografías menos pesadas, links en los apartados de la página principal o botón de ir arriba, en los otros apartados igual un botón de ir arriba, cambiar de color el lugar o link el lugar que ya visitó (check list), links abrirse en una segunda pestaña, regular los anchos de columna de cada sección (tono, voz, etc), en el menú colocar acento en "márgenes", trabajar la alineación y líneas de texto, ejemplos del señalamiento hacerlos más visibles (color), especificar si se va imprimir una imagen en JPG y si se va a utilizar en digital PNG (por el peso), unificar el tamaño de las imágenes presentadas en la página (unificación visual), alinear y unificar el espacio que hay entre columnas, agregar superposición overlay al pasar el cursor del menú para tener una idea de lo que se tratará ese apartado (opcional, si se puede agregar), en contacto dar un espacio extra en el directorio, agrupar cada apartado de acuerdo a quien va dirigido, menú incluyente (cada apartado se pueda escuchar)	
¿Considera que los apartados que contiene el sitio web son suficientes para despejar las dudas que cómo autor podrías tener? ¿Por qué? Son suficientes, pero los títulos generan divagar, no son específicos llegan a ser confusos	