



79

UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
MÉXICO

Escuela Nacional de Artes Plásticas

Ilustración y diseño de folleto acerca de la lactancia materna  
para el "Hospital Amigo del Niño y de la Madre"

Tesis que para obtener el título de:  
Licenciada en Diseño Gráfico

Presenta:

Ava Rebeca Salgado López

Director de Tesis:

Lic. Alfonso Escalona López



DEPTO. DE ASesorIA  
PARA LA TITULACION  
ESCUELA NACIONAL  
DE ARTES PLASTICAS  
XOCHIMILCO D.F.

México, D.F.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

2002



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

A Dios darme la oportunidad de vivir y conocer gente maravillosa a lo largo de mi camino.

A la Universidad por darme todas las bases y conocimientos adquiridos para ser un buen profesionista y ser humano.

A mi mamá por ser lo mejor que me ha pasado, por darme aliento, amor, cariño, comprensión, por ser el prototipo de mujer que espero llegar a ser algún día.

A mi papá gracias por el apoyo, y ser mi ejemplo a seguir como profesionista.

A mi Abuelito al cual agradezco todo el cariño y fé que siempre tuvo y tiene en mí, por darme ánimos en los momentos más difíciles.

A mi hermano por todos los momentos buenos y malos que compartimos desde nuestra niñez hasta la fecha, y ser un ejemplo de perseverancia y de que todos los sueños pueden ser posibles.

A mis tíos y tías que siempre han estado conmigo, y que siempre me han demostrado apoyo incondicional.

A mi esposo Joaquín por todo el amor demostrado desde el momento que nos conocimos, su apoyo, pero sobre todo por creer en mí y darme fuerzas para seguir adelante.

A la personita que estoy esperando, que a partir de que me entere de su existencia es mi motivo más fuerte para superarme.

A mis suegros por todo el ánimo y confianza, enseñarme que el esfuerzo y dedicación son la base para alcanzar todas mis metas.

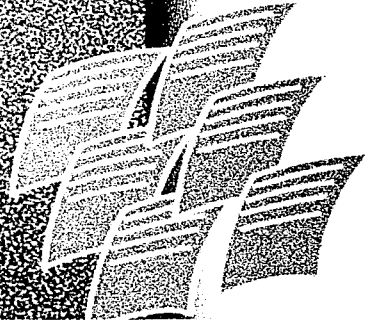
A mi director de tesis Alfonso Escalona por toda su paciencia y guía para realizar este proyecto.

A cada uno de los maestros que tuve a lo largo de la carrera agradezco los conocimientos impartidos.

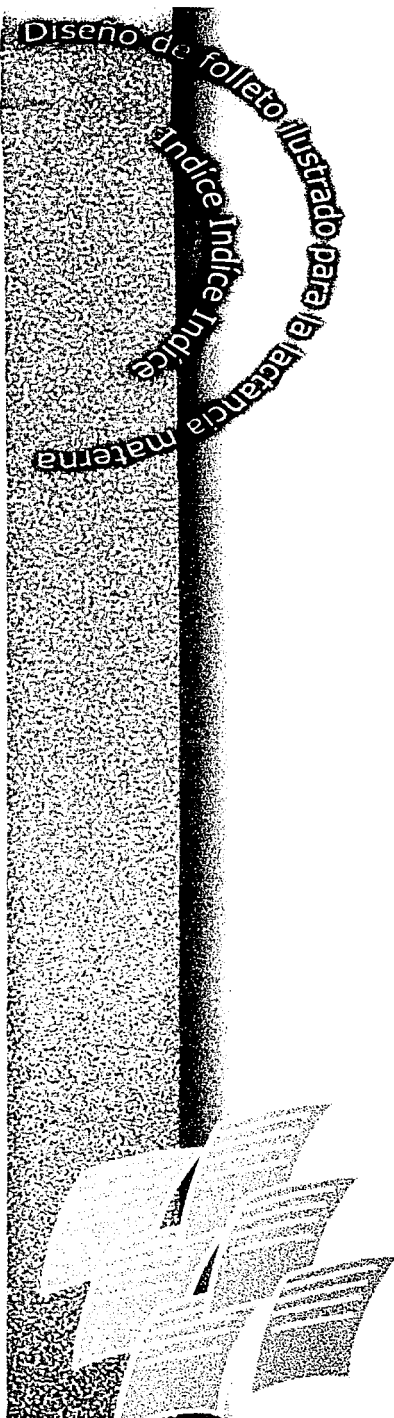
A mis amigos: Laura, Francisco y Andrés, por ser las mejores personas que he conocido, gracias por toda su amistad y por todos y cada uno de los momentos compartidos.

Diseño de folleto ilustrado para la lactancia materna

Índice Índice Índice Índice Índice Índice







<b>ÍNDICE</b> .....	4
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	7

### **CAPÍTULO PRIMERO. Lactancia materna**

1.1	El milagro de la vida.....	10
1.2	Ventajas de la leche materna.....	10
1.3	La importancia del calostro.....	14
1.4	Cuidado de los senos.....	15
1.5	Técnicas de amamantamiento.....	16
1.6	Diez pasos para una lactancia exitosa.....	17
1.7	¿Cuándo dejar de dar el seno materno?.....	18
1.8	Campaña "Lactancia Materna en el Hospital Amigo del Niño y de la Madre".....	18
1.9	Citas bibliográficas.....	24

### **CAPÍTULO SEGUNDO. Diseño editorial**

2.1	Antecedentes del diseño editorial.....	26
2.1.1	Deshojando el diseño editorial.....	27
2.2	Formato.....	28
2.3	Diagramación.....	29
2.4	Tipografía.....	30
2.4.1	Clasificación de los tipos.....	30
2.4.2	Anatomía de la letra.....	31
2.4.3	Tipografía de conformación.....	32
2.4.4	Los tipos.....	32
2.4.5	Uso de altas y baja.....	33
2.4.6	Uso de redondas y texto en general.....	33
2.4.7	Uso de negritas.....	33
2.4.8	Uso de cursivas.....	33
2.4.9	Uso de versales y versalitas.....	34
2.4.10	Tipo diferente.....	34
2.4.11	Tipo menor.....	34
2.4.12	Tipo chico.....	34
2.5	Tres párrafos: normal, francés y moderno.....	35
2.5.1	Notas de pie de página.....	35
2.5.2	Marcado de encabezados.....	37
2.5.3	Pie.....	37
2.6	Papel.....	37
2.7	Técnicas de impresión.....	39
2.8	Acabados.....	44
2.9	Originales mecánicos.....	47
2.10	Citas bibliográficas.....	49

### **CAPÍTULO TERCERO. El folleto**

3.1	Antecedentes del folleto.....	51
3.1.1	Descubriendo el folleto.....	52
3.1.2	Tipos de folleto.....	54
3.1.3	Partes que componen un folleto.....	57
3.2	Medios de impresión.....	59
3.3	Citas bibliográficas.....	67

**Diseño de folleto ilustrado para la lectura materna**  
**Índice**  
**Índice**  
**Índice**

**CAPÍTULO CUARTO. La ilustración**

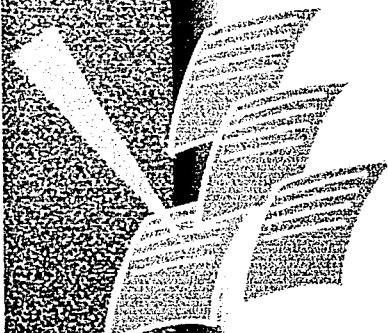
4.1	Antecedentes de la ilustración.....	69
4.1.1	El color de la ilustración.....	72
4.1.2	Estilos de ilustración.....	73
4.2	Técnicas de representación.....	75
4.2.1	Carboncillo.....	76
4.2.2	Lápiz de color.....	77
4.2.3	La sanguina.....	77
4.2.4	La sepia.....	78
4.2.5	La tiza negra y la tiza blanca.....	78
4.2.6	La mina de plomo y el lápiz.....	79
4.2.7	El rotulador.....	81
4.2.8	El bolígrafo.....	82
4.2.9	El bistre.....	82
4.2.10	La tinta neutra.....	83
4.2.11	La tinta.....	83
4.2.12	La pluma.....	83
4.2.13	La pluma de caña y la pluma de ganso.....	84
4.2.14	La aguada.....	84
4.3	Ilustración digital.....	85
4.4	Citas bibliográficas.....	88

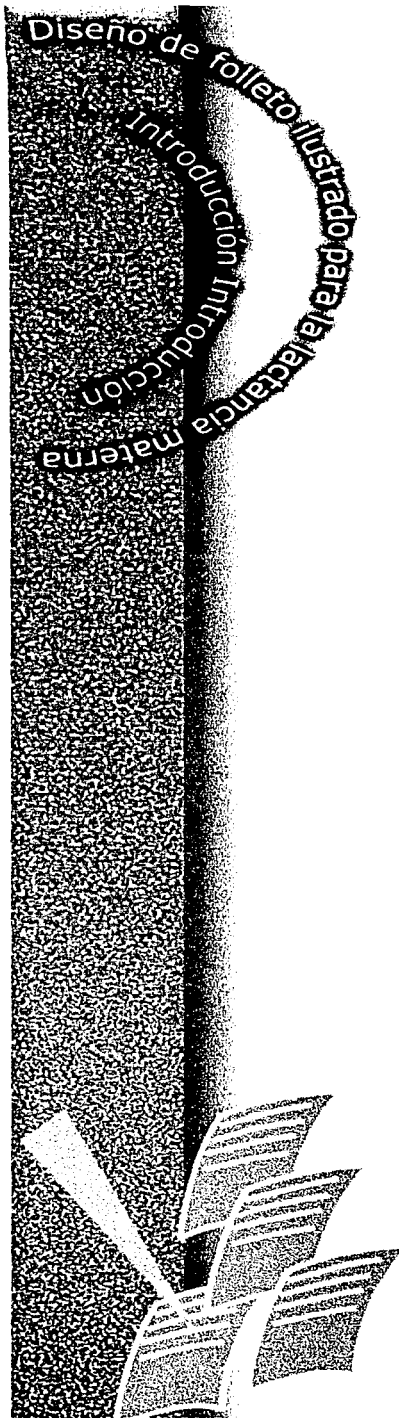
**CAPÍTULO QUINTO. Proyecto**

5.1	Objetivo del diseño.....	90
5.2	Finalidad del folleto.....	92
5.3	Selección de medio de impresión.....	93
5.4	Propuestas.....	94
5.5	Formato.....	97
5.6	Diagramación.....	97
5.7	Tipografía.....	98
5.8	Ilustraciones.....	100
5.9	Color.....	100
5.10	Papel.....	105
5.11	Técnica de impresión.....	106

<b>Conclusión general.....</b>	<b>108</b>
--------------------------------	------------

Diseño de folleto ilustrado para la lactancia materna  
Introducción Introducción  
Introducción





El Hospital General de Zona 2 A "Francisco del Paso y Troncoso" se encuentra ubicado en Viaducto Miguel Alemán y Francisco del Paso y Troncoso, esquina con Añil sin número, Colonia Granjas México, Delegación Venustiano Carranza.

Inició labores el 18 de noviembre de 1974, como Hospital de Gineco-Obstetricia 2 A "Dr. Rosendo Amor". Daba atención a mujeres embarazadas en partos, puerperio y al recién nacido.

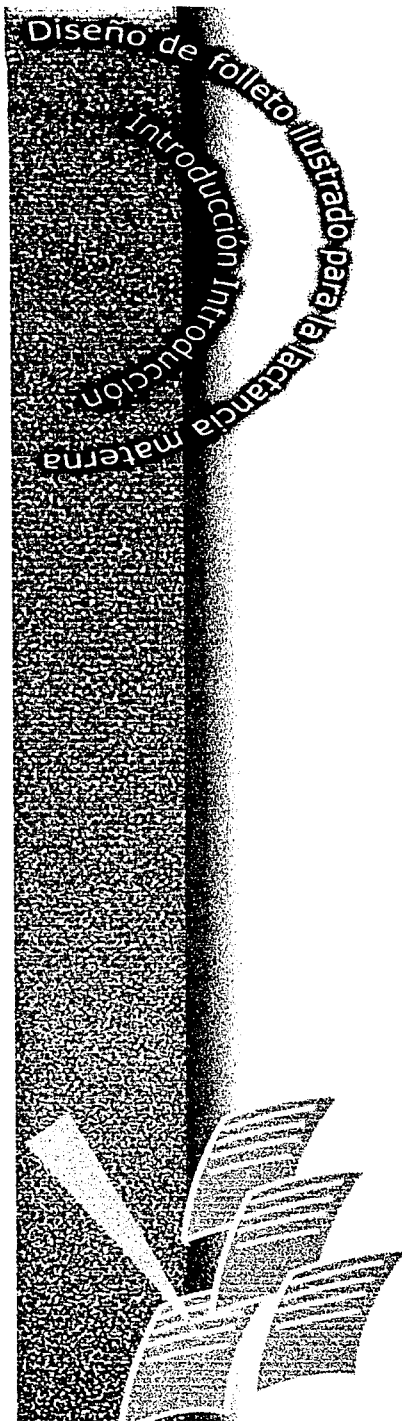
Fue inaugurado el 10 de mayo de 1975, por el Lic. Luis Echeverría Álvarez, entonces presidente de la República; y cerró sus puertas el 22 de noviembre de 1981, para ser remodelado y transformado en el Hospital General de Zona 2 A "Francisco del Paso y Troncoso", que se reinaguró el 15 de julio de 1982 para dar servicio como tal.

En 1985, el sismo causó daño al Centro Médico Nacional y esto provocó que se interrumpiera la atención médica; el Hospital "Francisco del Paso y Troncoso" absorbió parte de esta atención médica por lo que fue modificado construyéndose la biblioteca, los servicios de Oncología, Cardiología, Gastroenterología, Psiquiatría, Medicina Física, Embarazo de Alto Riesgo y el anexo de Endocrinología.

Cuatro años después, la Dirección General de Atención Materno infantil, convocó a una serie de expertos para que empezaran a desarrollar acciones encaminadas a rescatar la lactancia materna, ya que representantes de varias instituciones habían observado el abandono de esta práctica.

La estrategia más importante fue la instalación del Programa "Hospital Amigo del Niño y de la Madre", con el cual se logró crear un modelo de atención integral, con calidad y calidez, para lograr la salud del binomio madre-hijo.

Esta estrategia promueve la cultura de la lactancia materna. Para cumplir con este objetivo, se creó la participación de grupos de apoyo específicos, mediante los cuales se da a conocer a la comunidad los beneficios y los principios básicos de la lactancia materna a través de cursos y pláticas.



La importancia de la alimentación con el seno materno, radica en que ésta proporciona al bebé un mejor crecimiento, fortalece sus defensas y estrecha la relación madre-hijo.

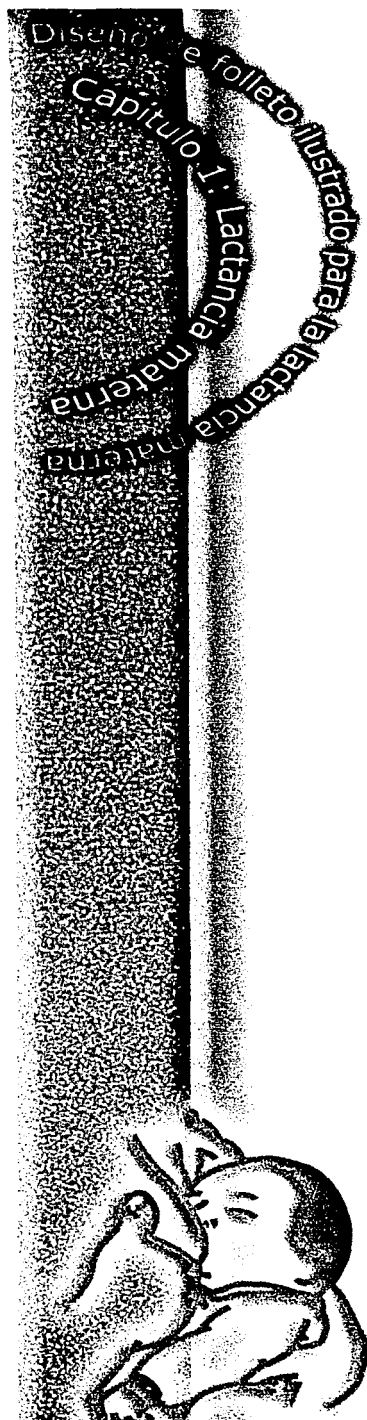
Pero con la modernización, la mayor parte de las madres deja de dar la leche materna, ya que sus múltiples ocupaciones no le dejan tiempo para ello, y recurre al biberón que, lejos de beneficiar, ocasiona problemas de salud al bebé.

Para promover la lactancia materna se requirió del apoyo de material gráfico como: carteles, folletos, rotafolios, anuncios en periódicos, revistas, así como de los medios masivos de comunicación: radio y televisión. En este caso, se realizó el diseño del folleto, ya que es un medio de promoción y difusión rápido, que contiene información concreta y fácil de entender.

Se hará esta pequeña aportación al programa porque el hospital no cuenta con los medios suficientes para la elaboración de un buen folleto informativo; las enfermeras proporcionan la información de acuerdo a sus posibilidades, no sólo realizan pequeños folletos, sino también todo tipo de material gráfico; estos medios informativos no tienen los requisitos de un diseño atractivo y funcional, pues es evidente la falta de conocimientos de color, tipografía, tipo de folleto, etcétera, y la necesidad del personal de solucionar el problema de la promoción de la lactancia materna, valiéndose de cualquier medio.

Diseño de folleto ilustrado para la lactancia materna  
Capítulo 1. Lactancia materna





## 1.1 El milagro de la vida

Lactancia Materna es un término usado en forma genérica para señalar qué es la alimentación del recién nacido y lactante, a través del seno materno.<sup>(1)</sup>

Las glándulas mamarias producen leche, que se compone de agua, proteínas, minerales, vitaminas y grasas, en las proporciones adecuadas en cada bebé. Las grasas son fáciles de digerir para el recién nacido. Además la leche materna contiene lactosa (azúcar de la leche) que facilita el funcionamiento normal del intestino al convertirse en ácido láctico, y ayuda a absorber el calcio y otros minerales que el recién nacido necesita.

Los minerales de la leche materna, como el calcio y el hierro, y las vitaminas, como la A y D, permiten al bebé un desarrollo adecuado. Además, la leche materna contiene linfocitos, los cuales protegen al niño de muchas infecciones que causan los virus.

La leche está adaptada al aparato digestivo del bebé, que la asimila con una facilidad natural. Y es de sabor muy agradable. El niño no requiere más que de la leche de su madre para cubrir sus necesidades de alimento.

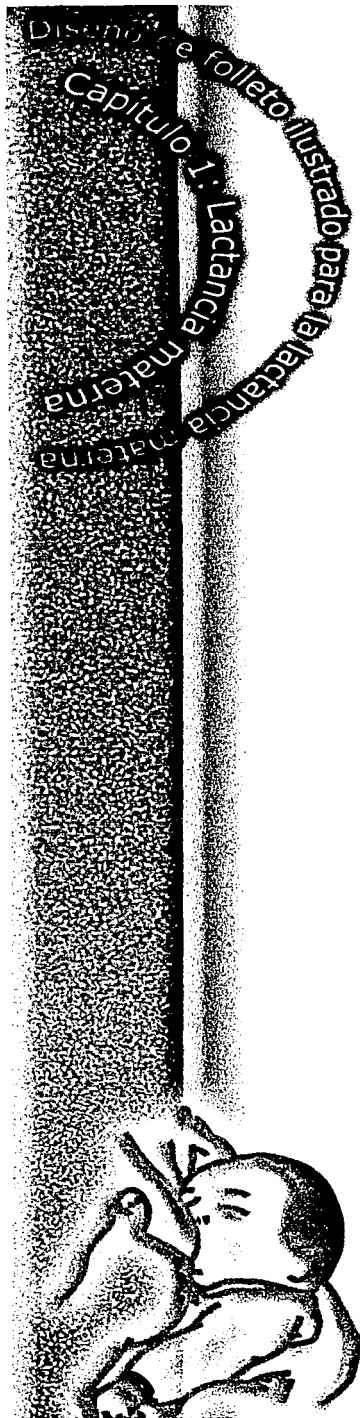
La leche materna es tan completa que durante los primeros meses de vida, cuando el ritmo de crecimiento es más acelerado, el niño no requiere de otro alimento más que el que le brindan los senos de su madre.

Se ha comprobado mundialmente que la leche materna no produce reacciones alérgicas en el bebé, y es el alimento más adecuado para una criatura prematura. La mayor ventaja de que goza el recién nacido que es amamantado es el contacto físico con su madre.

Además de la leche nutritiva que bebe, recibe el amor y la seguridad de sus brazos, factores que son también indispensables para el desarrollo.<sup>(2)</sup>

## 1.2 Ventajas de la leche materna

Al brindarle el pecho al bebé, se le da la oportunidad de disfrutar las múltiples propiedades alimentarias que posee la leche materna, además de aprovechar las ventajas que esto proporciona como:



- Una leche higiénica, alta en nutrientes, segura y de fácil digestión.
- Por lo general, la leche materna se produce en la cantidad que el pequeño necesita.
- La leche contiene entre otros agentes inmunológicos, anticuerpos que transmite la madre al bebé desde recién nacido y que lo protegen contra infecciones como la diarrea y otras enfermedades casadas por microorganismos.
- La leche materna no es alérgica.

Al brindar el pecho al bebé se experimenta una sensación de calor y proximidad que propicia el fortalecimiento de la relación madre-hijo.

Esta íntima relación los hará sentirse felices y el bebé sabrá que puede depender de su mamá completamente, al recibir junto con la leche, una carga de calor y ternura.<sup>(3)</sup>

Cabe destacar otras ventajas fundamentales que proporciona la leche materna:

#### Ventajas nutricionales

1. Digestibilidad. Tiene un alto contenido de nutrientes metabolizados y fácilmente digeribles como las proteínas del suero, lípidos, lactosa y, una proporción equilibrada de aminoácidos, a diferencia de la leche de vaca en la que predominan proteínas del sistema de la caseína, menos digeribles.

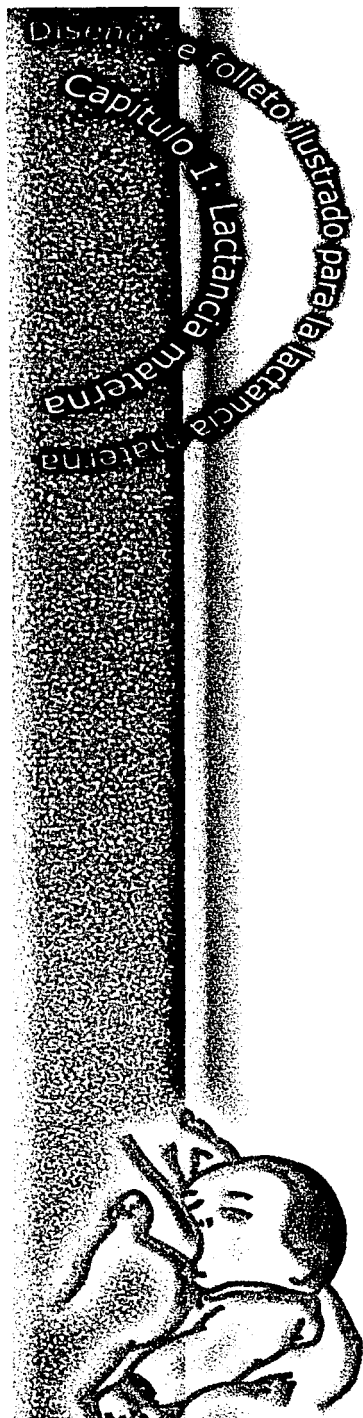
La presencia notable de enzimas, como la lipasa, permite iniciar la digestión de los lípidos en forma eficiente, gracias a su activación por las sales biliares del niño.

2. Absorción. Debido a que la absorción de los nutrientes es superior a los de la leche de vaca, los niños amamantados los primeros 6 meses de vida, no presentan deficiencias nutricionales

El 10 % de los carbohidratos son oligosacáridos de fácil absorción, característica que la hace especialmente adecuada para los prematuros.

Los contenidos de calcio y fósforo son menores que los de la leche de vaca y los niños que son amamantados





en forma exclusiva, raramente presentan raquitismo, debido a su buena absorción. La absorción del hierro de la leche materna es más eficiente que el de la leche de vaca o el de las fórmulas industrializadas, habiéndose encontrado, valores anormales de hierro sérico en niños alimentados artificialmente, en contra de cifras normales de niños alimentados con leche materna.

La absorción del zinc esencial en el humano como activador enzimático y como parte de la estructura enzimática es mucho mejor en la leche humana, encontrándose además que los niveles séricos de zinc no disminuyen con la edad.

Composición de la leche humana

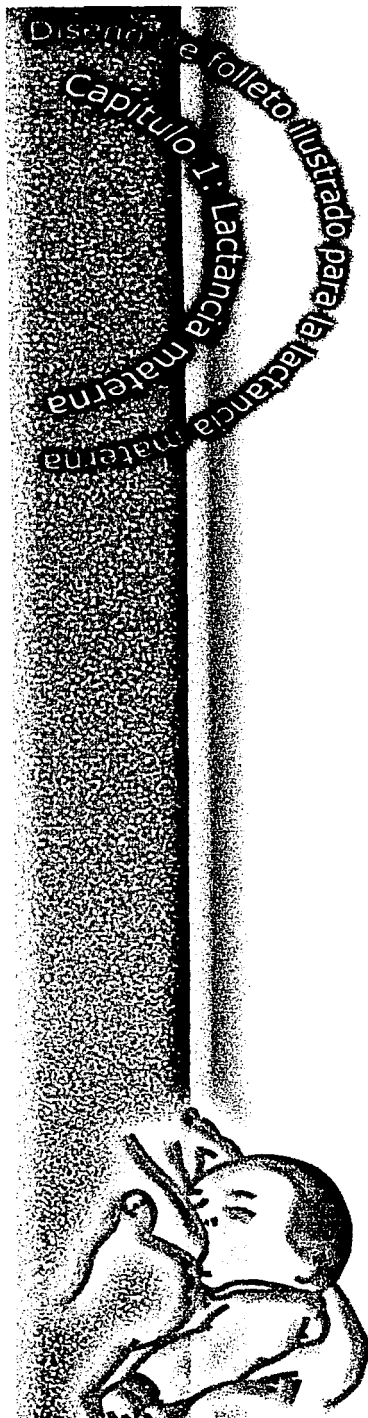
	LECHE HUMANA CALOSTRO	MADURA	LECHE DE VACA
TAURINA (nM/dl)	41-45	27-67	—
LACTOFERRINA (G/100 ml)	0.33	0.17	TRAZAS
LISOZIMA (g/100ml)	—	0.05	TRAZAS
IgA (g/100ml)	0.36	0.14	—
PROTEINAS TOTALES (g/100ml)	2.3	0.9	3.3
CASEINA 40% (g/100ml)	—	0.25	2.73
LACTO- ALBUMINA (60%) (g/100ml)	0.16	0.26	0.1
BETALACTO GLOBULINA (g/100ml)	—	—	0.36
HIERRO (ABSORCION)	10%	48%	4%
ZINC (ABSORCION)	28%	42%	31%
CALCIO/FOSFORO -- RELACION		2.2/1	1.4/4

Las concentraciones plasmáticas de otros elementos dependen de su biodisponibilidad, encontrándose que ésta no es comparable en las leches industrializadas.<sup>(4)</sup>

**Ventajas protectoras contra enfermedades infecciosas**

Una de las ventajas más importantes es la protección inmunológica contra algunas infecciones.

Esta protección disminuye la morbilidad y mortalidad infantiles.



La prevención de la diarrea, conferida por los componentes de la leche, se refuerza por la disminución a la exposición de los gérmenes presentes en utensilios, líquidos o alimentos contaminados.

Los niños amamantados, cuando llegan a enfermar tienen cuadros más leves y no impiden continuar con la leche materna. De hecho, aquéllos que continúan amamantando durante el tratamiento con soluciones de rehidratación oral, tienen menos número de evacuaciones y se recuperan más rápidamente.

La leche materna estimula el desarrollo de una flora bacteriana adecuada en el intestino, la cual causa una evacuación ligeramente ácida en el bebé. Esta acidez junto con los factores arriba mencionados, inhibe el crecimiento de bacterias, hongos y protozoarios.

A continuación se citarán algunas enfermedades en las que se ha demostrado el efecto protector:

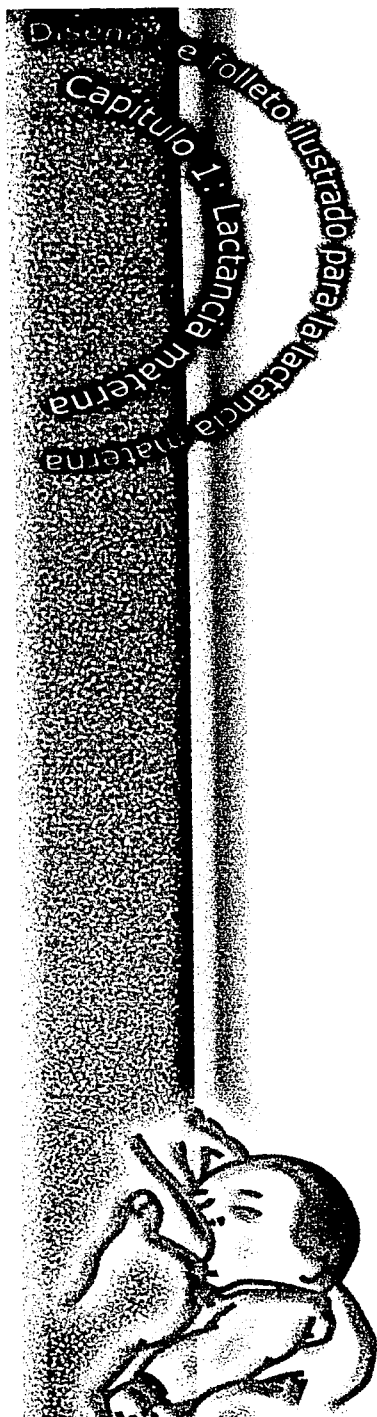
- Diarreas, infecciones respiratorias: broncoespasmo, bronquitis, bronquiolitis y neumonías.
- Otitis media.
- Meningitis.
- Enterocolitis necrozante.
- Caries dentales.<sup>(5)</sup>

#### Ventajas protectoras en enfermedades no infecciosas

1. Las proteínas de la leche materna no son reconocidas como ajenas en el organismo del recién nacido, evitando los problemas alérgicos y eczema. Además, impide la exposición y absorción de proteínas extrañas presentes en leches de otro tipo.
2. Se ha informado que disminuye la frecuencia de la diabetes juvenil, linfoma y maloclusión.<sup>(6)</sup>

#### Diferencias psico-afectivas

El vínculo que se establece como resultado de un comportamiento primario se facilita, favoreciendo una mejor relación entre madre e hijo cuando se inicia la lactancia materna en el postparto inmediato. Estas madres, tocan y hablan más con sus bebés.



El contacto frecuente de los niños con sus madres los mantiene felices y satisfechos y lloran menos. También las madres responden con mayor rapidez al llamado de sus bebés e identifican mejor sus necesidades.

El contacto precoz guarda relación con una mayor cantidad de leche, menos infecciones, mayor crecimiento y regulación de la temperatura corporal del lactante.

La actitud de la madre es importante en su lactancia ya que las madres que desean amamantar tienen mayor éxito. El estado emocional puede influir fisiológicamente en la lactancia de varias maneras:

- Disminuyendo el flujo sanguíneo a las mamas y, por consiguiente, de la secreción láctea;
- reduciendo la calidad de la succión lo que disminuye la estimulación de la secreción de leche;
- también puede influir en la expulsión de la leche bloqueando el reflejo de "bajada" de la leche, aún estando llenas las mamas.

Es más importante la calidad del amamantamiento que el tiempo de duración. En un estudio se encontraron más problemas de atención y adaptación social entre alimentados con fórmula.

El niño que es alimentado amorosamente con biberón, definitivamente no tiene las mismas experiencias emocionales que el amamantado.

Los estímulos son diferentes para la madre y el niño, así como es distinta la influencia de las hormonas entre la que amamanta y la que alimenta en forma distante y a través de una botella de vidrio o plástico y un chupón de hule.<sup>(7)</sup>

### 1.3 La importancia del calostro

El calostro es un líquido amarillento, por la presencia de beta carotenes tiene una gravedad específica alta (1040-1060) que lo hace espeso.

Aumenta su volumen en forma progresiva a 100 ml al día, en el transcurso de los primeros tres días y está en relación directa con la intensidad y frecuencia del estímulo de succión esta cantidad es suficiente para satisfacer las necesidades del recién nacido.

El calostro tiene 87% de agua, 58 Kcal de grasa, 5.3 de lactosa y 2.3 de proteínas.

Destaca la concentración de IGA y lactoferrina que junto a la gran cantidad de linfocitos y macrófagos le confieren la condición protectora al recién nacido.

El Ph. del calostro es de aproximadamente 7.45 lo que favorece el vaciamiento gástrico. Tiene alta densidad en poco volumen, menos lactosa, grasa y vitaminas hidrosolubles comparada con la leche madura, más proteínas, vitaminas liposolubles, sodio zinc e inmunoglobulinas."<sup>(8)</sup>

Después de haber dado a luz, y durante los primeros días, un fluido amarillo llamado calostro, nutrirá al bebé hasta que el pecho produzca leche "madura".

El calostro es rico en proteínas y vitaminas A, además contiene anticuerpos que ayudan a proteger al bebé contra las enfermedades en los primeros meses de vida.

Al succionar el calostro, el niño estimula la producción de la leche. Así, al tercer o cuarto día, la verdadera leche azulosa y delgada en apariencia empezará a fluir.

La afluencia de líquidos puede tardar de una a dos semanas en alcanzar su nivel normal.

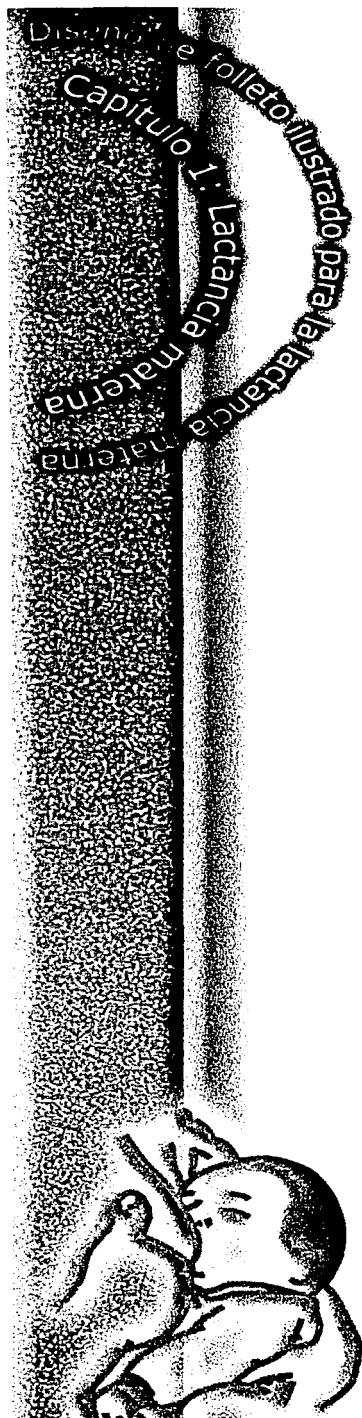
Con las primeras afluencias de la leche, sus pechos pueden dolor un poco, pero las succiones del bebé le producirán un poco de alivio.<sup>(9)</sup>

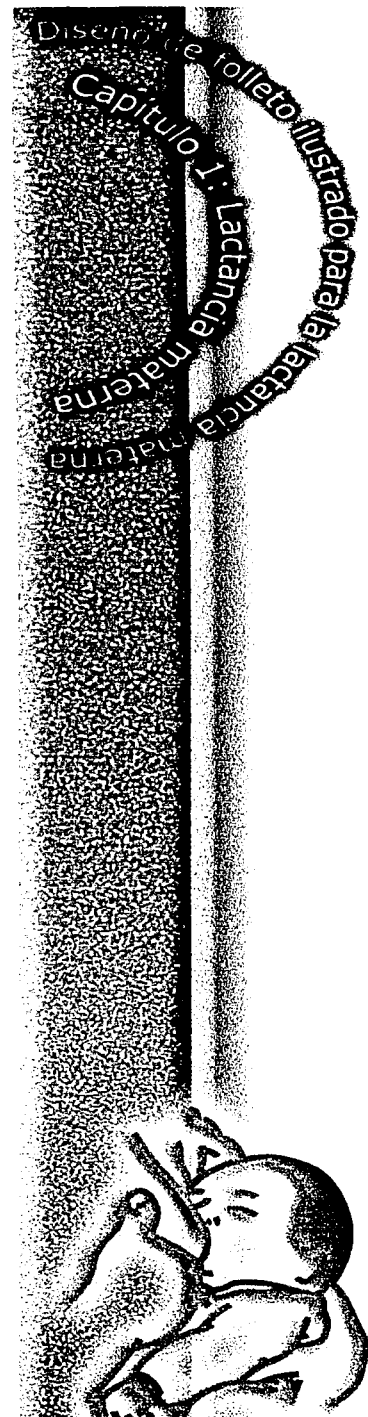
#### 1.4 Cuidado de los senos

Tanto el médico, como el pediatra del bebé, pueden aconsejar a la madre en lo referente al cuidado de los senos durante el periodo de lactancia.

No es necesario, ni recomendable lavar los pezones en cada tetada, el baño diario es suficiente para mantener limpios los senos. Si los pezones están adoloridos se puede utilizar un poco de lanolina pura después de cada tetada y no limpiarla cuando se vaya a amamantar otra vez.

Usar un buen sostén, tanto de día como de noche, puede ayudar a conservar la forma de los senos y evitar que éstos pierdan firmeza.





Recientes estudios han demostrado que no hay cambio significativo en el tamaño de los senos, después de terminado el período de lactancia del bebé.<sup>(10)</sup>

Técnicas de exploración de mamas y medidas correctivas

### Exploración

- Observación de anomalías de mamas y pezones.
- Palpación de las mamas; colocar y presionar en forma superficial con movimientos circulares en toda la mama, en el sentido de las manecillas del reloj y del centro (pezón) a la periferia.

### Preparación de los pezones

- Evitar una excesiva limpieza con jabones o cremas, es suficiente el baño diario.
- Se recomienda mantener al aire los senos después del baño.
- No manipular en forma excesiva las mamas y pezones en el tercer trimestre del embarazo.

### Medidas correctivas

- Las medidas correctivas se deben realizar desde el inicio del embarazo y ser muy cauto en su indicación.
- Se recomienda el uso de un sostén de algodón con tirantes anchos, al cual se le realizará un corte pequeño en la punta de la copa, por donde saldrá el pezón.
- Su uso y cambio será diario.
- Evitar la manipulación excesiva de las mamas." <sup>(11)</sup>

### 1.5 Técnicas de amamantamiento

Técnica sentada. La madre toma la niño entre sus brazos, se sienta cómodamente con la espalda recta y la cara del niño queda frente al pecho de la madre. El seno toca la cara del niño y el pezón el labio inferior, para desencadenar el reflejo de búsqueda.

Técnica posición de decubito lateral. El cuerpo del niño sigue el cuerpo de la madre y están juntos piel con piel. La madre ofrece el pecho del lado que está acostada, con la mano libre en forma de "C".



Técnica sentada

Técnica de posición de "balón de fútbol o de sandía". El cuerpo del niño se encuentra bajo la axila de la madre y su abdomen toca las costillas. La mamá soporta el cuerpo del bebé sobre el brazo del mismo lado y con la mano sostiene la cabeza.



Técnica de posición de decubito lateral

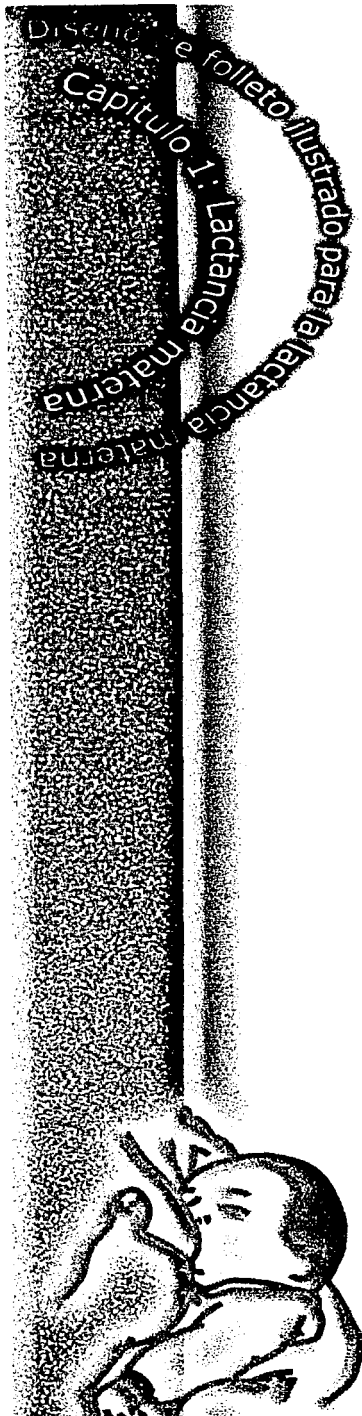
Se aconseja que se varíen estas posiciones para que el niño comprima con las encías y la lengua distintos sitios de la areola y pezón para evitar la formación de grietas.<sup>(12)</sup>



Técnica de balón de futbol o de sandía

#### 1.6 Diez pasos para una lactancia exitosa

Se aplicarán las medidas para asegurar el éxito de la lactancia propuesta por la Organización Mundial de la Salud y el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF).



1. Publicar y difundir las políticas sobre lactancia materna.
2. Capacitar a todo el personal del hospital para la aplicación y práctica de las políticas.
3. Informar a las embarazadas de los beneficios y técnicas de la lactancia materna.
4. Ayudar a las madres a iniciar la lactancia dentro de los primeros 30 minutos después del parto.
5. Enseñar las técnicas de amamantamiento a la madre.
6. Alimentar al recién nacido exclusivamente con leche materna.
7. Alojamiento conjunto las 24 horas del día.
8. Dar a lactar al niño cada vez que lo pida.
9. Eliminar totalmente el uso de mamilas.
10. Formar grupos de apoyo a la lactancia materna."<sup>(13)</sup>

#### 1.7 ¿Cuándo dejar de dar el seno materno?

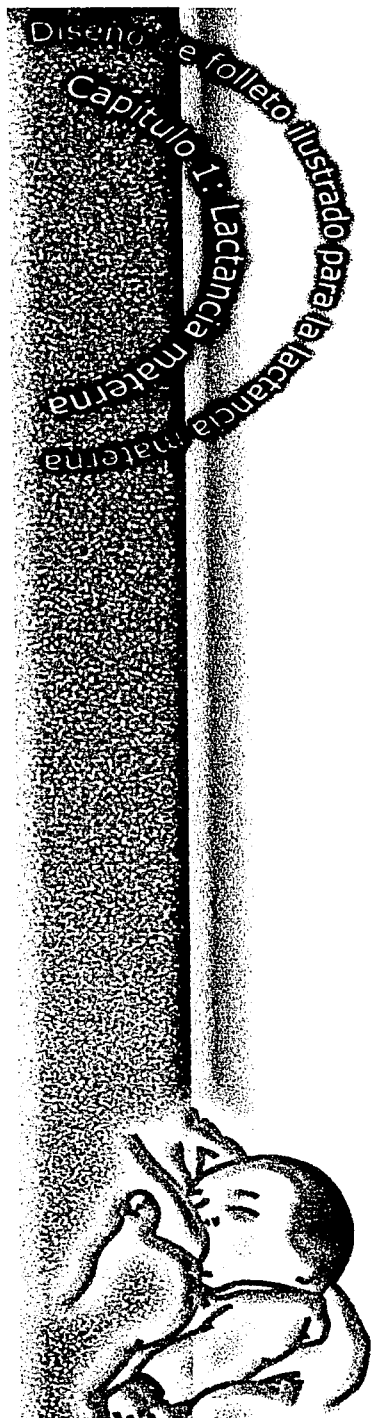
El médico considerará cuidadosamente la edad y madurez del bebé para determinar cuándo puede suspender el pecho. También el médico indicará que el cambio de la leche humana a la de vaca es conveniente hacerlo en uno de esos días en que el bebé esté más hambriento.

A los pocos días, cuando él se haya acostumbrado, puede ofrecerle una segunda porción de leche de vaca. Conforme vaya adaptándose al cambio, la leche de pecho puede administrarse con menos frecuencia; esto hará que la producción disminuya gradualmente.

Mientras muchos bebés toman leche materna alternadamente con leche de vaca, otros pueden resistirse a hacerlo. Si el bebé no está listo para este cambio, quizá sea mejor seguir amamantándolo un poco más y posponer el proceso de destete. O sea, la introducción de los primeros alimentos sólidos.<sup>(14)</sup>

#### 1.8 Antecedentes de la Campaña Lactancia Materna en el Hospital Amigo del Niño y de la Madre

El Programa Nacional de la Lactancia Materna pretende concientizar a la población de lo importante que es dar el seno materno.



Ya que actualmente México, al igual que el resto del mundo, ha sufrido la influencia de la moderización, que llevó a la mujer a realizar trabajos remunerados fuera del hogar, propiciando con ello la separación de las madres y los hijos en periodos tan críticos como es: desde el nacimiento y durante la etapa de lactancia.

Esta situación trajo como consecuencia la necesidad de buscar alternativas de alimentación que fueran fáciles y al alcance de las madres sustitutas o de guarderías infantiles.

Por consiguiente se desato un desarrollo industrial encaminado a lograr el equiparable con la leche materna y hubo una invasión de fórmulas de publicidad que llevo a encaminar la mentalidad de las madres en el sentido de pensar que lo mejor para sus hijos eran las fórmulas.

Es por ello que el Centro Nacional de Lactancia Materna, se hizo con el fin de restablecer la lactancia materna en el país a través de formación y capacitación de recursos humanos y de investigación.

Se reunió un grupo de expertos en lactancia materna con la representación de todas las Instituciones del Sistema Nacional de Salud, organismos gubernamentales internacionales y educativos.

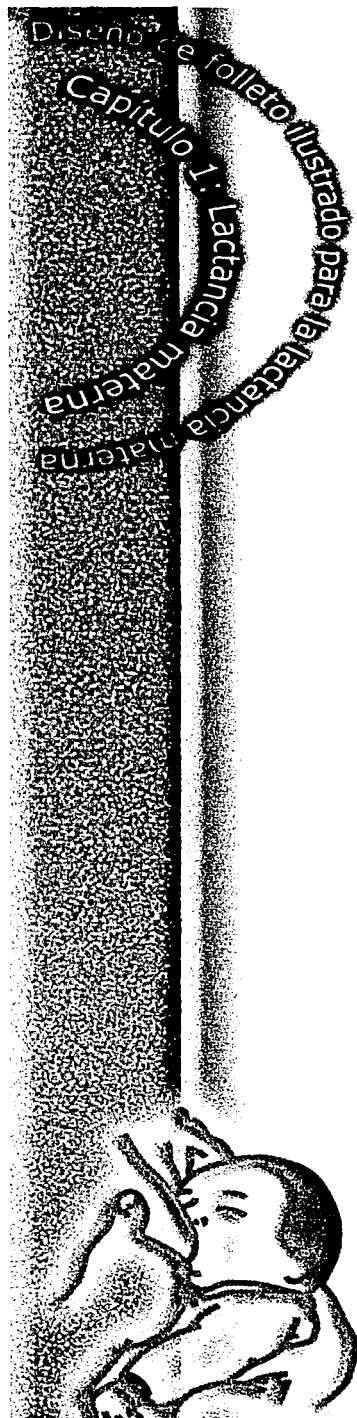
El 28 de mayo de 1991 se crea el Comité Nacional de Lactancia Materna.

Este Comité desarrolló el Programa Nacional de Lactancia Materna, cuyo objetivo es contribuir al mejoramiento de la calidad de la atención materno infantil, mediante la protección, promoción y la instalación del alojamiento conjunto en todas las unidades de salud que atienden partos.<sup>(15)</sup>

#### Programa Nacional de Lactancia Materna

Este programa se ha desarrollado con base en estrategias que permitan contrarrestar todos los factores que de manera directa o indirecta, han contribuido al abandono cada vez más frecuente de la práctica de la lactancia materna, tanto en el medio urbano como en el rural.





Se desarrollaron 4 estrategias básicas en el Programa:

**-Fortalecimiento Institucional:**

Esto es que todas las unidades de salud reestructuren sus instalaciones para adecuarlas a la práctica de la lactancia natural después del parto, que el personal de salud tenga conocimientos básicos sobre lactancia materna y llevar a cabo un apoyo y promoción continúa a la lactancia materna, evitando

la distribución de propaganda y regalos que orienten a la madre hacia otro tipo de alimentación.

**-Capacitación y Comunicación Educativa:**

La capacitación está dirigida al personal de salud en servicios y además al que se encuentra en formación. Este componente se hace extensivo a la comunidad a través de campañas de comunicación por medios masivos.

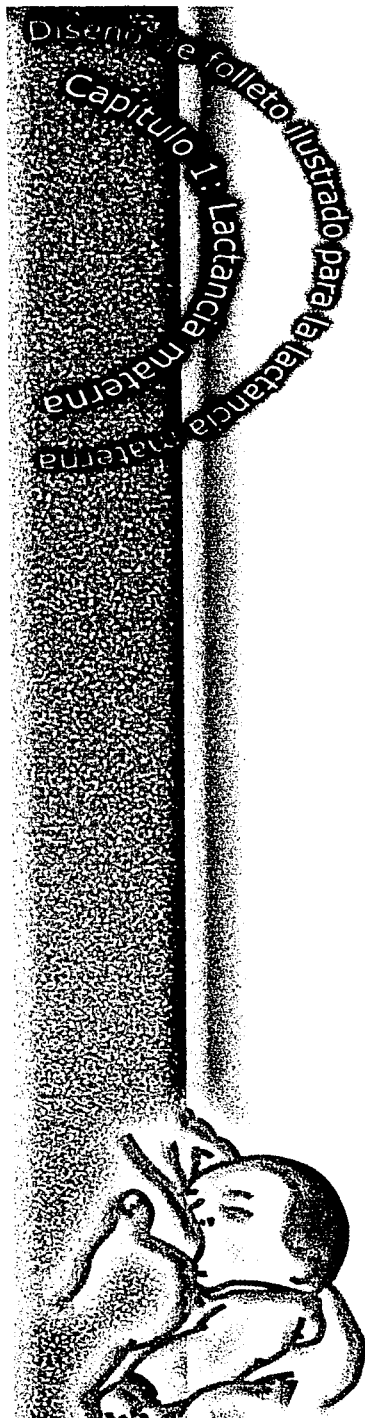
**-Participación Comunitaria:**

Pretende que los conocimientos y apoyo lleguen a toda la comunidad hasta el hogar, y hacer que ellos tengan conciencia del problema y contribuyan a resolverlo. Esta comunicación tiene que llegar a todos los lugares, cambiar la mentalidad de la familia la cual debe de transformarse para brindar un apoyo a la madre lactante a través del conocimiento de sus ventajas y de las alternativas que pueden tener las madres para poder continuar sus actividades aun fuera del hogar.

**-Seguimiento Epidemiológico:**

Se ha propiciado el impulso a la investigación sobre lactancia materna, a fin de conocer la situación que va guardando después de las intervenciones realizadas. Este seguimiento permite monitorear y replantear estrategias que fortalezcan y afirmen el rescate de la lactancia materna.

Un logro importante ha sido establecer un Acuerdo con los Productores de Alimentos y Fórmulas Infantiles del País, mediante el cual se comprometieron a suspender las dotaciones gratuitas o a bajo costo, así como la publicidad en todos los hospitales públicos y privados, incluyendo consultorios médicos.



Un aspecto que ha sido muy apoyado es la elaboración de material educativo sobre lactancia materna y de promoción, así como la intervención a través de medios masivos de comunicación, radio, televisión y prensa.

En este sentido se han elaborado mensajes por radio y televisión que fueron transmitidos a nivel nacional, y que se están repitiendo a nivel local. También se están distribuyendo en forma continua trípticos, carteles, folletos y publicaciones en revistas científicas de comunicación masiva y periódicos, alusivos a las ventajas de la lactancia materna.

La estrategia más importante en el fortalecimiento institucional, la constituye la instalación del Programa Hospital Amigo del Niño y de la Madre con el cual se logró crear un modelo de atención integral, de alta calidad, otorgado con humanismo y que proteja, fomente y promueva la lactancia materna.<sup>(16)</sup>

#### Material Educativo Sobre Lactancia Materna

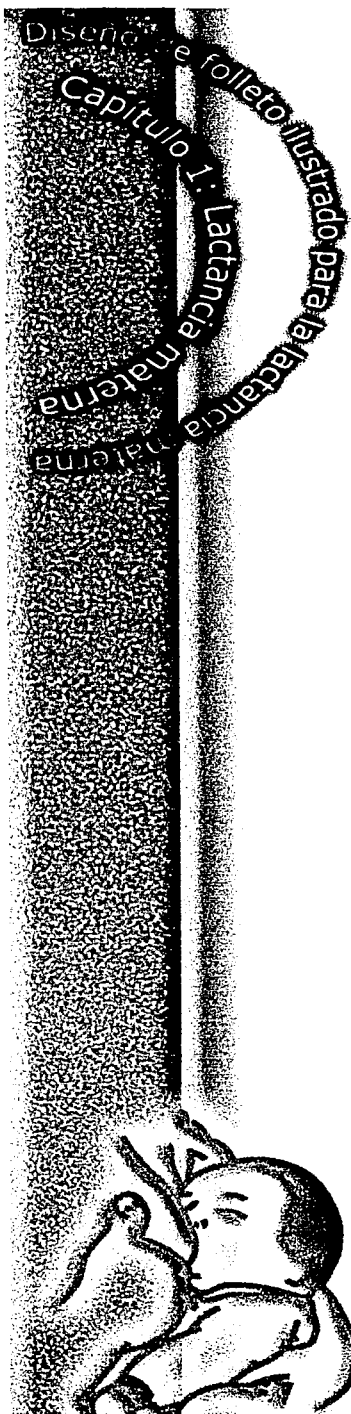
Para ello, se solicitó la colaboración de expertos en la materia de todas las instituciones del Sistema Nacional de Salud, los cuales propusieron y desarrollaron los temas.

Este material consta de 2 volúmenes: el primero contiene los textos de 30 temas sobre lactancia materna distribuidos en 7 módulos e incluyendo un capítulo especial con recomendaciones y métodos de enseñanza.

El segundo volumen contiene los anexos que incluyen el material de apoyo didáctico para la exposición de cada tema, así como una lista de referencias bibliográficas para ampliar la información.<sup>(17)</sup>

A partir de 1989 se iniciaron movimientos mundiales a favor de la lactancia materna con la declaración conjunta OMS/ UNICEF, que pretende lograr los siguientes puntos:

Declaraciones de Inocenti: 1 de agosto de 1990 en Florencia Italia firman esta declaración, sobre la protección, el fomento y el apoyo a la lactancia materna, representantes de 40 gobiernos, de UNICEF, OMS, OSDI, UK-ODA, FAO, PMA y el Banco Mundial, con los



siguientes compromisos resumidos: "Los gobiernos deberán establecer un sistema nacional para evaluar los objetivos y desarrollar indicadores, tales como la proporción de lactantes exclusivamente amamantados a los cuatro meses de edad"

Cumbre Mundial a favor de la Infancia sede de la ONU, 29 y 30 de septiembre de 1990: establece como objetivo: "Lograr que todas las mujeres amamenten a sus hijos durante cuatro a seis meses". Para que se lleve a cabo la lactancia materna se requiere de la participación de todo el personal del hospital, principalmente de quienes atienden a la madre y al niño.

Para lograr esto, no son necesarios cambios físicos ni grandes inversiones, sólo información y convencimiento de las ventajas de la alimentación al seno materno.

Se requieren actividades de difusión, orientación y capacitación en los aspectos básicos de la lactancia al seno materno, lo cual debe iniciarse desde la etapa prenatal a la mujer embarazada y continuar durante la atención al parto puerperio.

Las innegables ventajas del alojamiento conjunto o compartido y de la lactancia materna para la salud física y mental de la madre y su hijo, justifican los esfuerzos a todos los niveles y el compromiso de todo el personal para llevarlos a cabo.

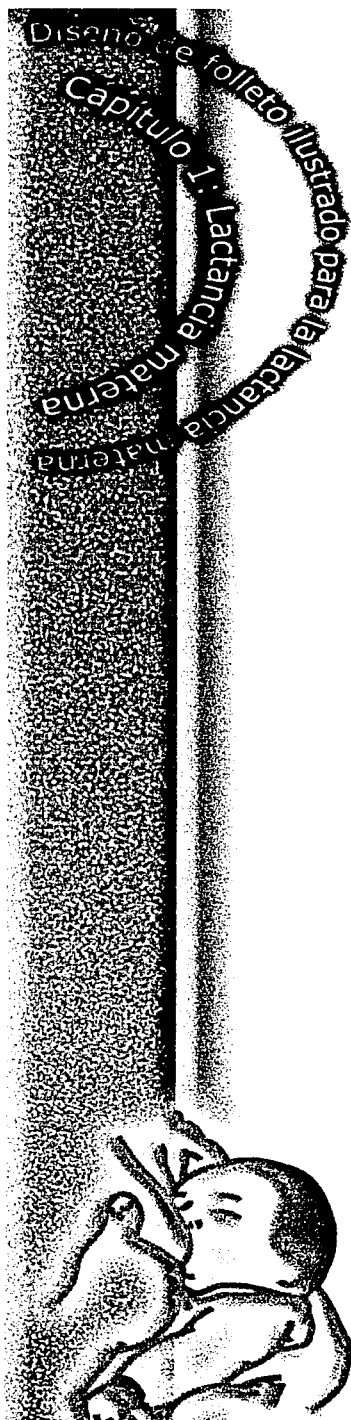
#### Base legal

A partir de las iniciativas y declaraciones de la OMS y UNICEF, en México se iniciaron las acciones para la promoción de la lactancia con el siguiente marco legal:

El artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos "establece el derecho a la salud".

La Ley General de Salud reglamenta el derecho a la protección de la salud que tiene toda persona por el solo hecho de residir en territorio mexicano.

Artículo 31. Reglamenta la atención materno infantil en materia de salubridad general.



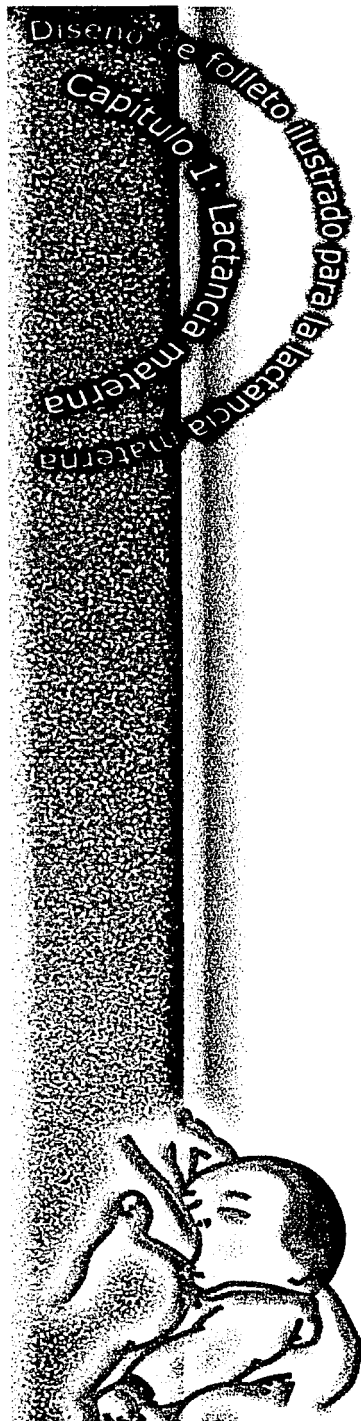
Artículo 61. La atención materno infantil es de carácter prioritario, comprende atención durante el embarazo, parto y puerperio y atención al niño con vigilancia de su crecimiento y desarrollo.

El acuerdo No. 95 de la Secretaría de Salud publicado en el Diario Oficial de la Federación, el 28 de mayo de 1991, crea el Comité Nacional de Lactancia Materna.

En el acuerdo No. 121 de la Secretaría de Salud, publicado en el Diario Oficial de la Federación, el 8 de mayo de se 1992 crea el Centro Nacional de Lactancia Materna.<sup>(18)</sup>

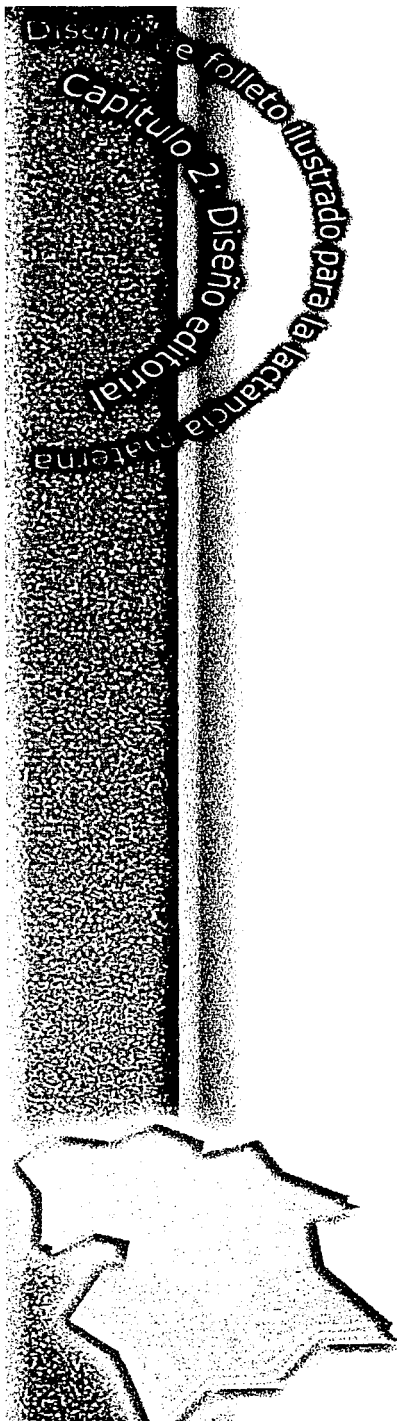
## Citas bibliográficas

- (1), (4), (5), (6), (7) Trabajo de exposición del Hospital General de Zona 2-A "Francisco del Paso y Troncoso" Módulo: Situación de la lactancia materna. Tema: 4. Ventajas de la lactancia materna.
- (8) Trabajo de exposición del Hospital General de Zona 2-A "Francisco del Paso y Troncoso"  
Tema: Antecedentes históricos de la lactancia materna campaña "Hospital Amigo del Niño y de la Madre".
- (2) Galaz, Patricia. Amamante a su bebé. Una guía completa para las madres lactantes. 7 edición. México. Biblioteca Natura. 1991.
- (3), (9), (10), (14) Alimentación al seno materno. México. Gerber.
- (11) Manual de actividades en lactancia materna del "Hospital Amigo del Niño y de la Madre" Jefatura de enfermeras. IMSS.
- (12), (13), (18) Manual grupos de apoyo "Hospital Amigo del Niño y de la Madre". IMSS.
- (15), (16), (17) Lactancia materna en México. Comité Nacional de Lactancia Materna 1989-1994. México. Secretaría de salud. 1994.



Diseño de folleto ilustrado para la  
Capítulo 2: Diseño editorial  
materia





## 2.1 Antecedentes del diseño editorial

Durante 500 años, los libros han monopolizado la transmisión y el almacenamiento de la información, un papel que hoy amenazan muy seriamente la nueva tecnología del video, los sistemas de recuperación con microfilm.

El campo de la publicación de libros es todavía saludable e inmenso: todo país industrializado tiene alguna forma de industria editorial para el mercado local y el de exportación, y varios miles de nuevos títulos que se ponen en circulación cada año.

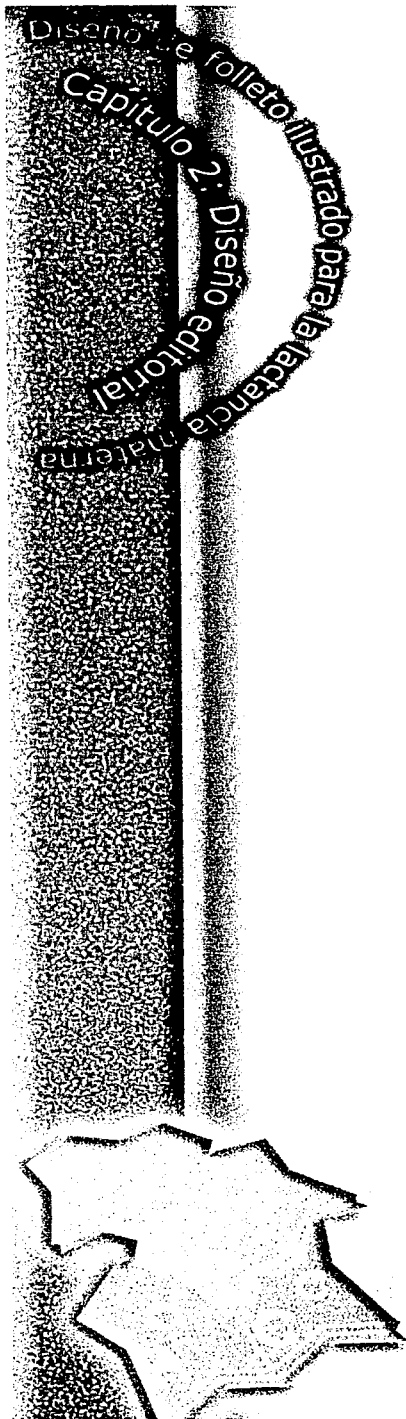
El desarrollo del libro hasta la forma en que lo conocemos actualmente implicó un largo y complicado proceso. Los registros escritos y portátiles más antiguos de que se tiene conocimiento son las tabletas de arcilla que se usaron en Mesopotamia (Irak) y los rollos del papiro del antiguo Egipto, que datan aproximadamente del año 3000 a. de C.

Los libros comenzaron a tener algo de su formato moderno en el primer o segundo siglo de la Era Cristiana, con la aparición de los códices hojas de papiro o pergamino que se doblaban verticalmente para hacer hojas o páginas.

El libro impreso más antiguo que todavía se conserva, se produjo en China en el año 868 a. de C. La primera evidencia que tenemos de impresión con tipos móviles también es atribuible a un impresor chino, Pi Sheng, en el siglo XIII, pero el desarrollo más importante en materia de impresión surgió en Europa, en el siglo XV con la invención del tipo móvil, acreditado a Johann Gutenberg de Mainz, Alemania.

El tipo móvil fue la verdadera llave para la publicación de libros y para la mayor disponibilidad de material impreso; un tipo que podía insertarse en la página, imprimirse, desmantelarse y volverse a usar.

En la Europa del Renacimiento, el oficio de la impresión se desarrolló hasta convertirse en la industria que hoy conocemos.



La publicación es la industria que sostiene el diseño de libros, y el significado de la palabra publicación es "declarar ideas pública y abiertamente y hacerlas del conocimiento general".

En esos primeros días, el impresor era la fuerza dominante en el comercio de libros, y controlaba casi todos los medios para publicar: fundición de metales, diseño de tipos, composición, impresión, edición y venta de libros.

Sólo la fabricación de papel y la encuadernación de libros estaban fuera del dominio de los impresores. Actualmente el impresor es el elemento dominante, con la responsabilidad última del texto, diseño y la existencia de un libro.

Las ediciones de bolsillo con tipos claramente legibles y elegantemente diseñadas establecieron los fundamentos de la publicación de libros moderna.

Las influencias importantes en la publicación moderna ocurrieron en el siglo XIX y se relacionaban con los medios de producción masiva.

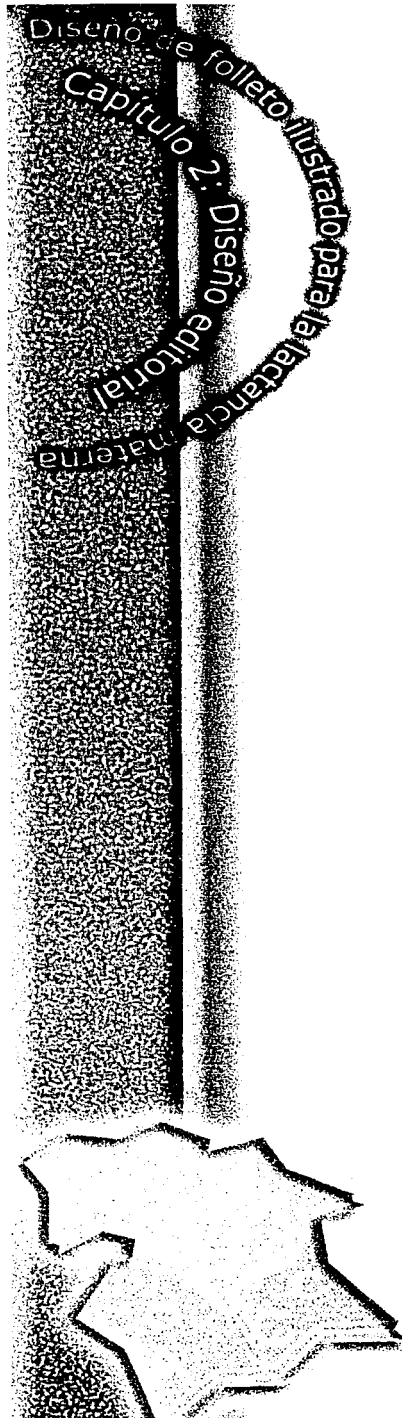
Con la Revolución Industrial llegaron los métodos mecánicos de fabricación de papel, de composición y de impresión que finalmente establecieron la industria editorial que hoy conocemos.<sup>(1)</sup>

### 2.1.1 Deshojando el diseño editorial

Dentro de los diferentes aspectos que abarca el diseño gráfico se encuentra al diseño editorial, que se encarga de satisfacer necesidades de comunicación impresa que necesita un medio escrito e impreso, es decir, libros, folletos, dípticos, trípticos, polípticos, revistas, etcétera.

Se puede decir que esta rama es la más extensa, pues incorpora todos los aspectos del diseño como fotografía, ilustración, texto, diagramación, espacio formato, color, columnas entre otros.





## 2.2 Formato

La elección de espacio formato, es decir, de la forma y el tamaño del material donde figurarán los caracteres, puede utilizarse también para reforzar o aclarar el mensaje.

Los formatos largos y estrechos difieren de los cortos y anchos, del mismo modo que personas de talla producen impresiones diferentes, y la colocación de los caracteres en un formato determinado puede modificarlo por completo.

Una columna para texto e imágenes ofrece pocas posibilidades de mostrar las figuras grandes, pequeñas o de tamaño medio.

Dos columnas para texto e imágenes ofrecen más posibilidades: en la primera columna pueden ponerse los textos, en la segunda las imágenes.

El texto y las imágenes también pueden colocarse en la misma columna, uno encima de las otras o viceversa.

Además, la distribución en 2 columnas puede ser partida de nuevo en una página de 4 columnas.

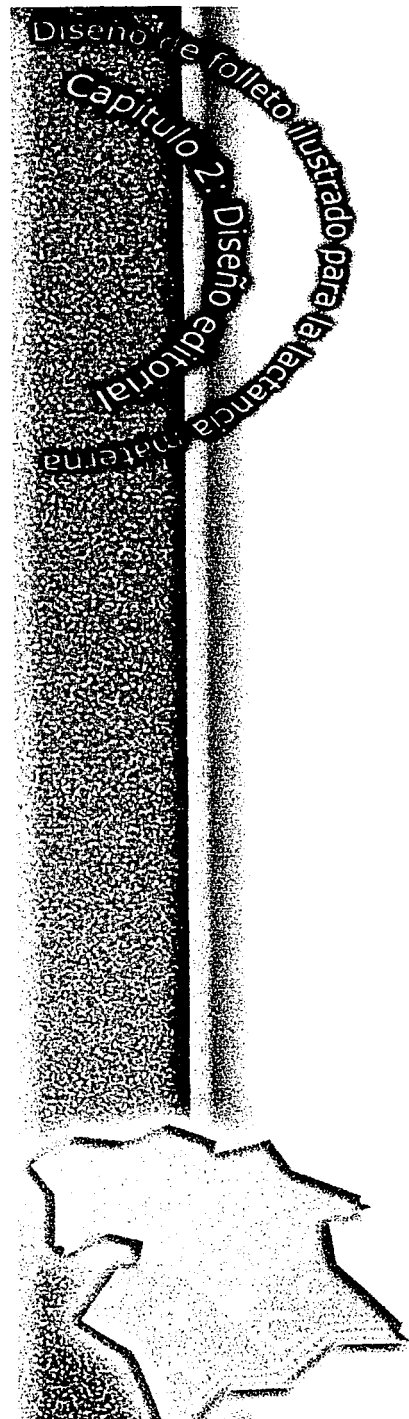
Sucesivamente se pueden ir partiendo las columnas, de 3 en 6, de 4 en 8, y en 16 y más columnas, una forma habitual para la representación de tablas.

La anchura de las columnas influye en el tamaño del carácter por utilizar. Cuanto más estrecha es la columna más pequeña será, normalmente, la carácter.

En una columna estrecha y con letra grande puede ponerse un número demasiado pequeño de letras en la línea.

La distancia normal de lectura es de 30-35 cm entre el ojo y el volante, libro o periódico. A esa distancia debe poder leerse el texto sin esfuerzo.

Después se colocan encima de las divisiones de la retícula y se controla cuántas líneas caben en un campo reticular.



La primera línea del texto en el campo reticular tiene que corresponder exactamente al límite superior del campo, mientras que la última debe encontrarse sobre la última línea de delimitación.

Una vez que se ha llevado a cabo el ajuste entre las líneas y los campos reticulares debe verificarse si el conjunto impreso produce un efecto satisfactorio y estético en relación con el tamaño de la página.

Para ello hay que examinar las proporciones de los márgenes, la relación entre ellos y su relación con y la superficie del conjunto impreso.

Las ilustraciones, dibujos, tablas, cuadros, etcétera, se ajustan también, de igual modo que las fotografías, a los campos reticulares.

Es útil colocar las ilustraciones silueteadas sin delimitación rectangular, de tal manera que el fondo corresponda a un campo reticular.<sup>(2)</sup>

### 2.3 Diagramación

Cuando una superficie bidimensional o un espacio tridimensional se subdividen en campos o espacios pueden tener en algunas ocasiones las mismas dimensiones y en otras no.

Generalmente, estos campos se separan unos de otros por espacios intermedios, con el objeto, por un lado, de que no se toquen las imágenes y se conserve la legibilidad, y por otro, que puedan colocarse leyendas bajo las ilustraciones.

Sin embargo, la diagramación también puede presentarse sin espacios intermedios, con esta subdivisión, en campos reticulares pueden ordenarse mejor los elementos gráficos utilizados.

Una información con títulos, subtítulos, imágenes y textos dispuestos con claridad y lógica, no sólo se lee con más rapidez y menor esfuerzo; también se entiende mejor y se retiene con más facilidad en la memoria.<sup>(3)</sup>

## 2.4 Tipografía

Es todo símbolo visual en la página impresa. Estos símbolos colectivamente se denominan caracteres e incluyen letras, números, signos de puntuación y otros símbolos diversos, como el signo de pesos, el de centavos, el símbolo "&", las fracciones, etcétera.

Las letras se clasifican en altas y bajas. Otros términos se refieren al "aspecto" de los caracteres de imprenta:

**Altura x:** la profundidad del cuerpo central de la letra minúscula por ejemplo: a, r, i, c, etcétera; basada realmente en la letra x.

**Ascendentes:** la parte de las letras minúsculas que se prolonga por arriba de la altura x.

**Descendentes:** la parte de las letras minúsculas que se extiende por debajo de la altura x.

**Línea de base:** la línea sobre la que descansan el cuerpo central y las letras mayúsculas.

**Hueco:** espacio en blanco dentro de una letra.

**Línea fina:** rasgo delgado de una letra.

**Remate:** rasgo final en la terminación del rasgo principal de una letra.

**Interlínea:** es el espacio que separa 2 líneas impresas.

**Intertipo:** es el espacio entre cada letra.

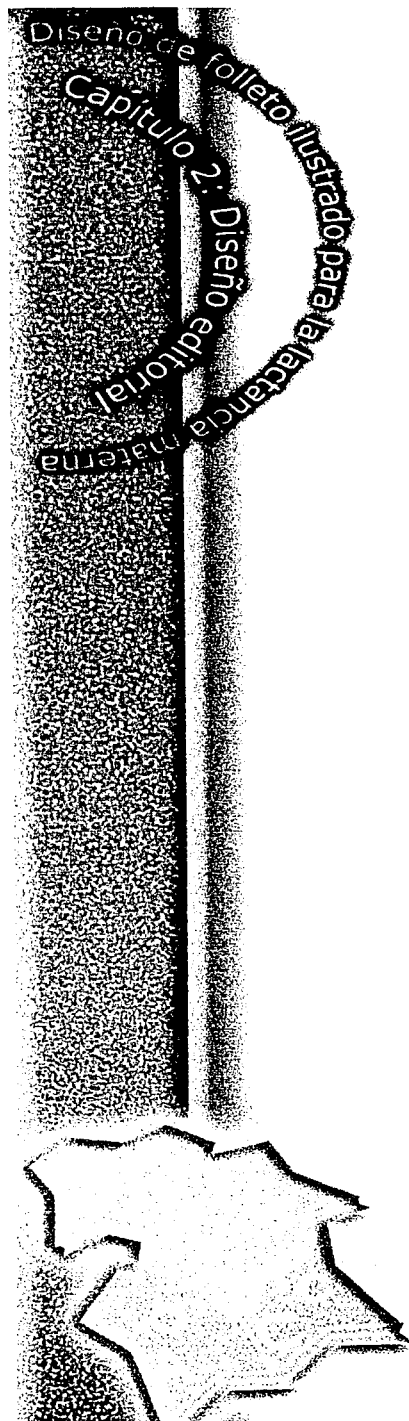
**Espaciado:** es el espacio que separa cada palabra en una línea.

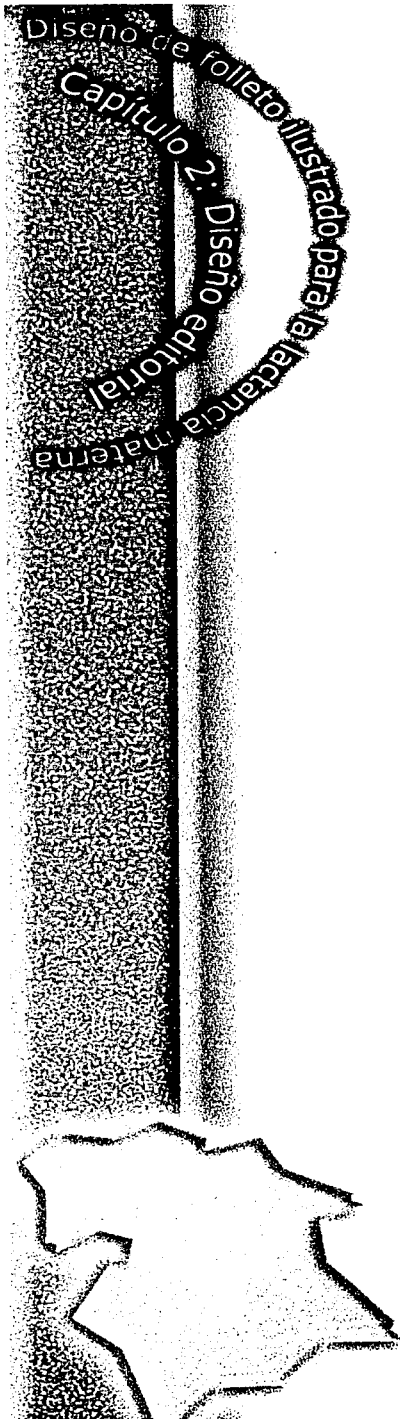
### 2.4.1 Clasificación de los tipos

**Clásica** (estilo antiguo). Son tipos romanos basados en los antiguos diseños holandeses, italianos e ingleses. Son caracteres anchos y abiertos, de fácil lectura, con rasgos acabados en punta y muy poca diferencia entre los trazos gruesos y los finos.

**De transición.** Son letras ligeramente cursivas con el énfasis en los trazos verticales, y gracias más horizontales que las de los tipos del estilo antiguo.

**Palo seco** (sans serif). Se trata de letras sin trazo terminal, de palo. Comparados con otros, son tipos de diseño mucho más uniforme, pero es preciso elegir bien su peso para garantizar la legibilidad del texto.





**Moderna.** El grosor de los trazos verticales contrasta mucho con los finos transversales y las gracias rectas.

**Egipcia.** El grosor de la gracia está en armonía con el de la letra, de manera que resulta un tipo muy uniforme.

**Script.** Se basa en la escritura manual y es un tipo muy elaborado que resulta difícil de leer cuando son párrafos largos.

**Decorativa.** Son tipos ideales para encabezamientos breves, impactantes, pero no sirven para bloques de texto.

#### 2.4.2 Anatomía de la letra

**Espina:** son las líneas o los trazos inclinados.

**Brazo:** son trazos verticales que tienen un solo punto de unión con un fuste.

**Barras de cruce:** son trazos horizontales unidos a 2 partes.

**Panza:** son las líneas curvas en los tipos altos.

**Musca:** son líneas curvas en letras bajas.

**Patines:** son las terminaciones de los fustes en forma triangular o cóncava.

**Ojo de la letra:** son los intersticios de la tipografía.

**Fuste:** con los trazos horizontales de la letra.



Diseño de folleto ilustrado para la infancia materna  
 Capítulo 2: Diseño gráfico  
 estilos de familia (las cu-  
 familia fundamentales)

**División de los tipos**

*Por su figura*

redonda	Todo es relativo
cursiva	<i>Todo es relativo</i>
negrita	<b>Todo es relativo</b>
minúscula	todo es relativo
versalita	TODOS RELATIVOS
versal	<b>TODOS RELATIVOS</b>
gótica	Todo es relativo
romana antigua	Todo es relativo
romana moderna	<b>Todo es relativo</b>
egipcia	<b>Todo es relativo</b>
paloseco o grotesca	Todo es relativo
caracteres de escritura	<i>Todo es relativo</i>

*Por sus elementos*

	recta	N, T, L
	circular	O, Q
asta	semicircular	C, c
	mixta	D, R

*Por su ojo*

gracia	Todo es relativo
fina	Todo es relativo
seminegra	<b>Todo es relativo</b>
negra	<b>Todo es relativo</b>
supernegra	<b>Todo es relativo</b>
estrecha o condensada	Todo es relativo
ancha	<b>Todo es relativo</b>

2.4.3 Tipografía de conformación

**Rectas:** I L E F H T i l

**Quebradas:** A V W N M K k

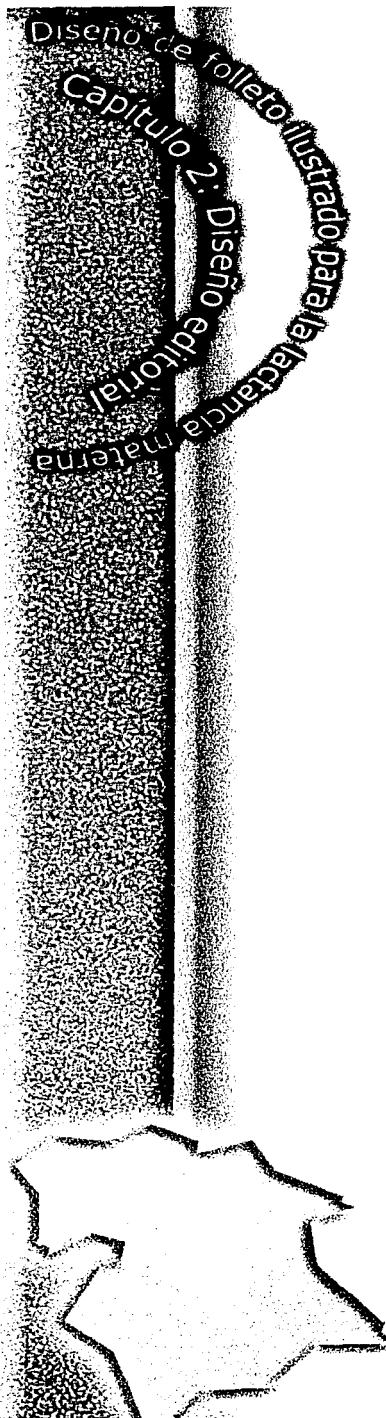
**Curvas:** O Q C a c

**Mixtas:** G D U J P B d p q

**Envolventes:** se va a determinar la envolvente de una familia a partir de la letra más extendida ya sea hacia arriba o hacia los lados y será la letra: X.<sup>(\*)</sup>

2.4.4 Los tipos

Dentro de una determinada familia puede haber cierto número de variedades en amplitud peso y posición, mencionados algunas veces como "estilos tipográficos".



Sin embargo, independientemente de éstos, las características básicas de diseño de la familia permanecen generalmente constantes.

#### 2.4.5 Uso de altas y bajas

Las letras se clasifican en mayúsculas (altas) y minúsculas (bajas). El uso de este tipo de letras ésta determinado por la gramática y el "criterio editorial". En cualquier estilo de caracteres se encuentran altas y bajas.

## México

#### 2.4.6 Uso de redondas y texto en general

El estilo tipográfico normal con frecuencia se denomina común, redondo o general, lo cual significa que no hay variación en amplitud ni peso. Este tipo aparecerá con mayor profusión a lo largo de la obra.

## México

#### 2.4.7 Uso de negritas

Llamados también negrillas o bold, son tipos de trazos más gruesos que el común. Pueden ser cursivas o redondas, mayúsculas o minúsculas. Suele usarse en títulos, subtítulos, cabezas de tablas, pies de figuras, glosario, etcétera.

## México

#### 2.4.8 Uso de cursivas

Se conocen como bastardillas o itálicas; las cursivas son caracteres con el bastón y el ojo inclinados de izquierda a derecha. Los caracteres cursivos en las distintas familias se usan en la composición para destacar algunas palabras o frases en medio del texto y en redondo.

## Grafía *graphos*

#### 2.4.9 Uso de versales y versalitas

Las versales son letras mayúsculas de caja alta. Las versalitas son letras mayúsculas de igual tamaño que la minúscula y del mismo cuerpo, tipo y clase.

Las versales y versalitas se usan para el nombre del autor o de los autores al final del prólogo. Se pueden usar también como una opción en el mercado jerárquico de cabezas.

## MÉXICO

#### 2.4.10 Tipo diferente

Tipo de caracteres diferentes a los usados para componer el texto general, es decir, se trata de redondas también, pero de distinta familia. Se usa principalmente para componer epígrafes, insertos .

## Yo soy feliz Yo soy feliz

#### 2.4.11 Tipo menor

El concepto "menor" se da en relación con el tipo común. Dado que el tamaño del tipo se mide en puntos, el tipo menor tiene menos puntos que el tipo común. El tipo menor se usa principalmente para citas textuales, bibliografía, glosario, índices de contenido analítico, texto de figuras de tablas.

Murray, Ray. Manual de técnicas. Gustavo Gili. Barcelona. 1980

#### 2.4.12 Tipo chico

Como su nombre lo indica, es el tipo de menos puntos que se usa en la composición. El término "chico" va en relación con el común y el menor, o sea, es el más pequeño de los tres. El tipo chico se usa para componer las notas de pie de página y las notas de pie de tabla.

\* Con el dobléz en ángulo recto se logran 8 páginas y se conoce como doblado francés y combinado el dobléz paralelo y en ángulo recto se logran folletos de 12, 16 y 32 páginas\* (16)

## 2.5 Tres párrafos: normal, francés y moderno

Por la importancia que tienen en la composición de notas, bibliografías, índices y demás textos complementarios, lo mismo que de enumeraciones, incisos, cuadros, etcétera, convendrá hablar palabras acerca de las distintas clases de párrafos: normal u ordinario, francés y moderno.

El normal u ordinario es el que usamos en la escritura común, y consiste en un bloque de líneas, de las cuales sólo la primera se sangra.

Se llama párrafo francés al párrafo en que, al contrario de lo que ocurre con el ordinario, se sangran todas las líneas menos la primera. Se usa por lo general en la composición de la bibliografía, donde el asiento se distingue del resto de los elementos justamente porque no va sangrado. También se emplea en los índices especiales, glosarios, enumeraciones, cuadros y otros textos que así destacan los inicios de un bloque de datos y lo separan del siguiente.

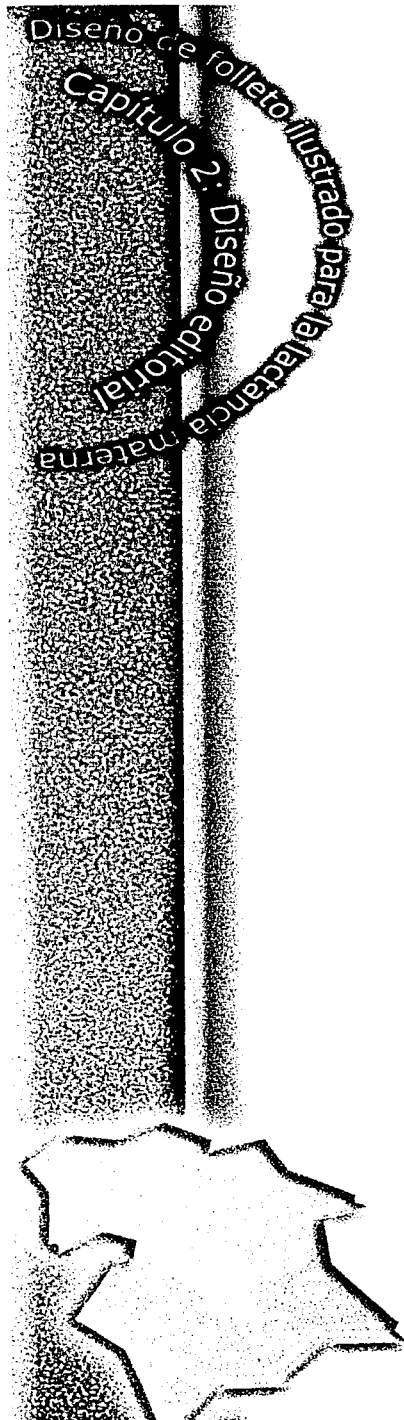
No se utiliza sino excepcionalmente en el cuerpo del original por el desperdicio de papel que implica. Por último, se llama moderno al párrafo sin sangría; algunos lo conocen como americano. En la composición de libros se usa muy poco, pues de no dejar un blanco de seis puntos o de una pica entre uno y otro, se dificulta el paso, durante la lectura, de la línea final de un párrafo a la primera del siguiente.

Si se eliminan los blancos de separación, la escritura se convierte casi en un bloque compacto que mucho recuerda los libros anteriores al invento de comas, puntos y otros signos que facilitan la comprensión de lo leído. Sin embargo, el párrafo moderno se presta para citas, epígrafes, sumarios y textos similares.

### 2.5.1 Notas de pie de página

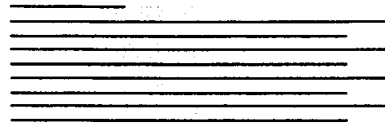
Las notas de pie de página y las llamadas correspondientes se numeran en arábigos, por capítulo (inicia numeración en cada capítulo).

Estas notas se hacen en expediente aparte, mecanografiadas, y se indica con un título el capítulo al que





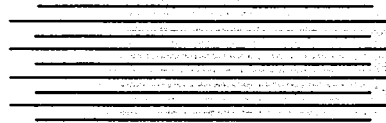
## Ejemplos de tipos de párrafo



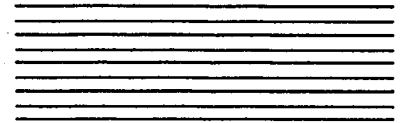
Izquierda



Derecha



Centro

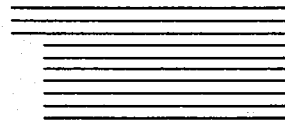
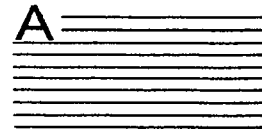


Justificado

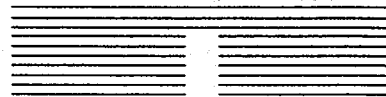


Párrafo común

Párrafo común con capitular enterrada

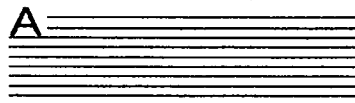
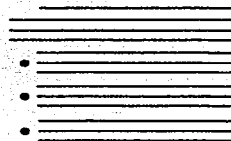


Párrafo en bloque  
(1 y 2)



Párrafo en doble bloque

Párrafo francés 2



Párrafo con capitular semienterrada

corresponden. (Las notas de pie de figura, de cuadro o de tabla no se hacen en expediente aparte, sólo se marcan en tipo chico).

Todas las notas de pie de página se hacen, por norma, en párrafo común, tipo chico. Basta con indicarlo así, una sola vez, al principio del expediente. Las llamadas a pie de página se marcan en voladito y después de los signos de puntuación.

### 2.5.2 Marcado de encabezados

Se entiende por encabezados o cabezas todos los títulos que identifican las divisiones principales del libro (prólogo, índice de contenido, partes, capítulos, secciones, subsecciones, bibliografía, etc), y son los que generalmente aparecerán en el libro impreso con un tipo de mayor tamaño al del texto general.

Las cabezas nunca llevan punto final. (Nunca debe ir texto a continuación de ellas, en punto y seguido, en ese caso serían titulillos).<sup>(5)</sup>

#### **La casa roja**

Es un lugar muy grande y acogedor donde todas las tardes

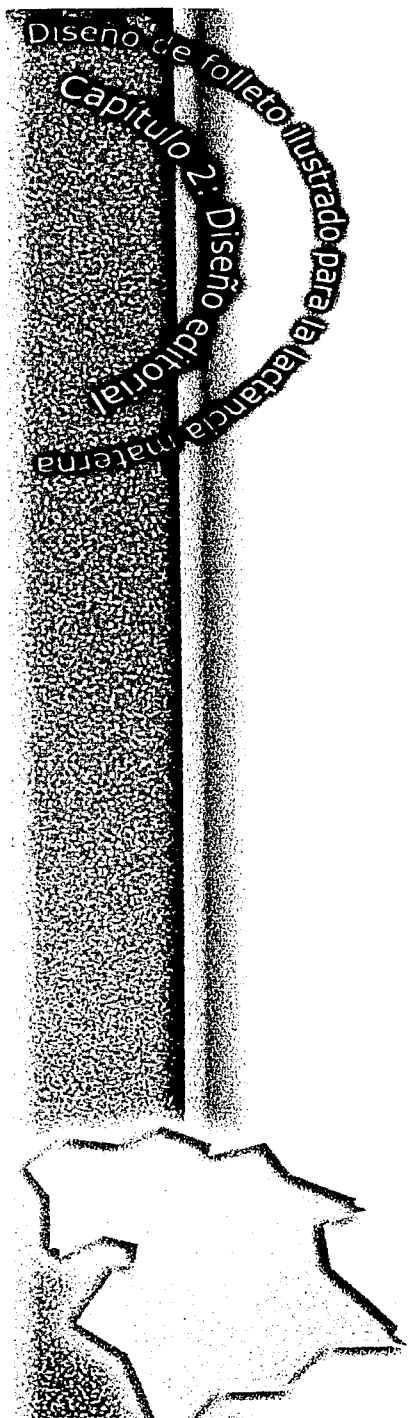
### 2.5.3 Pie

Texto que se sitúa debajo de las ilustraciones o lateralmente para explicar sus contenidos. Suelen componerse en cuerpo menor que el del texto y disponerse en párrafo moderno o alemán (como el ordinario pero sin sangría) en bloque (todas las líneas iguales no recomendable por los problemas que plantea el cuadrar su texto) o en párrafo español (sin sangría y centrando la última línea). No suelen llevar punto final, especialmente en el bloque y el párrafo español.<sup>(6)</sup>

### 2.6 Papel

Materia sólida y seca, que se presenta en forma de hoja fina y se utiliza como soporte de impresión. esencialmente, está constituido por un aglomerado de fibras de celulosa a las que se añaden diversas sustancias que le confieren ciertas características.

Las hojas se cortan en dimensiones fijadas por el uso, lo cual determina el formato.



La fuerza del papel está expresada por la indicación de su peso en gramos por metro cuadrado, lo que se llama gramaje.

Los gramajes más usuales son 64, 72, 80, 90, 100, 112, 125, 140. Se fabrican numerosas clases de papel, destinadas a usos diferentes.

Los que presentan más interés para las industrias gráficas pertenecen al grupo "impresión-escritura". En el curso de su fabricación, se les añaden productos de encolado que impiden a la tinta correrse.

Entre los papeles de impresión, el papel de periódico es el más ordinario. El papel offset está especialmente destinado a la impresión en offset, que no exige una superficie perfectamente lisa.

El satinado por una cara, por el contrario, es liso por una sola cara y se utiliza para carteles. El papel cuché está recubierto, por una cara o por las dos, de una delgada capa mineral aglomerada por un aglutinante que lo hace muy blanco y liso, y que lo dota de mucho brillo.

Su uso, que se impone en tipografía para ciertas impresiones finas con grabados directos, se ha desarrollado considerablemente desde que se utiliza en offset.

El papel posee características físicas, mecánicas y químicas; algunas de ellas presentan gran interés para el impresor.

Entre las características físicas se pueden citar el formato y el peso, el espesor, la mano (que caracteriza la rigidez), el trasluz (aspecto del papel visto por transparencia) y las características de imprimibilidad.

El estado de superficie de un papel está caracterizado por su alisado o su rugosidad, que es contrario, y por su flexibilidad.

Por solidez de superficie se entiende la resistencia opuesta por el papel a la separación de partículas superficiales bajo diferentes acciones.

Las propiedades de absorción y porosidad están relacionadas: dependen del número y dimensión de los poros del papel, que determinan su macroporosidad o microporosidad.

Para el pH, varias medidas son interesantes, según los casos. Es interesante también conocer el pH de superficie, y, más particularmente, seguir la evolución del pH de un agua puesta en contacto con el papel, que está en correlación con los fenómenos de interacción que se producen en offset, durante la impresión, entre el papel y el agua de mojado.

La estabilidad dimensional de un papel es la resistencia que opone a las variaciones del estado del aire, que tiende a modificar sus dimensiones.

En efecto, el agua penetra en el interior de las fibras de celulosa y tiende a hincharlas. Las características ópticas son brillo, blancura y opacidad.

La transparencia de la tinta se aprecia por medio del coeficiente de transparencia, es decir, la relación expresada en porcentaje, entre la cantidad de tinta transferida al papel y la cantidad de tinta depositada en la plancha de impresión.

Las características mecánicas que se tienen en cuenta más a menudo son la resistencia a la tracción, la resistencia al reventamiento, la resistencia al plegado, la resistencia al desgarro. Su conjunto constituye la solidez del papel, que no puede apreciar directamente.

Las características químicas conciernen a la naturaleza de la pasta utilizada en la fabricación del papel, o de la proporción de pastas diversas, y su tenor respectivo en celulosa, en carga y en agua. La resistencia del papel al amarilleo está relacionado con la naturaleza de la pasta.<sup>(7)</sup>

## 2.7 Sistemas de impresión

Los sistemas de impresión son los que permiten la reproducción de un original en un número elevado de ejemplares. Sus orígenes se remontan a los antiguos chinos, quienes elaboraban grabados en madera (xilografía) para su reproducción.

Gutenberg, conocido como el inventor del tipo móvil, revolucionó el antiguo sistema de reproducir libros a mano o manuscritos, haciendo posible la impresión de textos más simplificada y por lo tanto más rápida.

Este gran invento condujo a la prensa plana de tipos fundidos o tipografía en relieve, que dominó como sistema de reproducción por largo tiempo, hasta la aparición de la litografía o reproducción planográfica que dio origen al offset, sistema que desplazó al de relieve y que actualmente es el más usado en el mundo de las artes gráficas.

Estos sistemas se clasifican de acuerdo con sus características en cuatro grupos:

- De relieve:** que incluye, la xilografía, el huecograbado, el rotograbado, el tipo fundido y el nilon print.
- Planográficos:** como la litografía y el offset.
- Serigrafía:** o impresión permeográfica.
- Fotocopiado.**

Cada sistema de impresión utiliza tintas elaboradas especialmente para cada uno. Esto significa que una tinta de offset (grasosa) no es apta para la serigrafía y viceversa.

Puesto que el soporte de la impresión da la matriz al soporte, en muchos aspectos, se hace posible su combinación.

**OFFSET.** El offset es el sistema de impresión planográfica más extendido en la ciudad, ya que ofrece las ventajas de tirajes económicos y de gran calidad.

El principio del offset es el rechazo entre el agua y la tinta grasa, que permite al cilindro portaplanchas tomar tinta en las zonas de imagen y rechazarla en las zonas de blanco que se encuentran húmedas.

El cilindro portaplanchas sujeta una placa de zinc, aluminio, o una aleación de estos dos metales, que tiene grabada la imagen que va a reproducirse.

Estas planchas se preparan aplicando a su superficie una emulsión fotosensible, que se expone a la luz de uno o varios focos de cuarzo o de lámparas de carbón, con el negativo en contacto (emulsión contra emulsión).

Las zonas que reciben la luz (zonas de imagen) quedan endurecidas e insolubles, mientras que las zonas que no la recibieron (zonas de blancos) quedan blancas y solubles.

Un revelado posterior retira la emulsión blanda dejando la plancha al desnudo y apta para recibir agua directamente.

Las zonas de imagen son aptas para recibir tintas con base de aceite y las zonas de blanco para aceptar una ligera cantidad de agua. La imagen de la plancha se translada por contacto una vez entintada, al cilindro de caucho, para que éste, a su vez, imprima el papel sin entrar en contacto directo con la plancha y suprimiendo de esta manera su desgaste y aumentando las posibilidades de tirajes largos y con buena calidad.

De estas características proviene el término offset, que significa impresión directa. Por último el cilindro impresor aplica la presión necesaria entre el papel y el cilindro de caucho para que el primero reciba la impresión correctamente.

Las planchas de offset, una vez empleadas, se envían a la etapa de regraneo, donde se retira la emulsión, que contiene agentes abrasivos, quedando la superficie limpia y con un relieve microscópico uniforme, lista para su reutilización.

**HUECOGRABADO.** El huecograbado es un procedimiento de impresión rotativo que utiliza planchas de cobre con formas en bajorrelieve, diminutas cavidades que varían en profundidad y tamaño, de acuerdo con el tono requerido por la imagen.

En la elaboración de los cilindros se emplean positivos, que se colocan en contacto con la superficie recubierta con una emulsión fotosensible.

El conjunto se expone a la luz de cuarzo o de una lámpara de carbón, como en el offset. La emulsión endurece las zonas claras, quedan blandas las oscuras.

Posteriormente el cilindro se graba en un baño de agua destilada con percloruro de hierro, que ataca al cobre, grabándolo y creando alveolos receptores de tinta.

Después del grabado se lava el cilindro con agua, se desengrasa y se nivela su superficie, dejándola ya en condiciones de imprimir.

Después de la impresión, el cilindro es recubierto de nuevo con una capa de cobre, por medio de un proceso electrolítico. Esto permite su reutilización completa para otros tirajes.

Con este sistema es posible hacer considerables tirajes a una gran velocidad y con una excelente calidad. Por esta razón, los periódicos lo emplean para imprimir las partes a colores de sus diferentes secciones y suplementos.

El huecograbado admite la impresión sobre superficies difíciles, como los papeles satinados o las películas plásticas, puesto que es permite el uso de tintas con solventes muy enérgicos, imposibles de usar con otros sistemas de impresión.

**PRENSA PLANA.** La prensa plana es el sistema de impresión más antiguo, también conocido como impresión en relieve o impresión tipográfica directa.

Aquí, los textos se arman directamente en tipos fundidos o líneas de tipografía caliente (linotipia) que imprimen, previamente entintadas, el papel.

Las fotografías o imágenes, se trabajan aparte, grabando placas de zinc con negativos tramados, para obtener clichés o matrices de impresión en relieve

que se arman en conjunto con los tipos fundidos o con los linotipos.

Aunque este sistema de impresión alcanzó un gran desarrollo a principios de este siglo, el perfeccionamiento del offset lo ha ido desplazando debido a sus limitaciones: el proceso es lento en la formación, corrección e impresión, el desgaste de los tipos es grande y presenta dificultades para imprimir cuatricomías.

**SERÍGRAFIA.** La serigrafía emplea un marco sobre el que se tensa una malla, donde las zonas de blanco han sido bloqueadas para impedir el paso de la tinta.

Las zonas de imagen quedan con la trama de la malla abierta y, mediante el desplazamiento de un rasero sobre la cara superior de la malla, la tinta es obligada a pasarla para imprimir en el soporte.

La imagen de la malla se puede lograr mediante un recubrimiento fotosensible y la exposición a la luz con positivos de alto contraste en contacto con la emulsión, que endurece las zonas de blancos y dejan blanda la zona de imagen, para después ser barridas con chorros de agua.

También puede bloquearse manualmente con pincel y una goma insoluble a los solventes de las tintas, o mediante película de recorte que después se adhiere a la malla disolviéndola con thinner.

Este procedimiento ha cobrado gran importancia en últimas fechas ya que la calidad de impresión y la riqueza de color son insuperables.

Con este sistema también se puede imprimir sobre superficies cilíndricas o curvas, imposible de hacer con los otros sistemas de impresión, y en superficies como: vidrio, metal, plástico, telas, madera, hule, etcétera.

**FOTOCOPIADO.** Este sistema permite la reproducción de un original sin que sea necesario emplear negativos o positivos de alto contraste ya sean línea o medios tonos.

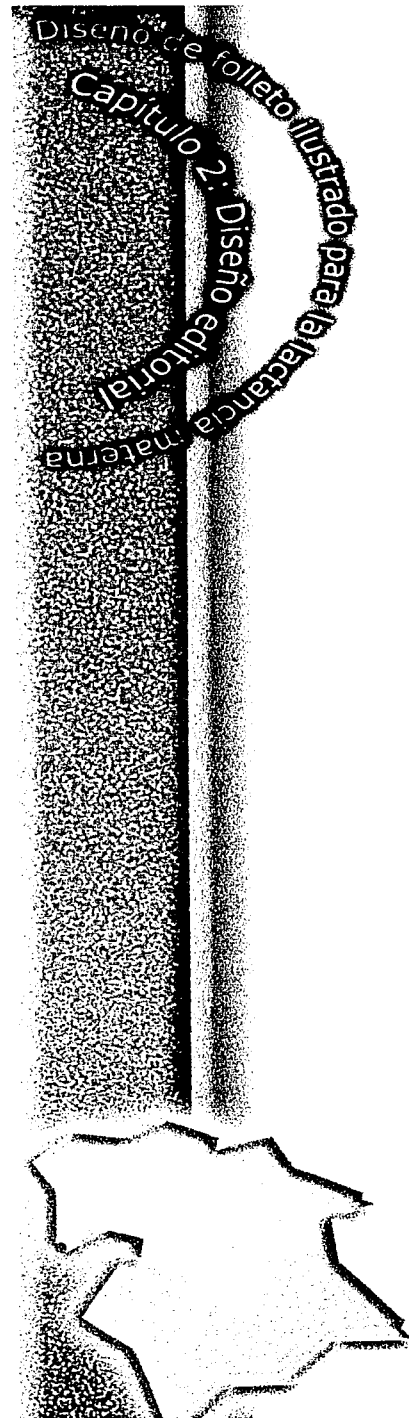
Esta ventaja resulta costeable cuando el número de ejemplares del tiro no es grande, esto es, no más de 200 ejemplares en tamaño carta, ya que los costos por unidad son muy elevados.

La "impresión" se logra mediante un campo electrostático en las zonas de imagen que atraen la tinta (que generalmente es en polvo) y la fijan al papel.

Antes de salir de la máquina, el papel pasa por un conjunto de cilindros que, mediante el calor, funden el polvo sobre el soporte, dejándolo permanente.

Su principal desventaja es la imposibilidad de usar colores, que no sea el negro que es el de más uso. Aunque en la actualidad existen máquinas que ofrecen la posibilidad de otros colores, su difusión aún es limitada.





En México ya existe el fotocopiado en colores, sin embargo, el proceso es muy caro y de resultados cromáticos imperfectos.

## 2.8 Acabados

Una vez hecha la impresión, los pliegos pasan por un conjunto de operaciones llamadas acabados, y que comprenden: doblez y corte del papel, barnizado, foliado, suajado, laminación y encuadernación.

Este proceso le da al trabajo la presentación final, de acuerdo con el plan trazado. Por lo general, cada trabajo precisa de acabados específicos, algunos no requieren barnizado o suajado, y otros no llevan ningún tipo de acabado.

**BARNIZADO.** Se puede aplicar una capa de barniz con la impresión terminada para hacerla más brillante y protegerla de la abrasión y los agentes ambientales.

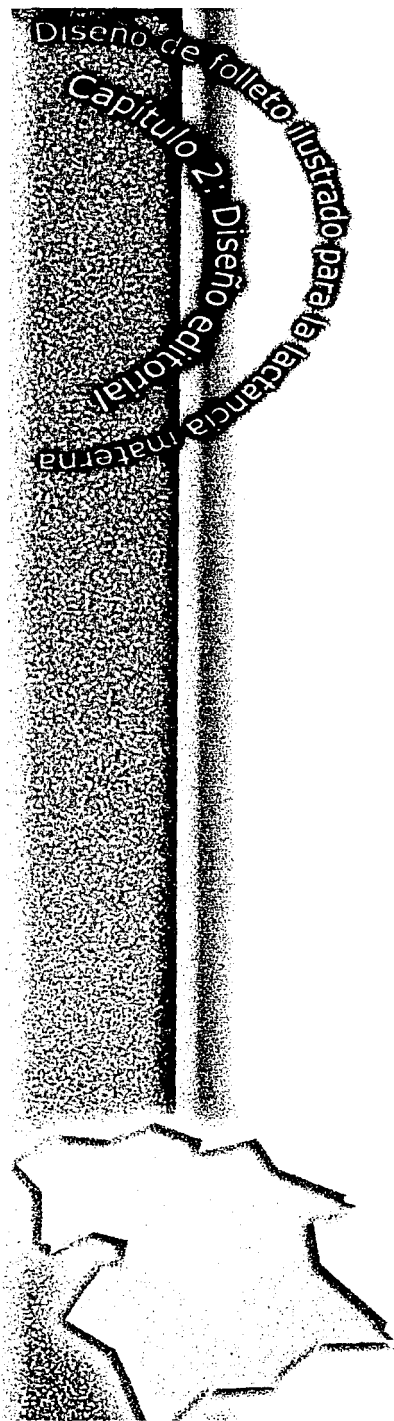
El barniz se aplica en la misma máquina de offset y puede abarcar la totalidad del pliego para hacerlo más brillante, o bien, sólo algunas zonas para resaltar determinadas páginas o partes específicas de éstas.

Cuando el barniz se aplica selectivamente sobre el papel mate o semimate, la parte barnizada destaca del conjunto dándole un atractivo adicional al impreso.

**DOBLEZ Y CORTE DE PAPEL.** Cuando el papel está impreso, el siguiente paso es doblarlo en cuadernillos y agruparlos para formar un folleto, revista o libro.

Después del doblez se hace el corte en los bordes del papel sobrante. Este procedimiento se llama refinado o refileado, y deja el impreso del tamaño planeado, con sus cortes perfectamente alineados y listos para la encuadernación.

Cuando no es éste el caso, se procede a cortar directamente el pliego en las partes requeridas por el trabajo. En ciertos casos, después del corte se dobla el soporte, ya sea a mano o a máquina para darle el tamaño final.



**FOLIADO.** El foliado o numerado normalmente se emplea en impresos que, por sus características, deben ser llevados bajo control, tales como boletos, talonarios, vales, facturas, etcétera.

Este tipo de trabajo se realiza en máquinas foliadoras, o en una prensa plana preparada para el efecto, ya sea que se realice la impresión al mismo tiempo o que esté arreglada para foliar el papel ya impreso, de esta manera, se numera pieza por pieza.

La numeración requiere de gran cuidado por parte del impresor, para evitar la omisión o repetición de un número. Aun así, es deseable que antes de la entrega definitiva del trabajo, éste sea revisado meticulosamente por el diseñador para anular problemas posteriores.

**SUAJADO.** Se le llama así a la operación de cortes y dobleces especiales dentro de un soporte de impresión; se le conoce como troquelado.

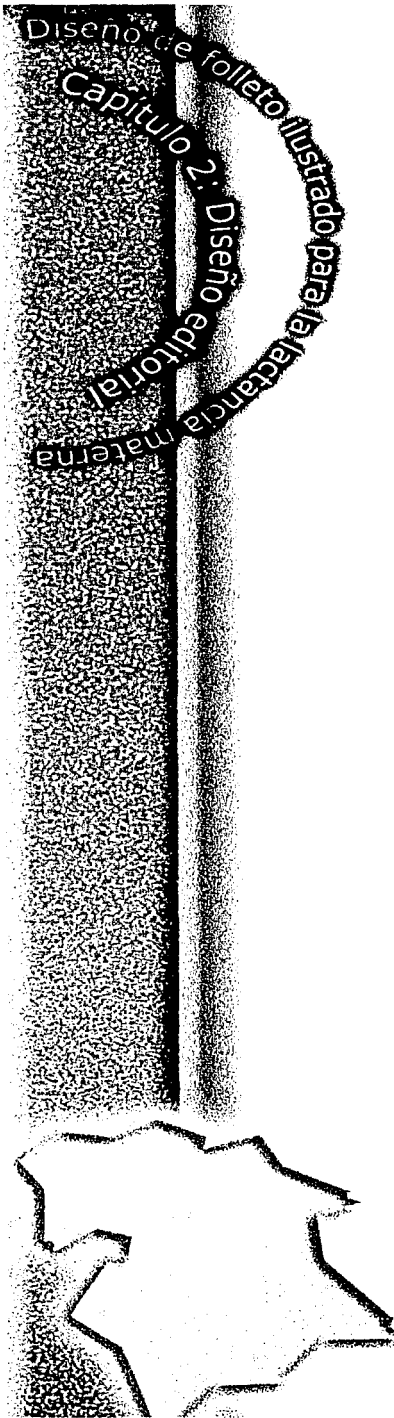
Para hacer un suaje es necesario partir de un plano del trabajo que permita su correcta elaboración y así impedir que el corte quede fuera de su lugar.

El suaje está constituido por una lámina donde se insertan unas placas de metal que pueden ser de dos tipos: cuando tienen filo, cortan el soporte, y cuando no, solamente marcan el soporte para facilitar el dobléz.

Con este sistema el suaje tiene doble función: cortar y marcar el dobléz en la misma operación, y dejar listo el material para

acabados posteriores. El suaje se emplea, sobre todo, en trabajos de fantasía (tarjetas de felicitación, invitaciones) o en el acabado final de etiquetas, folders, calcomanías, etcétera.

**LAMINACIÓN.** El proceso de laminación incorpora una delgada película de plástico a la superficie del soporte ya impreso, por medio de adhesivos y calor. La laminación o plastificado le da mayor rigidez al soporte, resistencia a la abrasión y la humedad, y brillo que hace más atractiva la impresión.



**ENCUADERNACIÓN.** Es el tipo de acabado más común después de la impresión. Dentro del término se engloban todas las maneras de reunir en bloque los cuadernillos resultantes del plegado para formar revistas, folletos o libros.

**RÚSTICA.** Tipo de encuadernación ligera en la que el libro, luego de cosido y prensado, se recubre con una cubierta de papel fuerte o cartulina, encolada al lomo.

**TAPA SUELTA.** Tipo de encuadernación en la que las tapas son de cartón forrado con papel que imita tela. Es un tipo de encuadernación muy apropiado para libros de pequeño formato, y tanto la tapa como el lomo se pueden imprimir.

En algunos casos se emplea tela o keratol, con impresión en relieve que le da mejor presentación. Se le pega al lomo una tela que abarca una parte de los cartones de las tapas aumentando la flexibilidad y resistencia al doblez continuo.

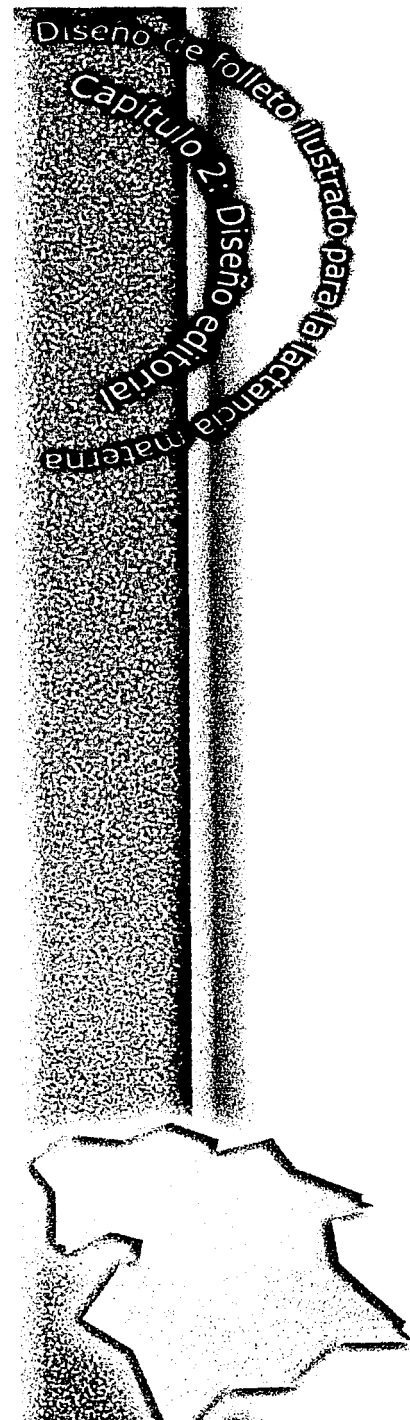
Las ediciones que usan esta encuadernación están planeadas para durar más tiempo y tener una mayor resistencia al manejo. Tal es el caso de los libros de bibliotecas o lugares de consulta.

**CABALLO.** Se le conoce así porque los pliegos se van montando o encajando unos sobre otros en la secuencia correcta, para después ser unidos en una cosedora mecánica con una o dos grapas del lado del doblez del pliego.

De esta manera se pueden coser hasta unos 25 pliegos, 100 páginas, cómodamente, sin afectar la apariencia del impreso. Este sistema es ideal para revistas, folletos y catálogos, por su bajo costo y rapidez de elaboración.

**ENGARGOLADO.** También llamada encuadernación plástica, ya que une páginas sueltas con un "gusano" o tira de plástico con anillos, que atraviesa el papel previamente perforado con una máquina especial.

Con este sistema, es relativamente fácil unir hojas sueltas impresas, fotocopiadas o manuscritas que, de otra manera, sería impráctico o costoso encuadernar. Por su alto costo y lentitud de elaboración es conveniente emplearlo para pocas piezas.



**ESPIRAL.** Es muy usado para cuadernos escolares de todo tipo y para algunas clases de folletos y catálogos, ya que permite la apertura total de las dos páginas y un intenso manipuleo, sin que haya deterioro.

**POSTES.** Los postes son metálicos o de plástico, con un tornillo que cierra sus extremos para atrapar un bloque de hojas. Este proceso es relativamente sencillo, aunque lento.

Es poco usado por la dificultad para abrir las páginas así encuadradas, sin embargo es de gran resistencia. Un sistema análogo emplea un "caimán" o broche metálico que amarra las hojas con dos láminas alargadas, que se aseguran con dos correderas, también de metal.<sup>(8)</sup>

## 2.9 Originales mecánicos

El original es el modelo, el texto íntegro incluidas las ilustraciones que habrá de reproducirse. En otras palabras, es el conjunto de papeles, sean manuscritos, impresos o mecanografiados, que servirán de guía durante la composición y etapas del proceso editorial. Así pues, el original es original aunque sea copia sin importar si se ha publicado diez veces.

Hay dos tipos o clases de originales: el literario compuesto por las hojas escritas, el texto propiamente dicho; y el gráfico, donde caben las ilustraciones en general, como fotografías, dibujos, mapas, etcétera.

Uno y otro deben sujetarse a ciertas normas con objeto de facilitar el trabajo. La primera condición que debe reunir un texto es la legibilidad. Dicho así parece poco, pero este concepto comprende forma y fondo.

Los originales de las ilustraciones (fotografías, dibujos, mapas, etcétera.) deben presentarse sueltos y separadamente del texto.

La información se complementa ahora diciendo que las imágenes han de clasificarse con un número o letra que deberá corresponder al empleado en el pie explicativo.

La ilustración, por su parte, explica el texto, complementando gráficamente, ilustra con imágenes concretas lo que con palabras resultaría más largo y tal vez menos claro.

Diseño de folleto ilustrado para la lactancia materna  
Capítulo 2: Diseño editorial

Conviene que el autor seleccione el material gráfico buscando la mayor comprensión de su texto, más bien que adornar las páginas a lo largo de la obra. No hay normas sobre la cantidad de ilustraciones que deba llevar un libro, pues ello depende, entre otras cosas, del tema y su tratamiento, así como del público al que se dirige. Debe cuidarse, en todo caso, la armonía entre escrito y figuras.

Lo mencionado anteriormente corresponde a la manera tradicional de entregar y hacer un original mecánico, en la actualidad, con los avances tecnológicos se ha logrado ahorrar tiempo, con la computadora y todos los programas que hay sobre edición (page maker, quark express entre otros) además de los programas que trabajan imágenes junto con el escaneo de éstas prácticamente se entrega el libro, folleto, cartel o el medio impreso que se vaya a reproducir tal cual va a quedar.

La información junto con las imágenes se entregan en un diskette, en el cual vendrá grabado: el nombre del archivo, con el respectivo texto e imágenes ya acomodados y corregido, la (s) familia (as) tipográfica (as) que se ocuparon, y las imágenes con sus respectivos nombres.<sup>(9)</sup>

## Citas bibliográficas

- (1) Jennings, Simon. Guía del diseño gráfico para profesionales. México. Trillas. 1995.
- (2) Müller-Brockmann Josef. Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos. Barcelona. Gustavo Gili s.a.1982.
- (3) López Villegas, Samuel Aaron. Diseño de un folleto informativo para el INEA orientado a motivar la participación social de estudiantes de diseño gráfico y carreras afines. ENAP. 1993. Tesis.
- (4) Apuntes de 5 y 6 to. Semestres de la clase de diseño, impartidos por la prof. Elisa Vargas.
- (5) Manual de marcación tipográfica. México. Trillas. 1999.
- (6) (7) John Dreyfus. Diccionario de la edición de las artes gráficas. Fundación Germán Sánchez Ruiperez. España. Biblioteca del libro. 1990.
- (8), (9) Castell Sánchez, Carlos Orlando. El diseño editorial aplicado al folleto de maestrías de la ENAP. ENAP. 1990. Tesis.
- (10) Zavala Ruiz, Roberto. El libro y sus orillas. México. UNAM 1998.

Diseño de folleto ilustrado para la  
Capítulo 2: Diseño editorial  
la edición de la ENAP



Diseño de folleto ilustrado para la lactancia materna  
Capítulo 3: El folleto



### 3.1 Antecedentes del folleto

El folleto, junto con otros medios impresos, fue desarrollándose con base en las necesidades de comunicación diversas épocas.

A principios del siglo XVII, la burguesía reclamaba el derecho de ser informada acerca de los movimientos sociales que se suscitaban. Esto era posible mediante la publicación periódica de hojas sueltas, origen de la prensa diaria, el cartel y el folleto como vehículos de información pública.

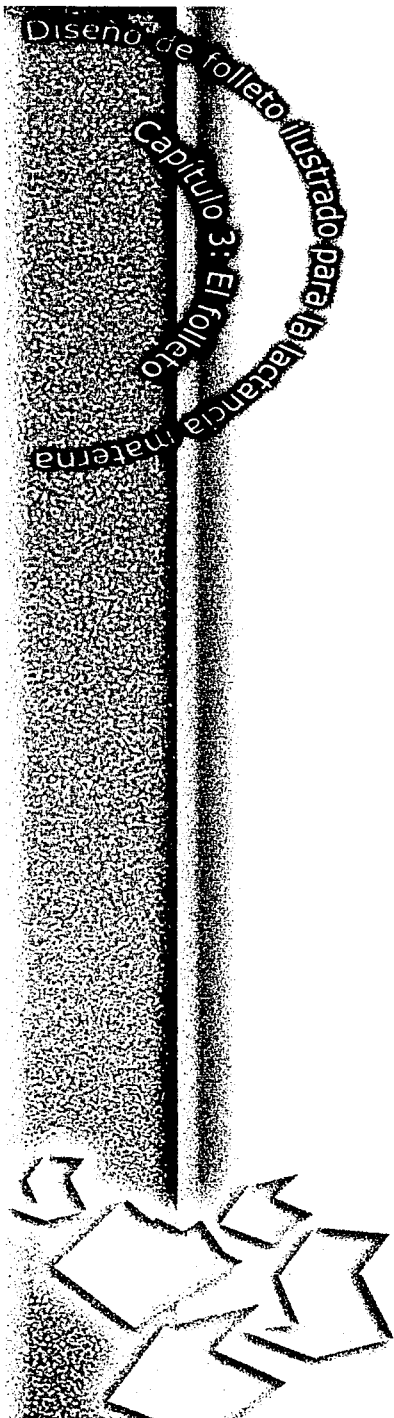
En un principio se empleaba la rudimentaria técnica de imprimir las ilustraciones en negro, para después colorearse a mano. En 1719, el grabador Leblon editó un tratado titulado "Nuevo método para reproducir por impresión imágenes en sus colores naturales" en el que se sientan las bases de la impresión a color. En el siglo XX, William Morris reflexiona y experimenta sobre la unidad, la simetría y el orden compositivo dentro del diseño de una página.

Varios arquitectos y diseñadores gráficos trabajaron el folleto sin aportar algo nuevo, hasta que en 1925 se da un cambio significativo en los impresos de la Bauhaus, ya que en éstos se emplean los elementos convencionales del diseño (tipos, filetes, viñetas, etcétera) con una aproximación más intensa hacia el impacto visual.

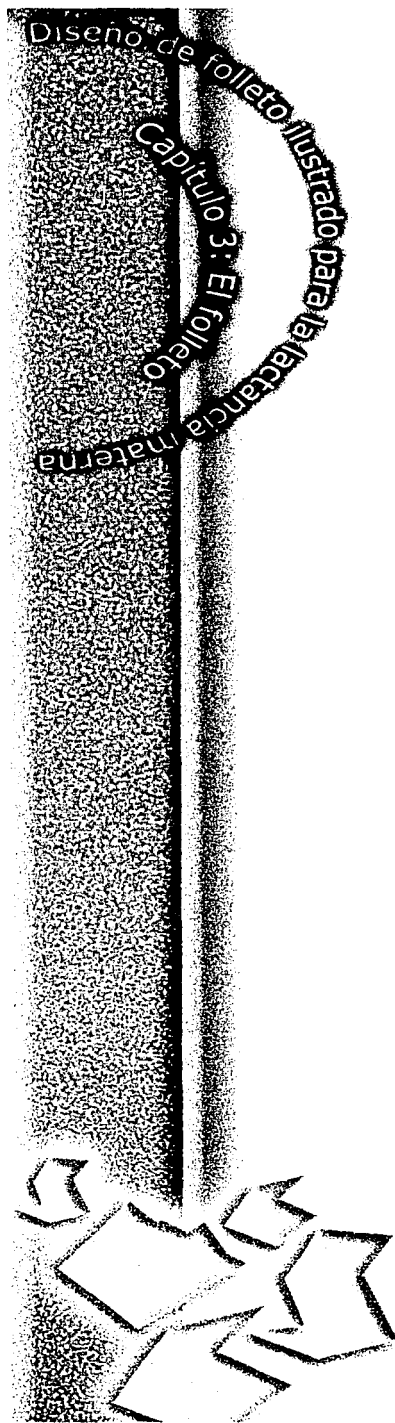
Es decir, la Bauhaus empezó a tomar en cuenta el hecho de que la forma, el formato, el color y la disposición de los materiales tipográficos poseen una gran eficacia visual.

Desde entonces se ha dado un gran desarrollo en todos los medios gráficos. El folleto es poco nombrado, sin embargo, ha sido siempre utilizado para informar y apoyar la promoción de eventos políticos, sociales y culturales.

En la actualidad, el folleto es uno de los medios gráficos más utilizado por empresas e instituciones para casi todo tipo de trabajos, ya sean publicitarios o propagandísticos; y cada día se exploran nuevas propuestas en su composición, elaboración y contenido.







El folleto tiene su origen en el cartel, que se utiliza en campañas cuyo sector de posibles consumidores es muy diverso y que además, reúne las potencias de varios medios publicitarios.

El cartel afirma en un grito por medio de una representación atractiva estableciendo una fuerte acción de recuerdo, la existencia de algún evento u oferta. La circular aclara los términos de un anuncio de prensa y habla concretamente de las condiciones de venta y servicio.

El folleto resume la acción de los tres medios. Reúne la fuerza de la imagen de un cartel y el texto directo del anuncio de prensa, aumentando indicaciones y explicaciones más particulares a manera de circular.<sup>(1)</sup>

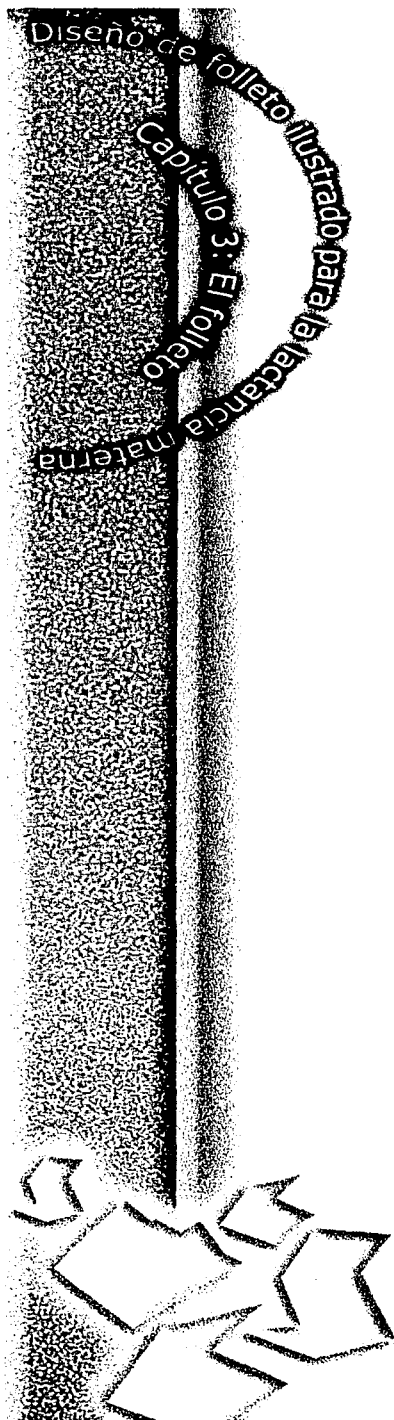
### 3.1.1 Descubriendo el folleto

Un tipo de soporte gráfico con una demanda constante es el folleto, un medio de promoción y difusión rápido que llega directamente a las manos del público.<sup>(2)</sup>

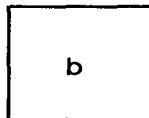
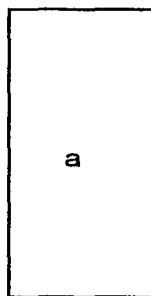
El folleto es un auxiliar de campañas publicitarias permite describir los antecedentes, características, resultados y ventajas del producto o lugar, y enriquecerlo con fotografías o ilustraciones para conducir al lector hacia el lugar o producto que se promueve, y crearle la impresión, de eficiencia, economía, belleza, limpieza, etcétera.<sup>(3)</sup> Para asegurarse de que el folleto será leído y comprendido, debe redactarse desde el punto de vista del lector.

Además es un excelente medio que proporciona al diseñador la posibilidad de explorar la diagramación y el formato de una revista en menor escala.<sup>(4)</sup>

Físicamente, el folleto es un pequeño cuadernillo, varía de 4 a 48 (los libros normalmente tienen más de 49 páginas) y debe ser divisible entre 4 ya que para su formación se basa en los dobleces, es decir, una sola hoja doblada se convierte en una signatura de 4 páginas; dobladas nuevamente en ángulo recto se convierte en una signatura de 8 páginas y así sucesivamente; su formato puede ser vertical u horizontal.<sup>(5)</sup>

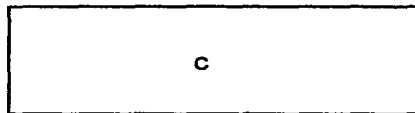


Los libros son encuadernados con cubiertas más permanentes, son de naturaleza literaria o científica, mientras que el contenido de los folletos tiende a reflejar intereses promocionales.<sup>(6)</sup>



Formatos:

- a) rectangular vertical
- b) rectangular horizontal
- c) cuadrangular



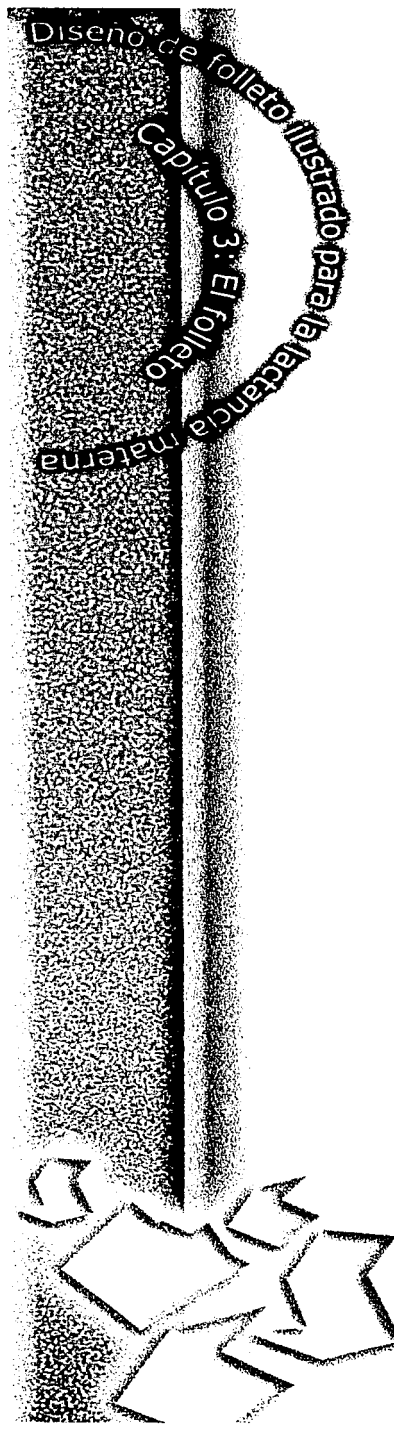
En un libro, cuyo manejo se despliegue a través de páginas subsecuentes, debe mantenerse una continuidad de estilo por parte del diseñador, quien trabaja con unidades de páginas individuales o unidades de páginas opuestas.

La disposición de elementos de un folleto, por el contrario puede diferir de una página a otra, se puede imprimir rebasado o sin imagen es posible variar sus márgenes y utilizarse libremente titulares y colores.

Pero también es factible realizar un folleto aplicando la tradición y la formalidad.<sup>(7)</sup> El folleto permite jugar con la posición de las imágenes, como fotografías o ilustraciones; el diseñador puede hacer uso de su creatividad explotándola al máximo, puesto que no tiene tantas limitaciones técnicas para poder lograr un diseño armónico y atractivo al público.<sup>(8)</sup>

Los factores que favorecen el uso de un folleto son:

- Un texto prolongado que requiere continuidad en las presentaciones.
- La necesidad de varios ejemplos ilustrativos.
- Material altamente técnico.
- Material de catálogo.<sup>(9)</sup>



### 3.1.2 Tipos de folleto

El folleto tiene variables, puede ser pequeño, grande, barato, caro, con o sin ilustraciones, fotografías, etcétera. Estas variables dependen de lo que se anuncie o promueva, pero siempre deben ser adecuadas a su tema y adaptadas al lenguaje y estilo del lector.

Un folleto describe un servicio, producto o lugar, y ayuda a vender; adicionalmente, debe transmitir la calidad y las características del servicio o mercancía descritos para obtener un mejor resultado.

Dependiendo del mensaje que lleva y de su finalidad, los folletos se clasifican de la siguiente manera:

<i>Publicitario</i>		<i>Publicitario</i>
<i>Informativo</i>		
<i>Cultural</i>	<i>Folleto</i>	
<i>Educativo</i>		<i>Propagandístico</i>

**Publicitario:** se utiliza para presentar las ventajas y lugares de venta de un producto, con una extensión mayor que la empleada en otras formas de publicidad. Pueden incluir información acerca de la producción y manejo del producto.

**Propagandístico:** invita o convoca a la participación de actos públicos, sin tener otra finalidad más que la de difundir el mensaje, y provocar una reacción favorable en el receptor.

A su vez, los folletos publicitarios y propagandísticos se dividen en:

**Informativo:** presenta sin que sea necesario detallar características de un producto o servicio en especial, y su finalidad es, como su nombre lo indica, informar.

**Cultural:** su finalidad es comunicar mensajes de tipo cultural o de promoción para actos, como obras de teatro, exposiciones, conferencias, etcétera.

**Educativo:** presenta un mensaje destinado a instruir a las personas acerca de una actividad o tema específico y no precisamente para vender o promocionar un producto.

## Ejemplos de diferentes tipos de folletos

Diseño de folleto ilustrado para la infancia materna  
 Capítulo 3. El folleto

### Folletos culturales

1. Exposición de fotografías en b/n titulada "partes númericas"
2. Exposición de fotografías a color titulada "ruidos en color"



NUMERICAS  
 FOTOGRAFIA  
 Negro  
 1



ruidos  
 color  
 FOTOGRAFIA  
 Sergio Carlos Rey  
 2

### Folletos informativos

1. Folleto de bancomer sobre la afore
2. Folleto del IFE sobre los observadores electorales en las casillas.



AFORE  
 Bancomer  
 Informa  
 1



2

### Folletos educativos

1. Folleto del gobierno del Distrito Federal sobre la poda de árboles
2. Folleto del la SEP sobre el año escolar relación padre de familia y maestro.



1



2

Diseño de folleto ilustrado para la lactancia materna  
Capítulo 3. El folleto

Puede tratar por ejemplo sobre el uso adecuado del agua, sobre ejercicios terapéuticos, etcétera.<sup>(10)</sup>

Derivado del folleto son el díptico, tríptico y el políptico ambos están compuestos por dobleces, el díptico sólo consta de un doblez a la mitad de la hoja a 90°, mientras que el tríptico como su nombre lo indica está dividido en 3 partes por lo que su ensamble se hace a partir de 2 dobleces, que al desplegarse toma el formato en que originalmente fue impreso.<sup>(11)</sup>

A estos folletos se les llama también plegables, por estar compuestos de dobleces. En el plegable tiene una repercusión directa el procesamiento de la información, ya que al igual que el folleto, está integrado por páginas. La ordenación en serie de estas páginas no es tan rígida como la de los folletos.<sup>(12)</sup>

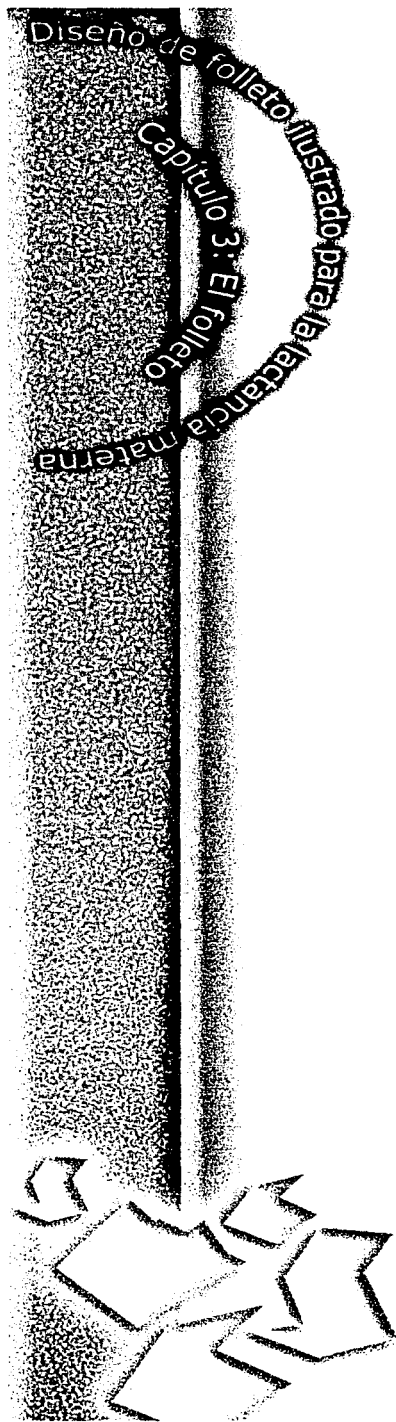
La página frontal debe ser simple e impactante, y directamente relacionada con las páginas siguientes. Éste es el lugar ideal para un mensaje de venta sencillo y atractivo. No existen parámetros para su elaboración pues su formato es muy variado; a veces se utiliza suaves y cortes especiales para darle un giro diferente.<sup>(13)</sup>

En términos generales, la pieza plegable puede recibir cualesquiera de los llamados dobleces de carta. Estas piezas son normalmente de 21.6 x 28 cm, 24 x 30.5 cm ó 21.6 x 35.6 cm. El doblez de carta es aquél que reduce las piezas a un tamaño que entre en el sobre carta.

Además de estos plegables de tamaño más común se encuentra el plegable de tamaño gigante que normalmente es de 48 x 63.5 cm y hasta de 63.5 x 96.5 cm antes de recibir el doblez. El resultado es un sorprendente desplegado centrado en una sola idea. El doblez de carta da como resultado plegables de 4, 6, 8, y 10 páginas.<sup>(14)</sup>

4	3	2
5	6	1

Hojas listas para ser dobladas y convertidas en un folleto de 6 páginas.



Los dobleces pueden ser de 2 formas:

- El paralelo, cuando los dobleces son paralelos entre sí.
- En ángulo recto, cuando el segundo dobléz forma un ángulo de 90° con el primero.

Con un solo dobléz se logra un folleto de 4 páginas con un dobléz plegado paralelo se obtiene un folleto de 6 páginas. Cuando se hace una serie de dobleces paralelos, cada uno de ellos en sentido contrario al anterior, conseguimos lo que se denomina un acordeón.

Con el dobléz en ángulo recto se logran 8 páginas, lo que se conoce como doblado francés, combinado el dobléz paralelo y en ángulo recto se logran folletos de 12, 16, y 32 páginas.<sup>(15)</sup> El plegable es adecuado, por otra parte, cuando existen estas condiciones:

- Cuando es necesario presentar una serie de ilustraciones como los diferentes modelos de un producto.
- Si el texto es corto pero divisible.
- Cuando es necesario crear una impresión de clímax.
- Son requisitos la velocidad de producción y la economía. La producción de folletos significa realizar operaciones de doblado y encuadernado adicionales que toman tiempo, mientras que los plegables pueden ser enviados por correo tal como salen.
- Se exige poner el pie de imprenta.<sup>(16)</sup>

El prospecto suele ser una hoja de papel impresa por una cara o por las dos puede presentarse plana o ser cosida, de serlo se convierte en folleto.<sup>(17)</sup>

### 3.1.3 Partes que componen un folleto

El folleto tiene cuatro partes fundamentales que son:

**Primera de forros:** debe ser como un pequeño cartel, pues ha de ser gráfica y expresiva, que llame la atención e invite a leer el contenido del folleto.

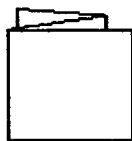
**Segunda de forros:** se usa como introducción del mensaje publicitario por medio de una pequeña ilustración o texto, en algunos casos se utiliza como índice y otras veces se deja en blanco.

**Tercera de forros:** esta parte del folleto se utiliza, por lo general, para el cierre de la argumentación o para las conclusiones, puede utilizarse también para datos generales o dejarse en blanco.

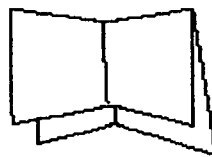
**Cuarta de forros:** es el final del folleto, en donde, como último mensaje se coloca el emblema de la compañía, la dirección de la empresa, pie de imprenta, etcétera.<sup>(18)</sup>

En el caso del plegable que como ya se mencionó anteriormente, está compuesto por dobleces, cada doblez es una división que equivale a una pequeña hoja, que contiene cierta información. Cuenta con portada en la cual se hace alusión al producto de una manera atractiva que llame la atención y contraportada en la que se imprimen el pie de imprenta y los datos correspondientes a la compañía.

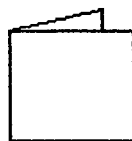
**Dobleces**



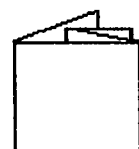
*Doblez en paralelo*



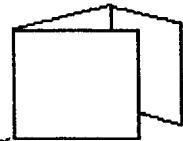
*Doblez en paralelo y en ángulo recto*



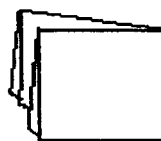
*Doblez simple de 4 páginas*



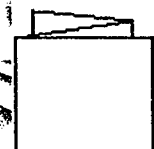
*8 páginas en paralelo*



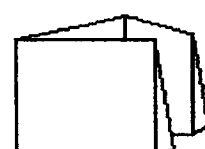
*6 páginas en forma de puerta*



*8 páginas en doblez de ángulo recto*



*6 páginas en forma de acordeón*



*12 páginas*

### 3.2 Medios de impresión

Diariamente en cualquier lugar, miramos impresos de todo tipo, por ejemplo, en el papel moneda, en las envolturas de los alimentos, en los empaques, en las etiquetas de los artículos personales, en el periódico, etcétera.

El uso de los medios impresos es esencial, su empleo obedece a las necesidades mercadológicas específicas de las que depende un producto o un mensaje. Es necesario conocer las características de los impresos, y saber a qué clasificación pertenecen ya que porque tienen aplicaciones, usos y necesidades distintas.<sup>(19)</sup>

**Medio:** es toda técnica de comunicación que hace posible que el mensaje de un emisor llegue a un receptor. Requiere un sustrato para enviar el mensaje.<sup>(20)</sup>

**El impreso:** se refiere a cualquier técnica comunicativa que requiere un sustrato para enviar un mensaje.<sup>(21)</sup>

**Medio impreso:** es todo sustrato en el que, mediante las técnicas de impresión se estampa el mensaje.<sup>(22)</sup>

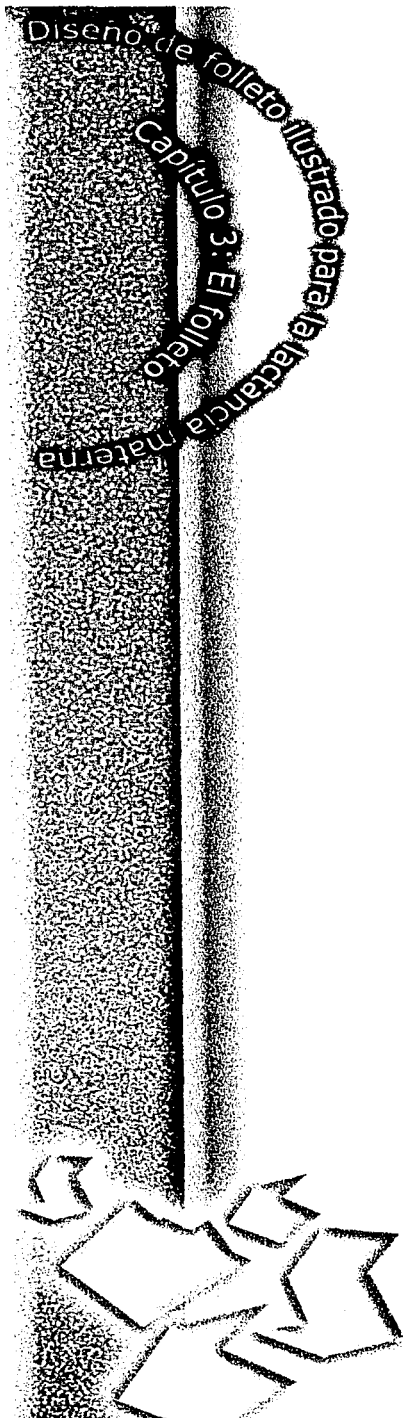
Los medios de impresión se encargan de la difusión y promoción de una noticia o de un producto de una manera rápida e inmediata (prensa, folletos, revistas, catálogos, tarjetas, carta, circular, telegrama, cartel, pancarta, calcomanía, espectacular etcétera).

Existen varias clases de impresos que se clasifican según el público al que van dirigidos; pueden ser de carácter masivo y de carácter directo. Los medios impresos que son de carácter masivo llegan a todo el público sin discriminaciones de ningún tipo; los que son de carácter directo llegan a públicos determinados según la intención de la publicación.

A continuación se citarán la clasificación de impresos:

**Impresos eventuales:** son propios de las relaciones sociales; por su finalidad específica, la sencillez debe relucir en su diseño. Nos referimos a participaciones de nacimiento, primera comunión, XV años, boda, recordatorios.





**Impresos de presentación e identificación:** deben ser impresos sencillos y atractivos, muchos de ellos reflejan la personalidad de quien los posee; sirven para dar a conocer el nombre de alguna empresa o persona: son las tarjetas personales, las tarjetas comerciales, pasaportes, los carnets, las credenciales.

**Impresos para correspondencia:** son hechos con la intención de llegar a alguna persona o personas específicas generalmente para dar avisos: tarjetas postales, cartas particulares, cartas comerciales, circulares, oficios, carta formula, sobres, memorandums entre otros.

**Impresos para administración:** son hechos con el fin de controlar ventas, cuentas bancarias o cuentas detalladas: facturas, carta factura, recibos, fichas, pagarés.

**Impresos para envase y expedición:** Identifican los productos de consumo, algunos van adheridos a los empaques y otros son impresos directamente: etiquetas, envíos, fundas de disco, papel envoltura, bolsas comerciales, cajas, estuches.

**Impresos de información comercial e industrial:** sirven para dar a conocer los productos de venta de empresas o industrias: catálogos, muestrarios, listas de precios, trípticos, dípticos.

**Talonarios y papeles de valor:** son impresos expedidos por alguna institución, y tienen validez oficial: cheques, letras de cambio, acciones y obligaciones, billetes, boletos, sellos de correo.

**Calendarios:** son impresos que contienen la distribución del año por meses, semanas y días, con indicaciones varias de orden religioso, astronómico y civil: publicitarios, almanaques y anuarios.

**Impresos de fantasía:** son impresos con ciertas pretensiones artísticas en los que puede demostrarse el gusto y la capacidad técnica de un taller gráfico: programas, invitaciones, felicitaciones, diplomas, constancias, homenajes.

## Ejemplos de medios de impresión

582.17.76 Email: ARL.Digital@comcast.com

1. Impreso eventual: invitación de 15 años
2. Impreso de identificación: tarjeta de presentación



1

Ava Rebeca Salgado López  
Diseñadora Gráfica



2

1. Impreso de información comercial e industrial: folleto de venta de electrodomésticos.
2. Impreso para envase y expedición: etiqueta de ropa.



1



2

1. Impreso de fantasía: folleto de venta de lentes
2. Impreso de publicidad directa: cartel de clausura de la semana de la comunicación



Focus

EL LENTE MENSUAL TORICO

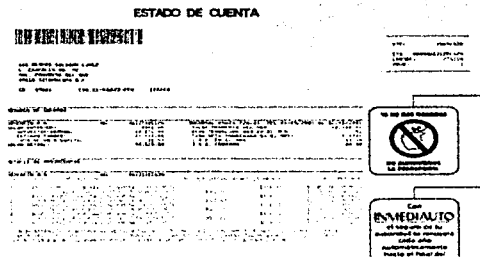
1



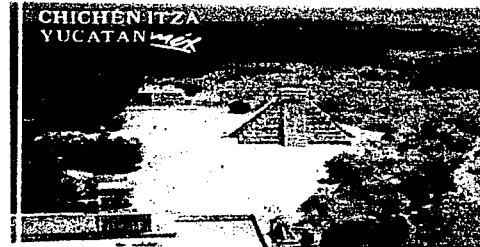
2

Diseño de folleto ilustrado para la lactancia materna  
 Capítulo 3: El folleto

1. Impreso de administración: estado de cuenta
2. Impreso para correspondencia: tarjeta postal

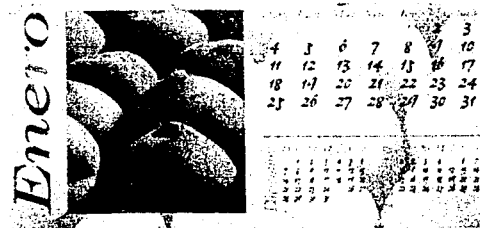


1

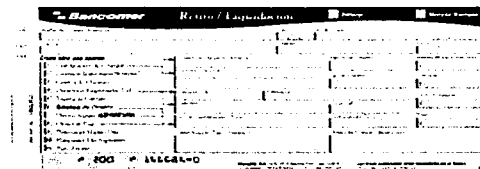


2

1. Impreso Calendario
2. Impreso talonarios y papeles de valor: cheque



1

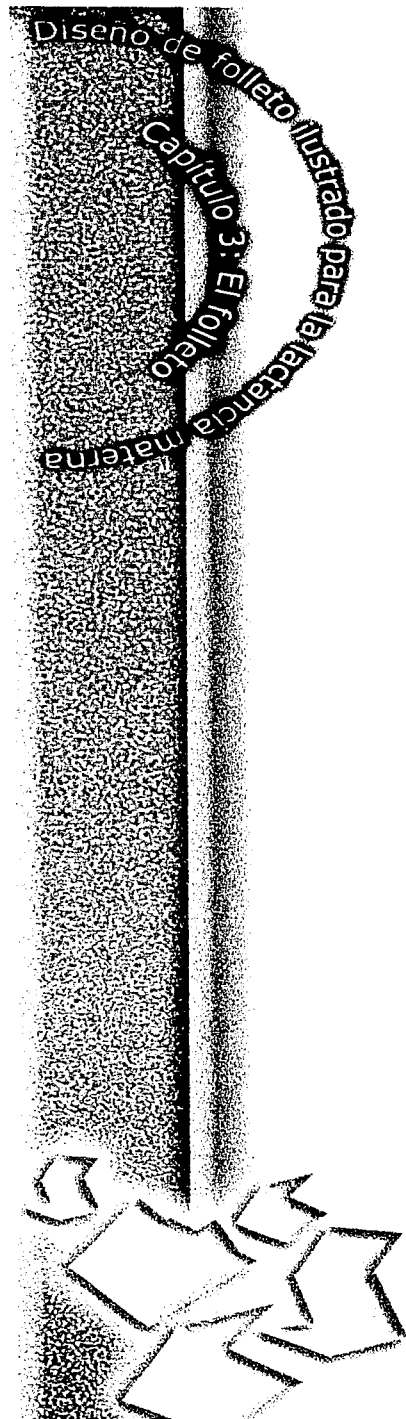


2

1. Impreso de publicidad directa: cartel de la película "Ave María"



1



**Publicidad o publicidad directa:** son los impresos que tienen una finalidad publicitaria y su objetivo es comunicar o entretener: anuncios en prensa, carteles, volantes, revistas, folletos, periódicos, boletines, tarjetones, etcétera.

La publicidad directa va dirigida a personas seleccionadas por medio de una distribución controlada, puede ser enviado por correo, distribuida por individuos o colocada en sitios convenientes en donde los lectores pueden servirse por sí mismos.

Tiene cuatro finalidades concretas:

- Provocar visitas a los puntos de venta.
- Provocar pedidos, venta por correo.
- Cultivar las buenas relaciones con el público, con los clientes actuales y tomar futuros clientes.
- Provocar demandas de información secundaria.

A continuación se mencionan los principales medios de que se vale la publicidad directa:

**Carta-fórmula:** es realizada en serie, en papel con membrete de la casa remitente, toma a veces la apariencia de una carta manuscrita.

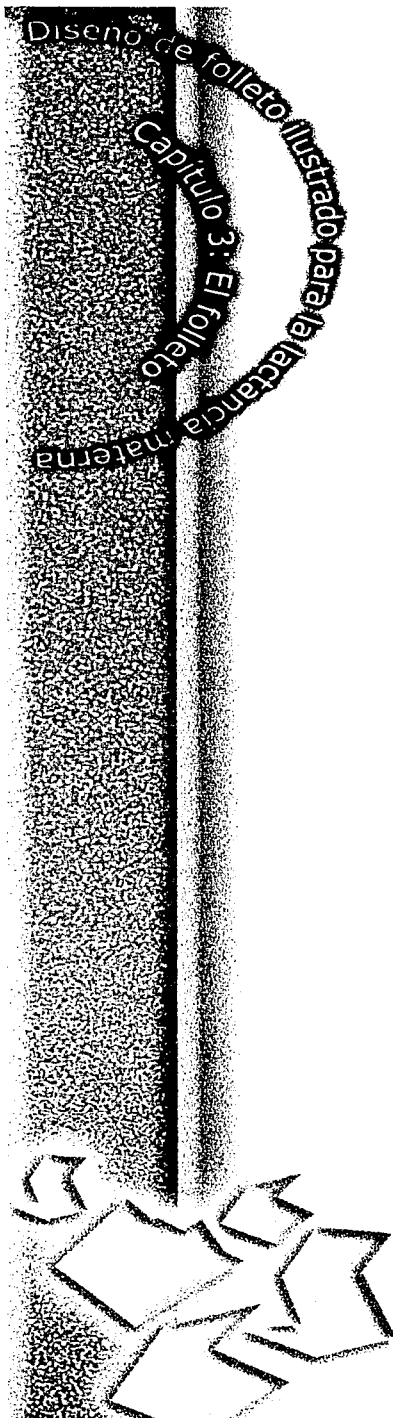
**Circular:** es un impreso de formato sencillo, doblado en forma corriente, ilustrado o no; se emprime en 1 o varios colores y es enviado en serie.

**Carta-circular:** de la carta-formula toma el aspecto personal y de la circular el aspecto técnico.

**Tarjetón:** generalmente es a todo color, su formato, es igual al de la tarjeta postal, puede ser sencillo o doble. Se dice que es un pequeño cartel, es muy utilizado en la profesión médica y farmacéutica.

**Plegable:** es una especie de folleto, íntimamente ligado al formato y al doblado; su principal característica es la originalidad en su presentación.

**Folleto:** es un impreso en varias páginas generalmente engrapado; es de lujo y está amenizado con fotografías o ilustraciones.



**Catálogo.** es descriptivo y a menudo está ilustrado con profusión es muy conveniente la utilización de fotografías, va acompañado con los precios del producto.

**Boletín:** es un impreso de carácter periódico que generalmente se envía a los clientes de la casa, por lo general disimula su carácter publicitario.

**Hoja Print:** este medio, usado generalmente por compañías especializadas en determinados productos, es un "verdadero vendedor" ya que muestra el producto sin ninguna argumentación.

Estos soportes, sin intermediarios llegan directamente a las manos del cliente seleccionado. Se puede escoger cualquiera de ellos según las necesidades del producto y las perspectivas del cliente.<sup>(23)</sup>

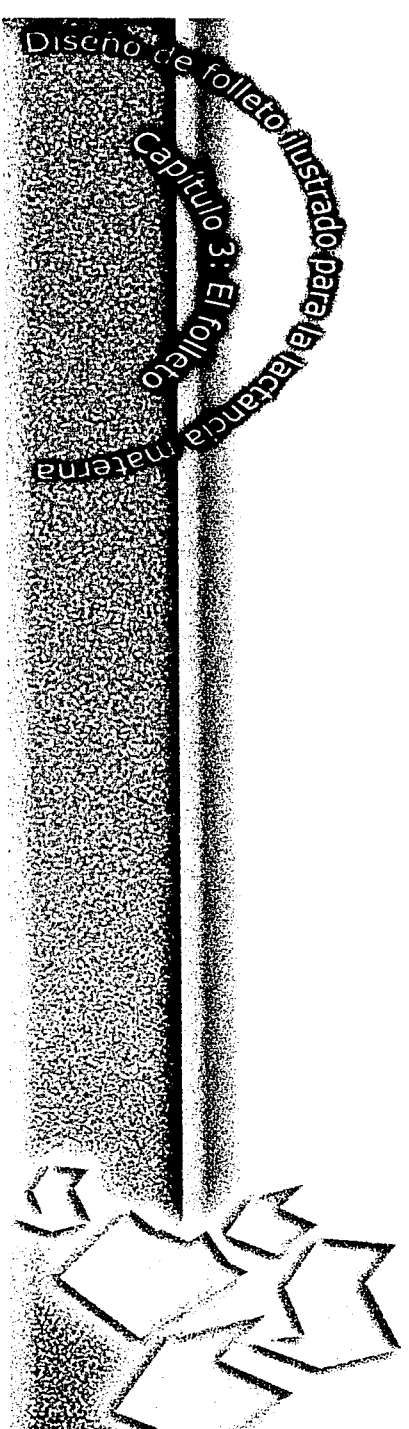
Para elaborar toda esta variedad de impresos se emplean los más diversos soportes físicos a saber: papel, plásticos de diversas formulaciones, cartón, vidrio, metales, madera, telas plásticas o de algodón, lana y otros fibras, mica, barro cocido, piedras pulidas, pieles, pastas sintéticas, hule, asbesto, corcho, etcétera. Estos materiales, de cualquier forma y tamaño, incluso el hielo, se pueden imprimir y aprovechar para fines publicitarios.

Es posible imprimir en **papel** de folletos, periódicos, revistas, etiquetas, bolsas, costales, envolturas, anuncios espectaculares, etcétera.

En **plástico** se imprime etiquetas de envases y empaques, etiquetas, anuncios promocionales en: carteras, encendedores, bolígrafos, tarjetas de crédito, implementos de cocina, etcétera.

El **cartón** impreso aparece en empaques, envases, juguetes, letreros, etcétera.

Se imprime el **vidrio** de envases, vasos, artículos promocionales como: ceniceros, miniaturas, espejos, portarretratos, platos, tazas y otros utensilios para la mesa y la cocina.



En **metales** se imprimen tableros para automóviles, carátulas de reloj, cuadrantes de radio receptores, anuncios de cualquier dimensión, placas para marcar muebles y maquinaria, los más diversos promocionales, señalamientos viales, etcétera.

Se imprime la **madera** de obras de arte, chapas para muebles, empaques y envases, tarjetas de presentación, lápices con o sin barniz, etcétera.

En **telas plásticas** se imprimen diseños de prendas finas de vestir, manteles, sábanas, banderas, cortinas, tapices y anuncios espectaculares translúcidos etc.

Se imprimen en **telas de algodón u otras fibras vegetales o de origen animal** (lana, fieltro) se imprimen prendas de vestir, costales, bolsas, pancartas, mantas publicitarias, etiquetas, banderines, etcétera.

Impreso en **mica** se imprimen marcas de artículos eléctricos, cubiertas de reloj, carátulas de instrumentos de laboratorio, envases, etcétera.

Es posible imprimir en artículos promocionales de carácter artesanal hechos de **barro cocido** implementos eléctricos, loza y otros artículos del mismo material.

En **pedras pulidas** se imprimen motivos ornamentales de joyería o piezas decorativas.

En **pieles** se imprimen marcas, dibujos artísticos, las plantillas de los zapatos y la decoración externa de estos.

Se puede imprimir en todos los artículos fabricados con **pastas sintéticas**, por ejemplo: la loza, los juguetes, los envases, los artículos ornamentales, etc.

De igual manera se imprimen las marcas de los artículos de **hule** que se emplean en la transmisión de electricidad como cables forrados, clavijas, así como juguetes y otros artículos del mismo material.

Los forros de asbesto de los cables eléctricos también están marcados con una impresión; los tapones y envases de corcho son impresos con diversas técnicas; las pistas de hielo para patinar se imprimen en serigrafía; la cápsula de grenetina de algunos medica-

mentos o los que llevan una capa de azúcar u otro elemento, se imprimen directamente.

Existen varias clases de medios impresos estos pueden ser de carácter masivo y de carácter directo.

Los medios de carácter masivo llegan indiscriminadamente a toda clase de público; los de carácter directo llegan a públicos determinados que generalmente elige el comunicador.<sup>(24)</sup>



## Citas bibliográficas

Cartel folleto y anuncio promocional en revista para el MUCA. ENAP. 1992. Tesis.

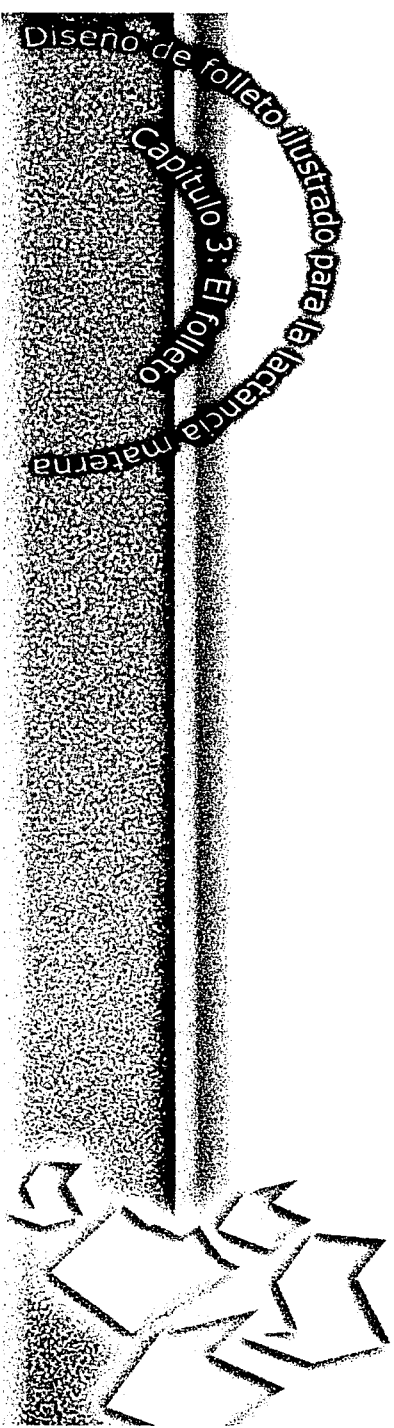
(1), (10) López Villegas, Samuel Aaron. Diseño de un folleto informativo para el INEA orientado a motivar la participación social de estudiantes de diseño gráfico y carreras afines. ENAP. 1993. Tesis.

(5), (6), (7), (9), (14), (13), (14), (16) Turbull, T. Arthur. Comunicación Gráfica. Tipografía, Diagramación, Diseño, Producción. Trad. Carmen Corona. México. Trillas. 1986.

(15), Esqueda de Jesús, Hugo. Análisis de cartel y folleto realizados para los cursos de computación que llevó a cabo la DGSCA. ENAP. 1993. Tesis.

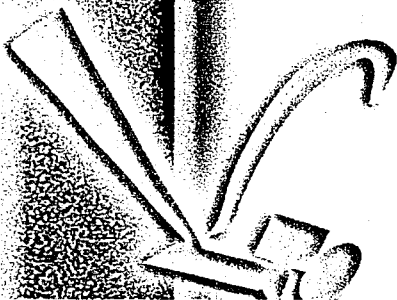
(17), (20) Murray, Ray. Manual de Técnicas. Barcelona. Gustavo Gili. 1980.

(22), (24) Beltrán y Cruces, Raúl Ernesto. Publicidad en Medios Impresos. México. Trillas. 1984.





Diseño de folleto ilustrado para la lactancia materna  
Capítulo 4: La ilustración



#### 4.1. Antecedentes de la ilustración

La ilustración ha servido como complemento narrativo en libros y manuscritos. El arte medieval de la iluminación de manuscritos fue el inmediato precursor de la ilustración de libros impresos.

La iluminación prolija e intrincada de los libros, generalmente de temas religiosos, tendía a realizarse en los monasterios.

Artistas e ilustradores como Leonardo Da Vinci y Alberto Durero impusieron un alto grado de claridad de detalles en sus dibujos técnicos y arquitectónicos.

Desde entonces ha crecido la demanda de ilustraciones técnicas, cada vez de mayor complejidad, sobre todo desde el desarrollo industrial que comenzó en el siglo XVIII, pero aun hoy, época de la electrónica y el viaje espacial, el ilustrador técnico necesita las mismas habilidades que sus precursores: la capacidad de observar y de transformar lo que se ve un objeto tridimensional en una acertada representación bidimensional.

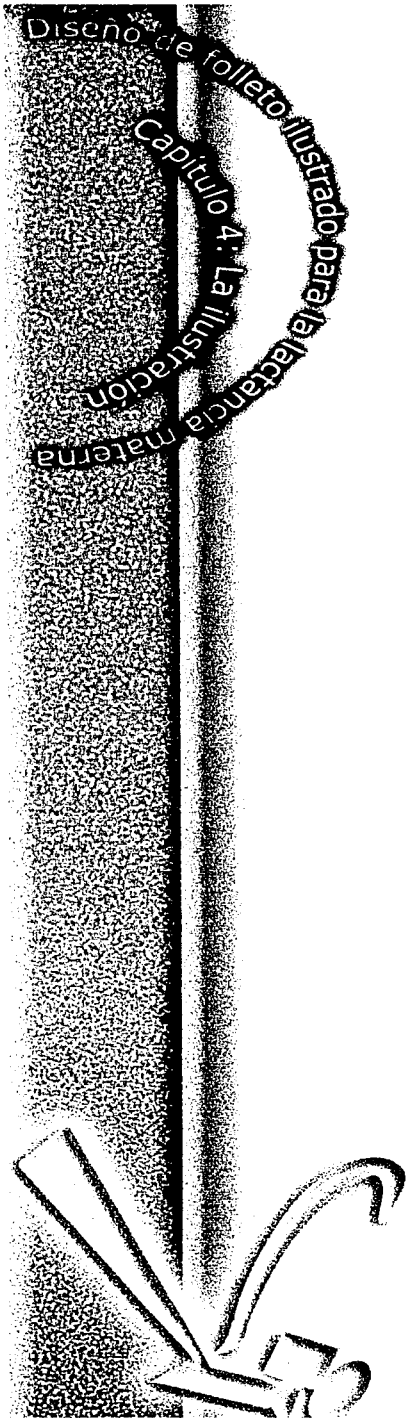
La ilustración de libros se desarrollo a partir del siglo XV, en el que la ilustración y el texto se grababan a mano en el mismo bloque de madera. La invención de la imprenta con tipos móviles, a finales del siglo XV, fue lo que amplió las posibilidades de la ilustración de textos y la reproducción de ilustraciones.

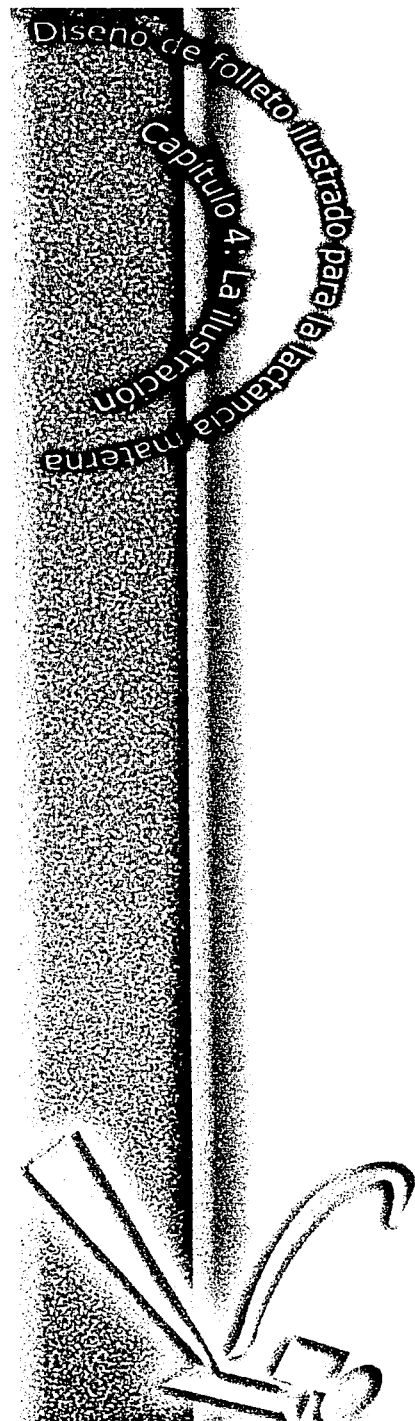
La primitiva predominancia del grabado en madera fue cediendo (siglos XVI y XVII) ante el agua fuerte y el grabado en planchas de cobre, aunque los primeros maestros ilustradores, emplearon ambas técnicas.

En Europa, el ilustrador trabajó con los elementos de la página, (ilustración, texto y márgenes) para crear un todo estético.

En 1776 se produjo un gran avance técnico cuando se inventó la litografía; hasta entonces toda impresión tenía que hacerse a partir de una superficie en relieve, que se entintaba y se apretaba contra el papel.

La litografía se basa en el principio de que agua y aceite no se mezclan.





Fue el primer método de impresión planográfico (es decir, la impresión se realiza a partir de una superficie plana).

La invención de la cromolitografía en 1851, introdujo el color en los dominios del ilustrador de libros que hasta entonces se había limitado al blanco y negro.

La invención de la fotografía provoca el declive de este tipo de ilustraciones, y ha tenido un impacto abrumador sobre la ilustración del siglo XX. Las primeras fotografías aparecieron en libros impresos hacia 1880.

La fotografía realza las posibilidades del realismo total en la ilustración, y esto se refleja en la divergencia entre el ilustrador que imita la fotografía y se esfuerza por lograr la mayor verosimilitud, y el que se aparta del realismo y deja volar la imaginación.

En el aspecto técnico, el siglo XIX fue testigo de muchos adelantos, no sólo en la maquinaria y procesos de impresión, sino también en la gama de colores a disposición del artista y el ilustrador, por ejemplo, los de cadmio y cobalto.

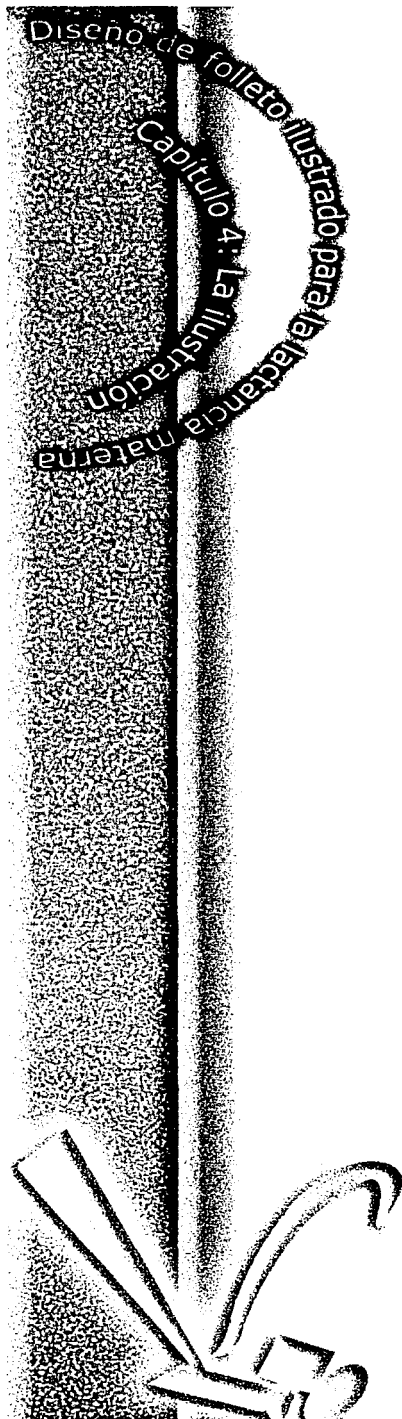
La Revolución Industrial permitió el desarrollo de tintes y pigmentos más sofisticados, que añadieron nuevos colores al espectro.

Otro adelanto importante fue el desarrollo de semitonos, que hicieron posible el reproducir adecuadamente obras a todo color, superponiendo diferentes tintas, descompuestas con retículas para dar los tonos.

La posterior introducción de la línea negra que facilitó la impresión a 4 colores, permitió a los ilustradores emplear otros tipos de pintura para la reproducción. Las revistas ampliaron enormemente el panorama del ilustrador.

La publicidad es también campo del ilustrador. En la segunda mitad del siglo XIX fue cuando la publicidad de revistas, periódicos y por medio de carteles adquirió categoría propia.

La publicidad puede contemplarse como una respuesta a la expansión del comercio y a la industria, que contribuyó al aumento de la competencia. En este siglo, la



aparición del cine y la televisión han continuado ampliando la obra del ilustrador.

El cartel con su impacto visual y su potencial comunicativo, convertido en un eficaz instrumento para el anunciante, aunque es de uso político.

En los últimos 30 años, el arte del cartel ha progresado aún más, ya que ha aportado un alto nivel de habilidad gráfica y de diseño.

Durante este periodo, la publicidad ha tenido un impacto cada vez mayor en casi todos los aspectos de la vida, al aumentar la demanda y producirse avances tecnológicos que hacen posible la reproducción e impresión barata de materiales cada vez más sofisticados. La reproducción a todo color es ya lo bastante barata como para ser corriente en los periódicos y casi universal en las revistas y los libros ilustrados.

El cine, y especialmente las técnicas desarrolladas para las películas de dibujos animados, proporcionaron nuevas áreas para el ilustrador, que se ampliaron aún más con el auge de la televisión.

Es interesante observar que el ciclo se ha completado, y que hoy día el cartel no sólo es una ilustración que comunica información o anuncia un producto, sino que también es una obra de arte por derecho propio. El póster no anunciador es una obra de arte barata, al alcance de todo mundo.

A pesar de la expansión del campo de la ilustración, y de la sofisticación tecnológica de los materiales y de los procesos de reproducción, el papel del ilustrador no ha cambiado sustancialmente. Aún sigue trabajando al servicio de un patrón comercial y de los medios de comunicación.<sup>(3)</sup>

Desde los años veinte, las primeras épocas del movimiento moderno, los ilustradores jugaron un papel importante para la página impresa.

Con el advenimiento de revistas como *Look* y *Life* en 1930 y el rápido avance de la fotografía, el equilibrio entre fotografía e ilustración empezó a inclinarse hacia la cámara.

La revolución fotográfica transformó en innecesarias las ilustraciones.

Hacia los años cincuenta, cuando la ficción en las revistas empezó a declinar debido a la competencia del cine y la televisión, la era dorada de la ilustración en revistas había terminado. Muchos artistas empezaron a hacer ilustración realista con el afán de imitar la fotografía.

Algunos optaron por adaptarse a las nuevas necesidades de información en impresos, y una nueva rama de ilustradores decidieron retar a la cámara con dibujos imaginativos, decorativos y un rompimiento con el estilo realista de representar las imágenes.

Otro de los factores que contribuyó a cambiar el estilo de la ilustración, fue un interés en la ciencia, en lo abstracto, en lo gráfico, lo cual se relacionaba con el contenido editorial. Sin embargo, en los años sesenta, se creó el estilo neo-realista, en el cual las ilustraciones tenían el realismo y la brillantez que retan a una fotografía. Ambos elementos son tan versátiles que sus campos de acción tienden a confundirse.

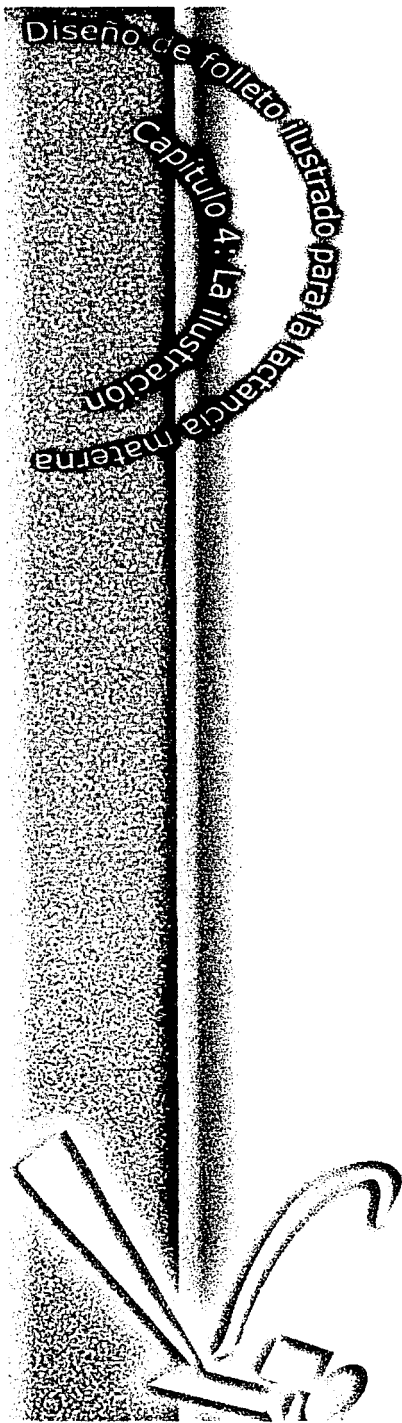
No es posible dividir exactamente lo que puede ser aplicado a la fotografía a la ilustración, pues la foto puede crear ficción mientras que la ilustración puede recrear un momento que la cámara no plasmó.<sup>(4)</sup>

Los ilustradores siempre se han mostrado dispuestos a aceptar las oportunidades ofrecidas por los medios técnicos para mejorar sus habilidades y ampliar el alcance de la obra. En parte, esto se ha debido a que uno de los principales campos de la ilustración ha sido siempre el dibujo analítico y descriptivo, especialmente en los campos de la ciencia, la topografía, la medicina y la arquitectura.<sup>(5)</sup>

#### 4.1.1 El color de la ilustración

El objetivo de todo arte visual es la producción de imágenes. Cuando se emplean estas imágenes para comunicar una información concreta, el arte suele llamarse ilustración.

Sin embargo, arte e ilustración nunca pueden separarse por completo; la ilustración se basa en técnicas artísticas tradicionales.



Generalmente, se considera que la ilustración es arte en un contexto comercial y por lo tanto las demandas sociales y económicas determinan la forma y el contenido de la ilustración.<sup>(1)</sup>

En el momento en que una idea, noción, un sueño o cualquier objeto se pone sobre papel en forma visual, se convierte en una imagen.

Todas las ilustraciones son imágenes, y la manera en que las imágenes se vuelven realidad esta controlada por la mente, la mano, el corazón y el ojo.<sup>(2)</sup>

#### 4.1.2 Estilos de ilustración

El estilo de la ilustración escogido depende, por supuesto, del tipo de diseño y de lo que, a juicio del diseñador, debe comunicar el dibujo.

La ilustración técnica, generalmente usada por arquitectos, ingenieros y diseñadores industriales, se emplea principalmente para dos funciones: en primer lugar, para dar una idea de cuál será el aspecto del objeto o el edificio, y en segundo lugar, para ofrecer una información detallada sobre el tamaño y la forma que servirá de ayuda para la construcción. Las técnicas geométricas que se emplean en ambos casos son diferentes, y es fundamental tener un dominio sobre las mismas.

Respecto a la ilustración artística, se puede decir que cada ilustrador desarrollará un estilo propio que estará determinado en gran parte por las técnicas que utilice, y también, por su inclinación personal, ya sea hacia la caricatura, el realismo, lo abstracto, etcétera.

Desde el punto de vista editorial se clasifica así:

**Ficción:** la vieja y todavía excelente forma de ilustración narrativa, crea situaciones que hace que el lector quiera saber el desenlace del texto. Esas situaciones pueden hacerse más creíbles por medio de la ilustración y por lo general parecen falsas e inventadas en la fotografía.

Diseño de folleto ilustrado para la infancia  
Capítulo 4: La ilustración  
en la infancia



*Ficción*

**Humor:** las caricaturas han sido parte de la cultura desde hace siglos y son muy utilizadas en distintas publicaciones.

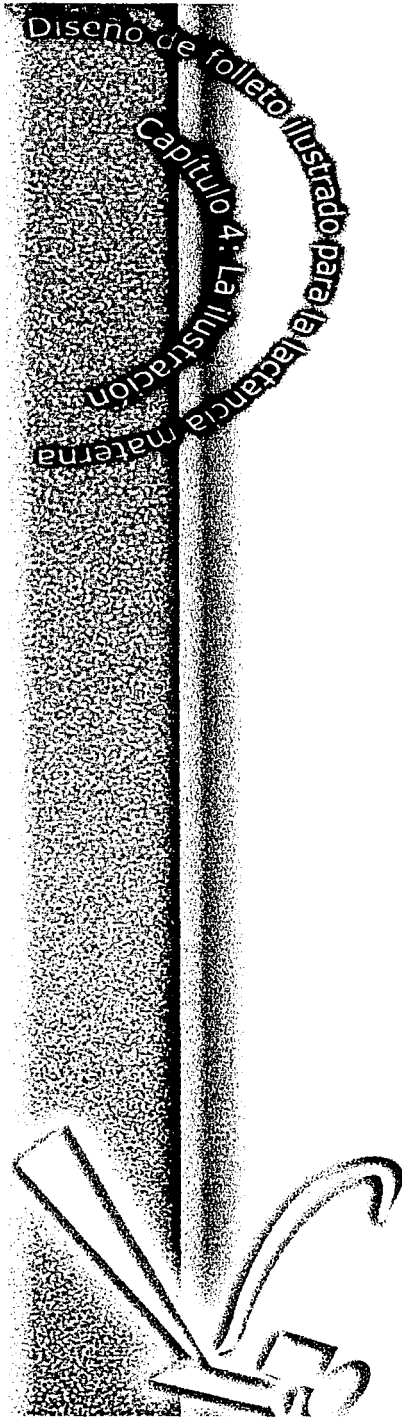


*Humor*

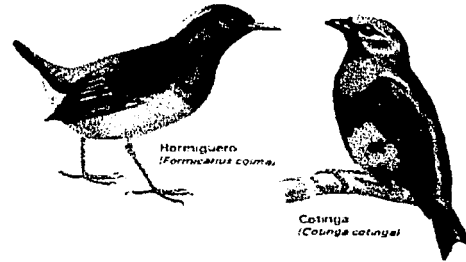
**Historia:** los eventos históricos en los cuales no pudo interferir la cámara, se reproducen por medio de la ilustración, haciendo de ésta un área importante para el ilustrador o artista.



*Historia*



**Ciencia:** la ilustración ha tomado un rol especial en clarificar el desarrollo tan rápido de la ciencia. El reto de crear ilustraciones apropiadas, crecerá a medida que el mundo se mueva hacia conceptos multidimensionales y una nueva percepción de la realidad.



Ciencia

Los mapas, tablas o gráficas son elementos que por lo general son rechazados por los diseñadores, sin embargo, este material es de mucha utilidad y es un instrumento valioso de comunicación.

A esta clasificación es necesario añadir la ilustración para la publicidad, que resulta ser la más polifacética (desde la fotografía y todos sus potenciales hasta la caricatura más abstracta) y en la que, como ya se menciona, interviene el estilo propio del ilustrador.<sup>(6)</sup>

#### 4.2 Técnicas de la ilustración

Las técnicas se clasifican en cuatro categorías:

**Primera:** aquélla que proporciona un trazo grueso como: carboncillo, tiza negra, lápices de colores, sanguina, etcétera.

**Segunda:** aquélla que proporciona un trazo fino como: mina de plomo, lápiz negro, rotulador, bolígrafo, etcétera.

**Tercera:** aquélla en la que se agrupan los procedimientos líquidos como: tinta, bistre, sepia, aguada, acuarela, gouache, etcétera.

**Cuarta:** aquélla en la que se agrupan las técnicas no tradicionales como: frotado, monotipo, grabado, raspado sobre cartulina, goma arábica lavada, etcétera.



#### 4.2.1 Carboncillo

Carboncillo al natural. El dibujo al carboncillo natural es una disciplina tradicional. Perfecta para los estudios de desnudos, los retratos y para los bocetos preliminares de composiciones más grandes, esta técnica presenta la ventaja de poderse borrar soplando, de tal manera que la superficie del papel permanece intacta.

El carboncillo es el material más blando. Se fabrica carbonizando ramas de sauce o sarmientos de viña, que conservan su forma original. Se obtienen diversos grados de dureza según la duración de la carbonización.

La densidad del trazo gris-negro que deja en el papel depende de la presión ejercida por el dibujante.

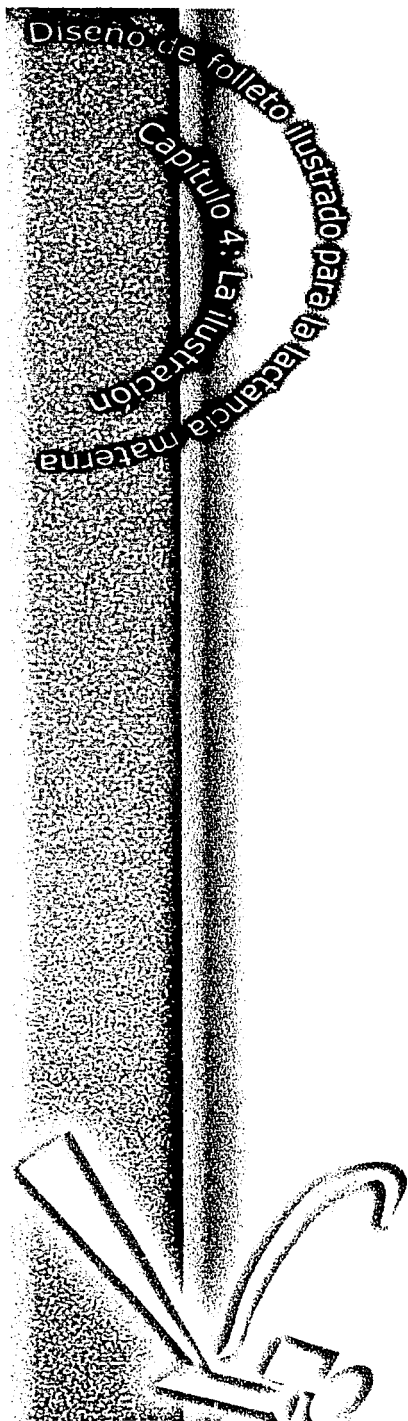
También existen carboncillos naturales de sección cuadrada, tallados en ángulo recto a partir de un trozo de madera, son más duros y producen un efecto pesado.

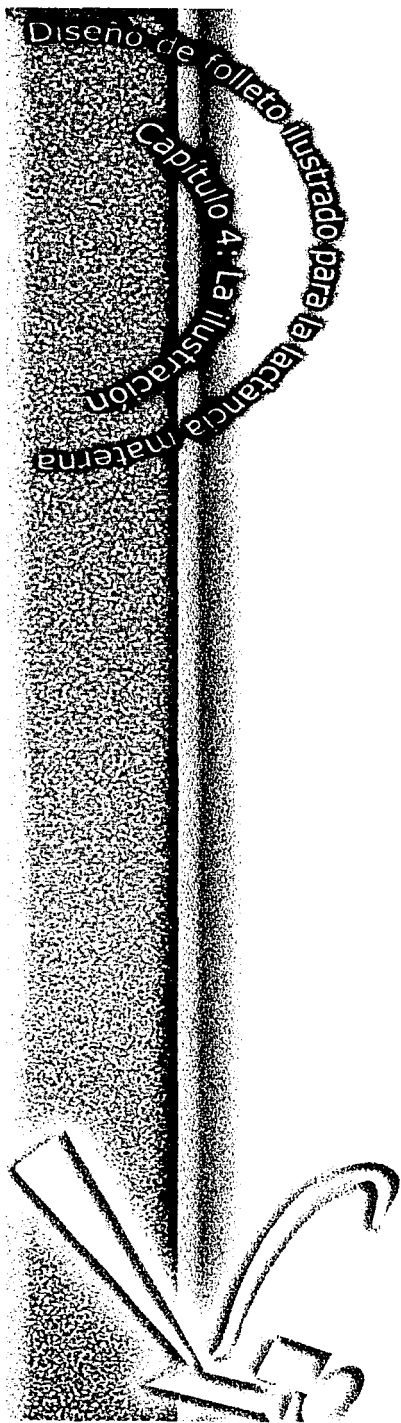
Carboncillo comprimido. Compuesto por antracita de alta calidad, finamente pulverizada, mezclada con cola vegetal, moldeado bajo presión en forma de barritas de 12 a 13 cm de longitud, el carboncillo comprimido es muy quebradizo. Por este motivo se conserva en cajas de madera llenas de aserrín.

Produce un trazo negro profundo, aterciopelado y regular, pero no se puede conseguir un abanico de gradaciones tan amplio como con el carboncillo natural.

El carboncillo natural comprimido se utiliza sobre todo para los bodegones. Para los demás géneros no se recomienda, aunque presenta algunas ventajas en las interpretaciones puramente gráficas.

En el pasado, los artistas sólo utilizaban materiales de origen natural como la sanguina, la tiza, la tiza negra, la punta de plomo o de plata y naturalmente el carboncillo natural, el más fácil de obtener.





#### 4.2.2 Lápiz de color

Los lápices de colores son un medio muy versátil y, como los marcadores, fáciles de usar.

Existen tres tipos principales: de mina blanda (con más contenido de grasa), de mina dura (generalmente para trabajos con mucho detalle y dibujos pequeños) y acuarelables (se pueden usar como los ordinarios o en combinación con el agua) que ofrecen también un efecto similar al de la acuarela.

Los lápices de colores proporcionan al diseñador una amplia gama de colores y se consiguen tonos más sutiles, a diferencia de los marcadores, que por lo general se usan para cubrir grandes zonas de color.

Los lápices de color están hechos de una mezcla de arcilla y de sustancias colorantes, y se encuentran disponibles en varios grados de dureza. Existen en una gama amplia de matices sutiles, particularmente en los colores sanguina, sepia,

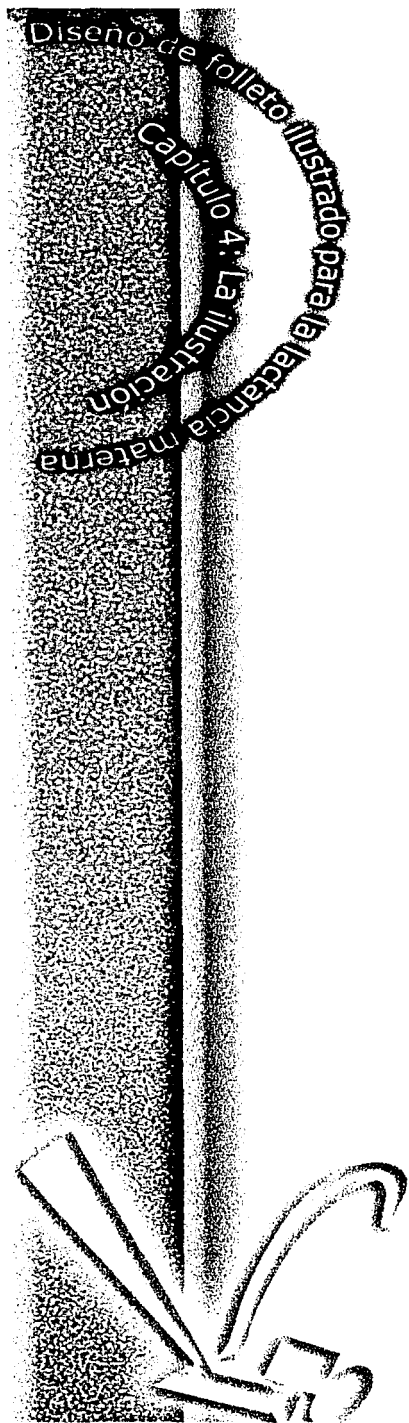
bistre, negro, gris, blanco. Los lápices al pastel, hechos de una mezcla de tierra de pipas muy fina y de materias colorantes, también cuentan con un amplio abanico de colores muy puros y bellos.

#### 4.2.3 La sanguina

Llamada también tiza roja, la sanguina era una mezcla de caolín y de hematites de una gama de color que iba desde el ocre oscuro al de la terra cotta. Un papel suave, con poco grano, realza el aspecto friable de este material conservando sus cualidades propias. Esta combinación da al dibujo una homogeneidad visual extraordinaria.

Gracias a las posibilidades de empleo a sus colores cálidos particularmente agradables, que recuerdan los de la piel, convierten a la sanguina en el material predilecto para el desnudo y para el retrato.

La sanguina, excelente para el dibujo del natural, se aprovechó también para los bocetos de retratos al óleo. Su color rojo no penetraba en la pintura pero daba un fondo cálido a los tonos más transparentes.



#### 4.2.4 La sepia

Recuerda a veces algunos aspectos de la sanguina, tiene un color pardo oscuro que procede de los pigmentos extraídos de la bolsa de jibia. Se confeccionaba con tiza natural u otras materias.

Se usaba sobre todo para el paisaje, donde sus matices oscuros hacían maravillas para producir ciertas atmósferas, mientras que la sanguina se reservaba para el retrato. Una propiedad extraordinaria de la sepia es su bitonalidad, explotada al frotarla directamente con el dedo.

Se saca partido de ella sobre todo en los dibujos de interiores, los paisajes y las escenas de calle. La sepia se utilizaba también en aguada o combinada con tinta aplicada con pluma de ganso, de caña o con pincel.

Pero para preservar la pureza gráfica de la obra, se evitaba generalmente combinar más de dos, o como máximo tres, materiales.

#### 4.2.5 La tiza negra y la tiza blanca

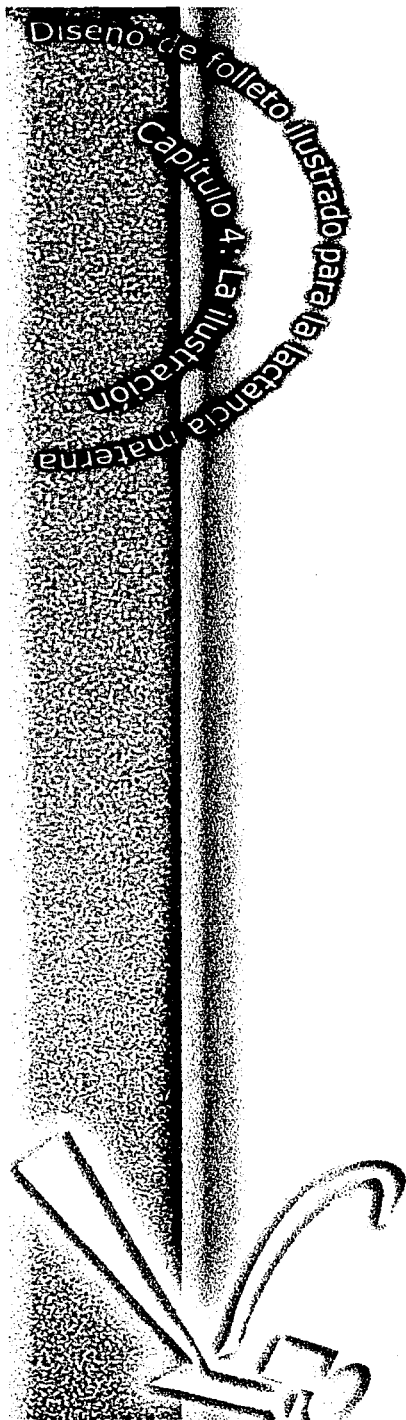
La tiza negra natural era un exquisito arcilloso que contenía partículas de carbono que le daban un tono que iba desde el gris hasta el negro. A su lado, se encontraba una variada gama

De piedras artificiales llamadas tizas francesas o tizas italianas y también carbóna o negro. Se fabricaban mezclando negro animal con una cola vegetal en proporciones variables. Muy frágiles, era muy difícil tallarlas.

La carbóna era seca, de un negro profundo totalmente mate. Por el contrario, el negro, más graso, era brillante. Como con el carboncillo, se podía modular la tonalidad de la tiza negra con difuminos de secante o de piel de gamuza, o incluso con los dedos.

Hasta el siglo XVI, sólo se utilizó la tiza negra con papel blanco. Facilitaba la expresión de la sombra y de la luz, con la tiza negra y la tiza blanca, y subrayaba la impresión de volumen y profundidad.

El papel se teñía por medio de una gruesa brocha plana o de esponja saturada de tinta diluida.



En seguida se Introdujeron otros colores: amarillento, pardo e incluso rosa.

Más tarde, este papel teñido manualmente fue reemplazado por el teñido en la masa durante su fabricación, que permitía el dibujo en positivo o en negativo con la tiza negra y la tiza blanca.

El material blanco más antiguo utilizado para dibujar fue la tiza de sastre que era probablemente esteatita. Se utilizaban también fragmentos de yeso de París moldeado y endurecido al fuego.

Permite reflejar la luminosidad, pero hay otro empleo, maravilloso, de este material: se utiliza para dibujar sobre papel muy oscuro, incluso negro, las únicas partes iluminadas del dibujo, dejando que las sombras se pierdan en el fondo oscuro.

#### 4.2.6 La mina de plomo y el lápiz

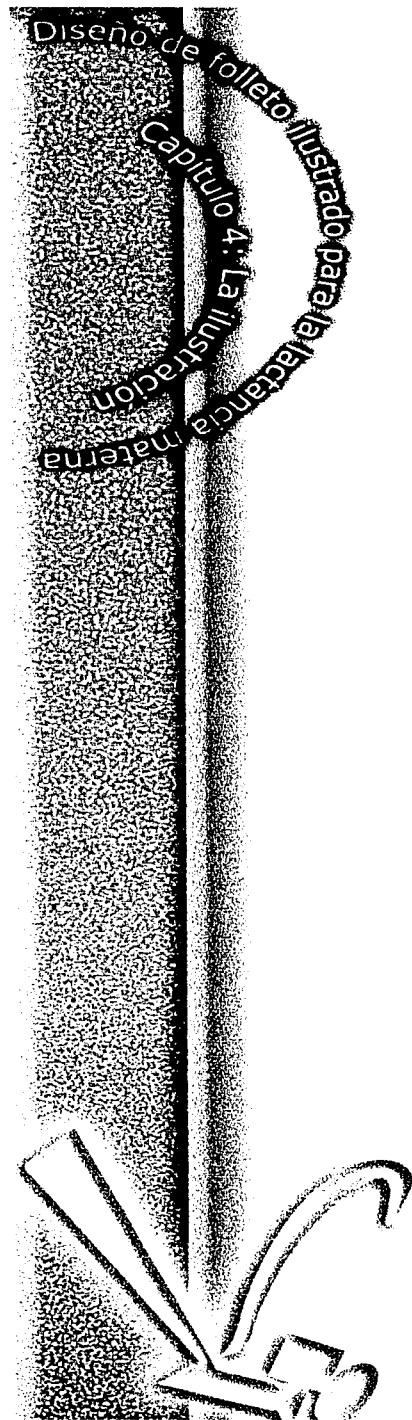
Plumbagina. Se ignora cuándo y dónde apareció la plumbagina. Algunos eruditos piensan que fue en España o en Inglaterra, otros en Bélgica.

El término *plumbum hispanicum* da a entender que fue en España. La plumbagina llamada también mina de plomo a partir de 1790, cuando el francés Conté inventó la plumbagina artificial, sustituyó a las puntas de plomo y de plata.

La mina de plomo es de origen natural. Es una mezcla de grafito una variedad de carbono cristalizado y de arcilla fina, más o menos cocida según el grado de dureza deseado. Se comercializa en barras, para ser introducidas en portaminas, o forradas de madera: se habla entonces de lápiz.

Se encuentra en una amplia gama de durezas. Las más blandas (6B a B y HB) se utilizan para dibujo artístico, mientras que las más duras (H a H6) se reservan normalmente para el dibujo técnico.

El tono de la mina de plomo de alta calidad es gris oscuro y no negro. Su trazo es rico y brillante si se ejerce una presión suficiente. Cuanto más dura sea la mina, más brillante será el trazo. La mina de plomo requiere



un papel de buena calidad. Es un material universal, en el sentido de que se utiliza tanto en los croquis como en las obras más minuciosas o acabadas.

Los primeros lápices, en tanto obras de arte, no aparecen antes de las últimas decenas del siglo XIX, en Francia y en Alemania. Ingres fue el creador de los lápices de estilo moderno.

Se podría pensar que la selección restringida de los diámetros de la mina de plomo impediría su utilización para los formatos demasiado pequeños o demasiado grandes así una cabeza de tamaño natural sería un asunto demasiado grande para esta técnica sin embargo fue utilizada, en la misma época, por el miniaturista francés Jean Baptiste Isabey y por los nazarenos alemanes cuya obra dibujada se caracteriza, entre otras cosas, por el formato monumental de la ejecución.

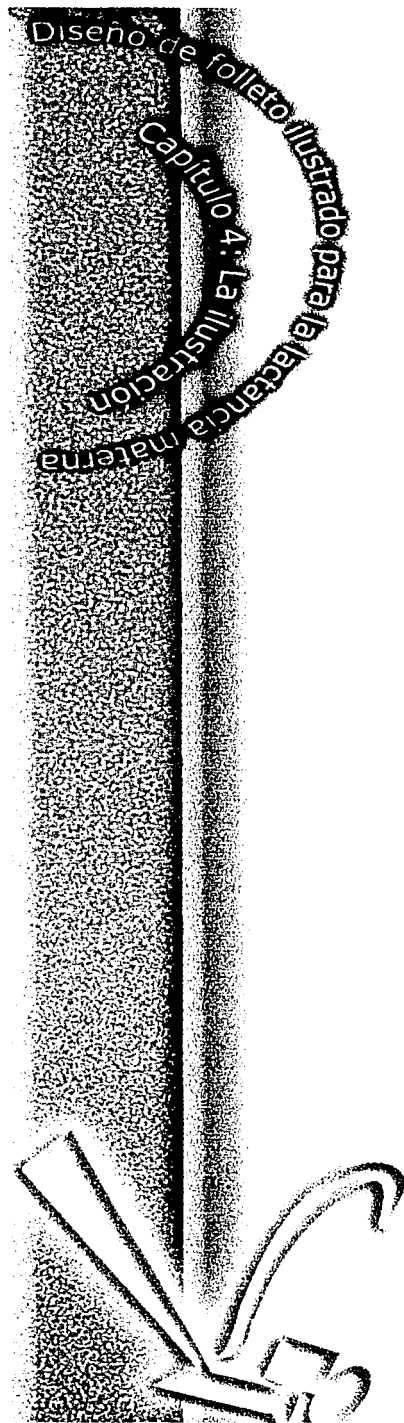
En Francia apareció otra técnica que también utiliza la mina de plomo. Conocida como *maniére à l'estampe*, rechaza la expresión gráfica lineal y fue adoptada por Gustave Doré en algunas de sus célebres ilustraciones.

Sumergía en la plumbagina pulverizada difuminos que empleaba para suavizar los contornos, realzar y modelar los valores tonales. Algunos incluso llegaron más lejos en esta técnica utilizando una paleta, polvos de plumbagina y pinceles.

Para reproducir las sombras más profundas, empleaban bastoncillos de médula de saúco, extraídos de ramas congeladas, que daban tonos transparentes u opacos

El lápiz es el material más utilizado por el dibujante. Es ideal para los croquis, en especial para los de modelos en movimiento. Para los desnudos delicados, escoje un lápiz bastante duro, que produzca un trazo regular y un tono uniforme.

El lápiz demasiado blando es sensible a las variaciones de presión de la mano y produce un trazo de anchura y tonalidad variables.



#### 4.2.7 El rotulador

La punta es de fieltro o nylon y el cuerpo está lleno de una tinta transparente, muy volátil, que se seca tan pronto como se aplica.

Es un instrumento sin igual para los trabajos gráficos. Los primeros rotuladores eran sólo negros, pero en la actualidad existe un amplio abanico de colores.

Por muy atractivo que sea, presenta dos graves defectos: la inestabilidad del color y la fragilidad de la punta.

El color del rotulador, expuesto a la luz, aun directa, desaparece rápidamente y, a veces, incluso cambia de matiz. La tinta negra es más estable, pero también se modifica con el tiempo y acaba por adquirir una coloración herrumbrosa.

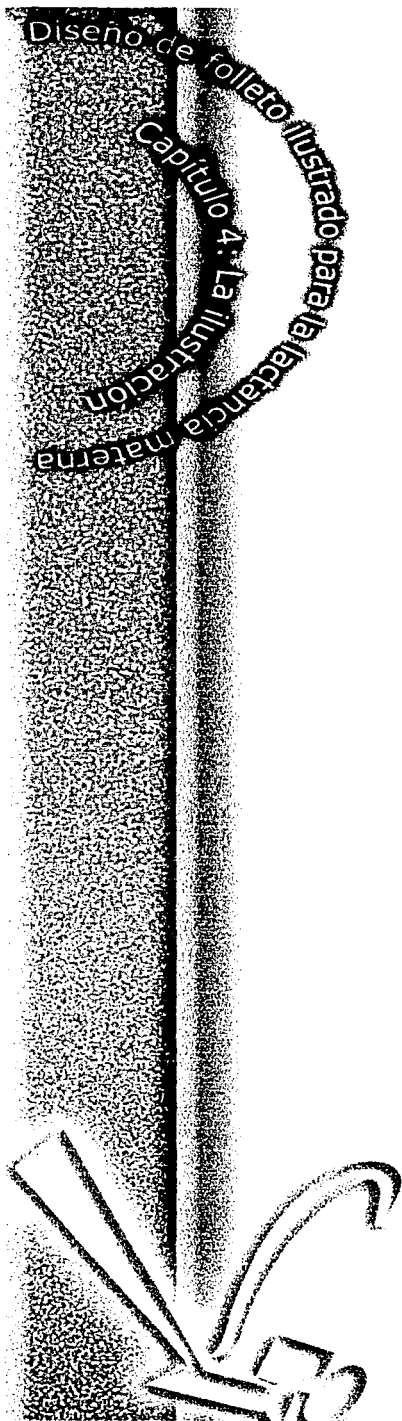
La punta pierde rigidez con el uso y el perfil se modifica. El trazo se hace progresivamente más ancho y cambia de carácter.

Cuando la punta está en buen estado, el rotulador produce un trazo de anchura y tonalidad perfectamente regulares. Sin embargo, es posible, con una mano firme y delicada, trazar, puntear, plumear disminuyendo la intensidad tonal en la mitad o incluso en tres cuartas partes.

Este procedimiento puede dar excelentes resultados, pero el principal triunfo de un rotulador sigue siendo su trazo fino y marcado que, cuando la pluma se agota, se desvanece o palidece, aporta una nota más lírica al dibujo.

El rotulador no permite correcciones, ya que su tinta penetra demasiado profundamente en el papel como para que se pueda borrar. Por otra parte, acaba siempre por traspasar el blanco opaco, por espeso que éste sea.

El papel brillante, el papel y el cartón cuché son los adecuados para esta técnica. Puede también utilizarse papel fino, que la tinta traspasará completamente, de tal manera que probablemente se obtendrá el dibujo aparecido en el reverso de la hoja. El dibujo a rotulador requiere un determinado grado de simplificación y de estilización.



#### 4.2.8 El bolígrafo

El trazo del bolígrafo es de una anchura y tonalidad constantes. Sin embargo, una mano hábil y sensible puede conseguir efectos no carentes de interés jugando con la vibración, el lirismo o la austeridad de la línea.

Hay bolígrafos en negro, azul, rojo y verde, pero generalmente sólo se utiliza el negro para el dibujo artístico.

En realidad, no se trata exactamente de negro, sino más bien de un gris muy oscuro con reflejos violáceos.

Esta técnica exige una interpretación reducida a los aspectos esenciales, una ornamentación de los volúmenes y sobre todo una mano firme, ya que la corrección es imposible.

El principal defecto del bolígrafo es la inestabilidad del color que, como en el caso del rotulador, desaparece rápidamente cuando se expone a la luz del día.

#### 4.2.9 El bistre

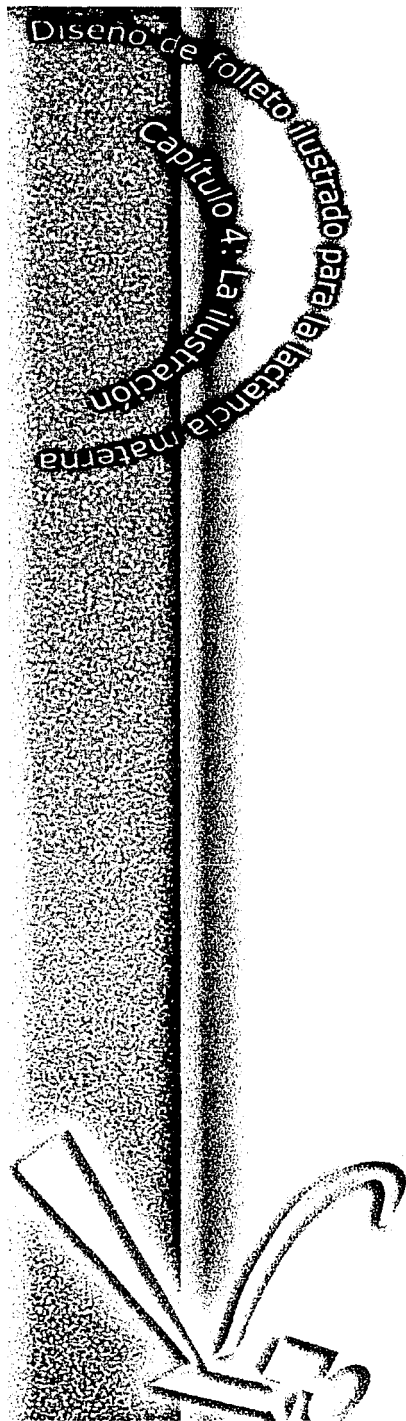
El bistre es una materia colorante compuesta de hollín de madera al que se añade un pigmento de origen mineral que le da un tono pardo cálido.

A principios del siglo XIX, se recomendaba para las miniaturas y la representación del color de la carne de los hombres y de las personas de edad.

Este siglo conoció el descubrimiento de una acuarela llamada bistre, fabricada generalmente con hollín procedente de la carbonización de virutas resinosas de haya.

Este hollín, finamente pulverizado, tamizado, lavado con agua fría para eliminar las impurezas, se mezclaba con una solución de goma arábiga, luego se moldeaba y finalmente se secaba.

Los matices del bistre son variados. Van del amarillo-pardo claro tirando a azafrán, al pardo-negro profundo. El color depende de varios factores: la elección de la madera, el grado de carbonización, la edad del hollín (es decir, de qué capa sedimentaria procede).



Los trazos de la pluma o los de un pincel saturado de bistre se ven a menudo por el reverso del papel.

El mejor empleo del bistre es la aguada. Las sombras y los trazos densos poseen un magnífico tono pardo profundo que contrasta con el blanco del papel o la tinta, clara, delicada y transparente de la aguada.

#### 4.2.10 La tinta neutra

De fabricación industrial, la tinta neutra es una mezcla de azul de Prusia, de laca escarlata y de tinta china.

Posee un bonito color grisáceo-violeta, realmente neutro, que es perfecto para la aguada. Sin diluir, tiene un color oscuro y profundo.

#### 4.2.11 La tinta

La tinta no es otra cosa que negro de humo disuelto en agua destilada. Para obtener la tinta hay que mezclar hollín de colofonia o de hueso de cereza con una solución de goma arábica y amasarlo sobre mármol. A continuación, se moldea el producto en forma de barras.

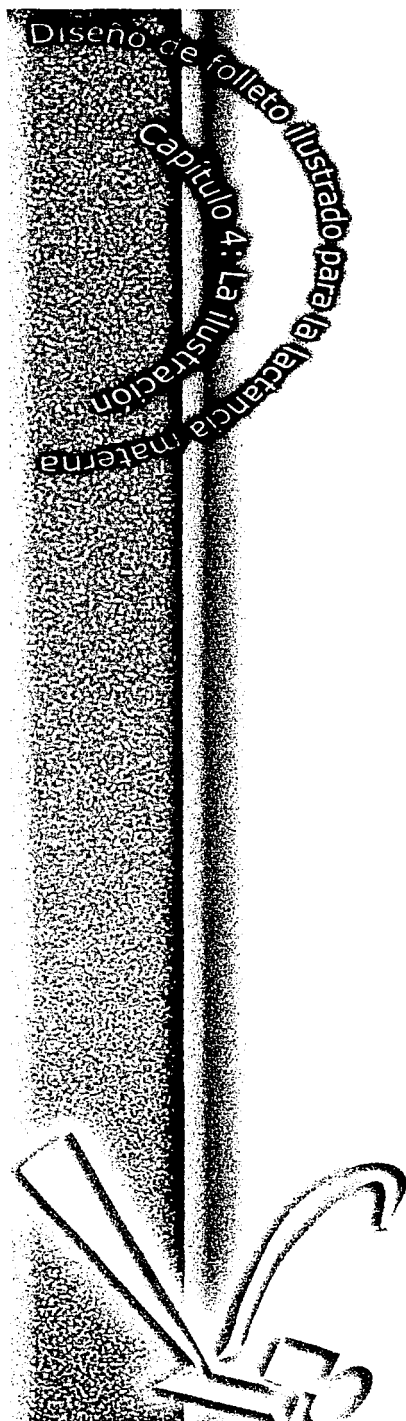
Este producto de calidad inigualable se fabrica desde tiempos inmemoriales con aceite vegetal carbonizado, extraído de la nuez de la laeurita, para la caligrafía y el dibujo, efectuados ambos con pincel.

#### 4.2.12 La pluma

Tiene como característica la regularidad del flujo de la tinta que permite un trazado rápido y la densidad constante del trazo; la pluma es particularmente útil para anotaciones breves de un desnudo que cambia de postura con frecuencia. La pluma, al contrario que el lápiz, no incita al dibujante a entretenerse en la calidad plástica del modelo, sino que lo invita, por el contrario, a concentrarse en su valor lineal.

Exige un dominio absoluto de la técnica y una perfecta apreciación de los valores lumínicos, cromáticos y tonales del modelo o tema. El artista describe su tema por medio de trazos y plumeados que le permiten representar fielmente el modelado.





La intensidad de los trazos, en las partes intermedias entre la luz y la sombra, se atenúa de manera tan sutil que se funde en una red de cuadrículas extremadamente finas. Solo una observación minuciosa permite representar de manera convincente la transición gradual entre la luz y la sombra.

Ninguna otra técnica facilita expresar tan fielmente los sutiles matices de las zonas de transición, el aspecto sedoso de la cabellera, la calidad aterciopelada de la piel, la humedad de los ojos y de los labios.

#### 4.2.13 La pluma de caña y la pluma de ganso

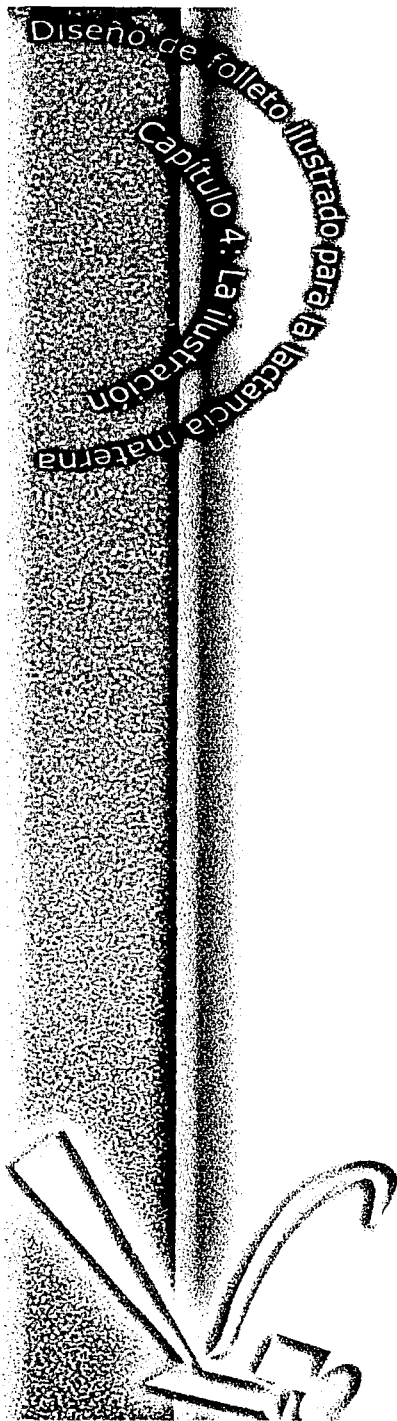
La pluma de caña, como la pluma de ganso, se caracteriza por una soltura extraordinaria que permite al dibujante expresar su visión de una manera muy personal. La pluma de caña es muy agradable de manejar en razón de su ligereza. Produce un trazo uniforme, pero permite, sin embargo, pequeñas variaciones.

Se puede utilizar para todos los dibujos al natural sobre casi todas las calidades de papel. La pluma de ganso de punta es más blanda que la pluma de caña y permite obtener, haciéndola girar sobre sí misma, un trazo de anchura variable, tan pronto grueso y elocuente, como fino y seco. Se recomienda para el dibujo de práctica, las anotaciones rápidas del paisaje y el retrato.

#### 4.2.14 La aguada

La aguada se utiliza generalmente combinada con dibujos a pluma. Los efectos que se consiguen son variados. Unas veces, se refuerzan simplemente las sombras, otras, el pincel añade detalles en las partes oscuras.

La aguada puede aportar también al dibujo nuevas calidades luminosas y cromáticas. La aguada es una técnica que permite traducir de una manera directa y relativamente rápida la reacción espontánea, la inspiración del momento, la idea de un dibujo concebido al principio para ser ejecutado por otros medios.



### 4.3 Ilustración digital

Los programas que se utilizan para crear ilustraciones digitales son por un lado los programas de dibujo vectorial conocidos también como programas de ilustración, y por otro los programas de pintura en mapa de bits y retoque fotográfico.

Los programas de gráficos complementan las técnicas clásicas: podemos empezar un trabajo en forma de boceto a lápiz o tinta, o cualquier técnica convencional, y acabarlo en el ordenador.

También es posible proceder al revés: escanear una pintura o imagen y aplicar toda una serie de filtros en el ordenador.

El ordenador revoluciona la forma en que se llevan a cabo determinadas tareas; cosas laboriosas se convierten en tareas muy simples y rápidas.

Copiar una imagen, entera o en parte, es muy sencillo.

Los trazados geométricos no resultan difíciles: son la simplicidad misma.

Los efectos fotográficos o visuales se aplican instantáneamente y de forma reversible.

Se fomenta la experimentación, porque una imagen no es más que una posibilidad más; puede guardarse cualquier prueba, nunca se agota la pintura ni se rompen los instrumentos. (7)

## Técnicas de Ilustración

Plumilla

Acuarela

Gráfico

Acrílico

Carbóncillo

Lápiz de Color

Sanguina

Pastel



## Ilustración digital



## Citas bibliográficas

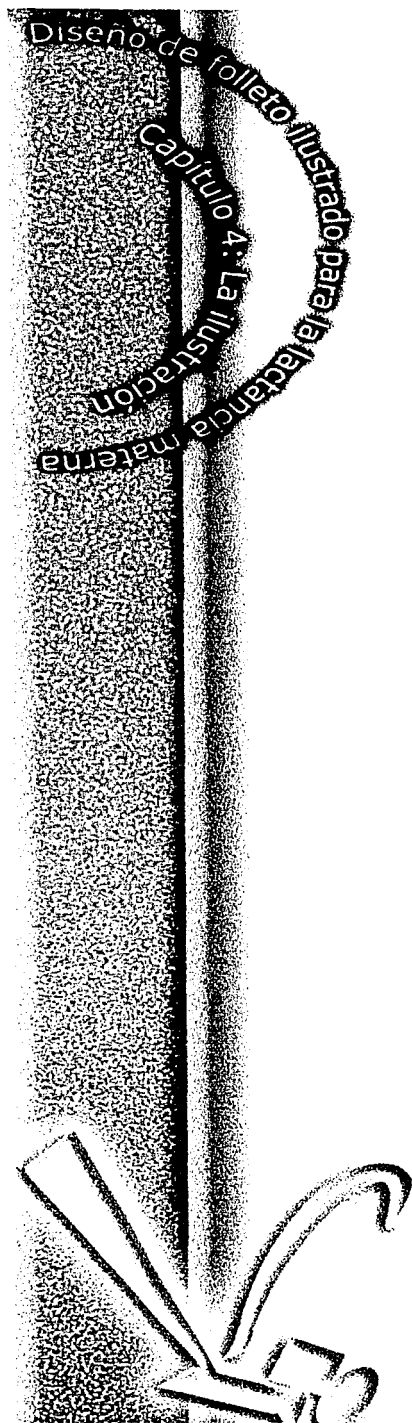
(2), (5) Jennings, Simon. Guía del diseño gráfico para profesionales. México. Trillas. 1995.

(3) Trabajo realizado en 7 y 8 vo. semestres para la clase de investigación del campo titulado "Antecedentes y técnicas de ilustración".

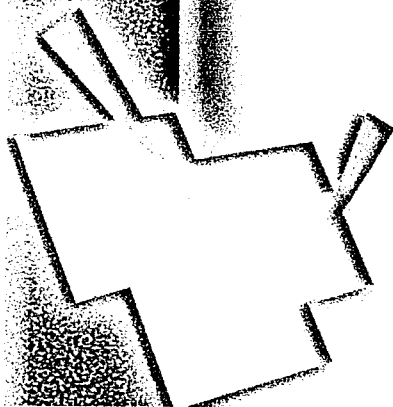
(4), (6) Archer Suarez, Sollange. Rediseño de folletería didáctica para diabéticos de la Asociación Mexicana de Diabetes y clínica Brimex del hospital ABC. UIA. 1994. Tesis.

(7) Rototips. Año2. Num. 7 . México. Trillas.

Todas las técnicas de la ilustración con sus correspondientes divisiones fueron obtenidas del libro: Teissig, Karel. Las técnicas del dibujo. Colección de arte. Madrid. Libsa. 1990.



Diseño de folleto ilustrado para la lactancia materna  
Capítulo 5: Proyecto



## 5.1 Objetivo del diseño

La lactancia materna es una costumbre que se ha venido perdiendo a través de los años debido a la modernidad, ya que hoy en día, por los diversos roles que juega la mujer en la sociedad, le es más difícil estar con sus hijos, por lo que para alimentarlo ha recurrido a la ayuda de leches en polvo, biberones, entre otros suplementos de la leche materna.

Sin hablar de las ideas equivocadas sobre ello, por ejemplo, que no es correcto amamantar, porque se está trabajando o porque es antiestético.

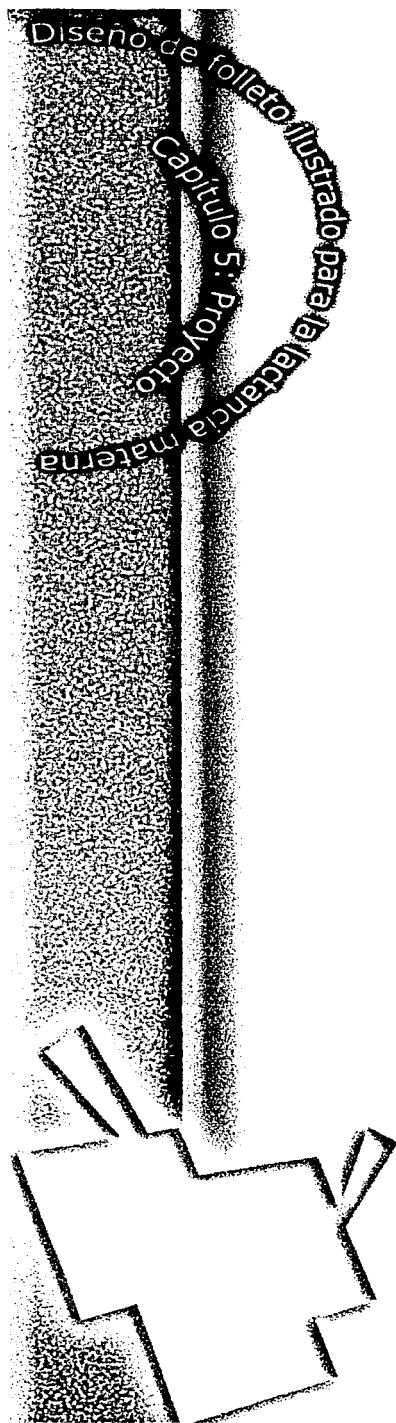
Por eso el IMSS realizó la campaña "Hospital Amigo del Niño y de la Madre" para concientizar a la población sobre los beneficios que tiene la leche materna, además de opciones para poder darla, así como diferentes técnicas de amamantamiento.

Al ver la importancia de la lactancia, investigar en qué consiste y las ventajas que brinda en cuanto a salud, protección y cariño; de observar el poco material que se brinda al personal de enfermería, se decidió colaborar con la realización de un medio informativo en el cual se expusieran las virtudes del seno materno.

A partir de lo anterior se pudo esclarecer que un medio eficaz y que llega al público inmediatamente es el folleto, además de que da la oportunidad de realizar una propuesta sencilla, pero agradable al público, que cubre con las necesidades de informar y difundir la lactancia.

El folleto ofrece la opción de jugar con la imagen y los textos a manera de una pequeña revista, esto se logra por medio de la diagramación y la infinidad de posibilidades que se tiene.

El folleto también deberá de servir como una pequeña guía para las madres y mujeres embarazadas para saber qué hacer y consultarlo cada vez que sea necesario; cuenta con la ventaja de que se puede transportar y llevarse consigo para mostrarlo a otras personas y hacer llegar el mensaje.



Dicho esto, la tarea de este folleto es difundir la lactancia materna, y con ello crear conciencia de lo importante que es alimentar a los recién nacidos con el seno materno.

Resalta los beneficios de la leche materna, que proporciona al bebé las defensas suficientes para protegerlo contra diversas enfermedades, además de hacer más estrecho el lazo madre-hijo.

El folleto resalta todas estas ventajas y proporciona la información necesaria sobre las técnicas de amamantamiento, el cuidado de los senos, etcétera.

Para ello, el folleto se apoya con ilustraciones para ejemplificar cada uno de estos puntos.

El presente diseño se llevo a cabo en 4 puntos, aunque sencillos, pero fundamentales para obtener un diseño óptimo.

**1. Información e investigación:** se reunió toda la información necesaria tanto escrita como gráfica (trípticos, carteles), por medio de la biblioteca del hospital y del personal de enfermería.

**2. Análisis:** con la información se pudo deducir el origen del porque ya no se daba el seno materno y las consecuencias que conlleva el privar al bebé de los beneficios que proporciona además de saber como se había tratado de atacar el problema y la solución.

**3. Síntesis:** toda la información se dividió por temas es decir se hablo del hospital como antecedentes, especialidades, de la lactancia materna que es en que consiste ventajas y desventajas, y de la campaña de la lactancia materna.

**4. Evaluación:** una vez analizada toda la información y recabados los puntos más importantes, haciendo una comparación de los materiales gráficos hechos por el personal, se llego a la conclusión de que el realizar un folleto informativo y explicativo era lo más adecuado por que llega a todo el público y se lo puede llevar, para consultarlo cada vez que sea requerido además de mostrarlo a otros y difundir la lactancia.



## 5.2 Finalidad del folleto

La tarea de este folleto es difundir, informar y explicar en qué consiste la lactancia materna, las técnicas y los pasos por seguir para una lactancia exitosa y los beneficios que trae consigo.

El folleto resalta estas ventajas y proporciona la información necesaria de una manera específica, apoyándose en ilustraciones que muestran las posiciones adecuadas para amamantar.

## 5.3 Selección de medio impreso

El medio impreso que se realiza es un folleto que consta de 12 páginas. Se escogió porque tiene la facilidad de llegar a las manos del público, ya sea por correo o tomándolo directamente del stand o los aparadores donde se coloque; en este caso, el personal proporcionará el folleto a las madres y también será colocado en algunos mostradores.

Este medio impreso cuenta con la ventaja de que puede ser de cualquier tamaño y formato, contener fotografías o ilustraciones, dar cualquier tipo de información y jugar con la distribución de los elementos imagen y texto.

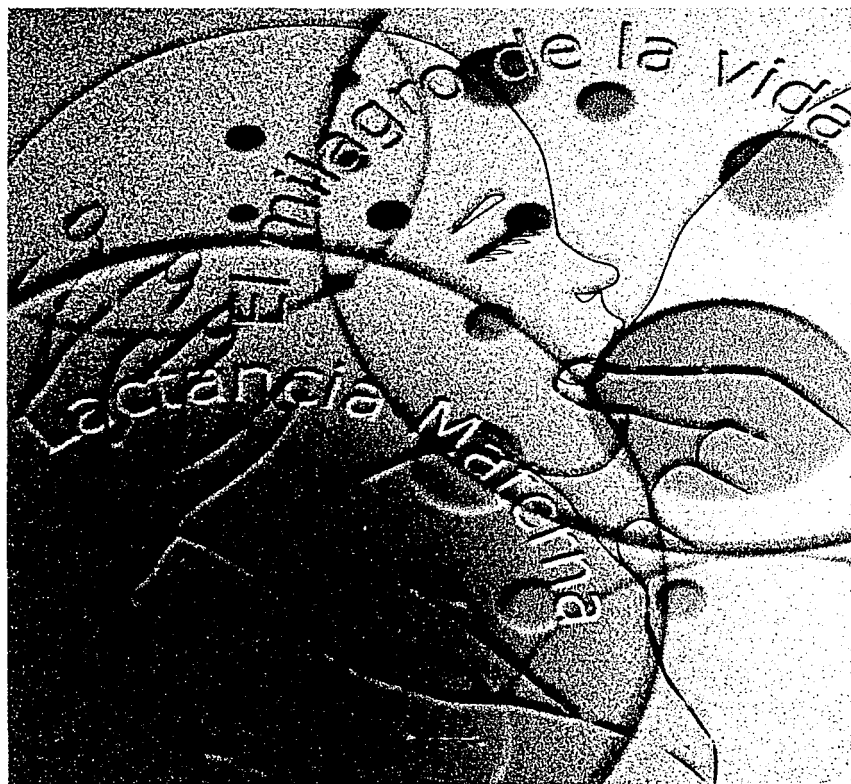
## 5.4 Propuestas

Se realizan dos propuestas de folleto, los elementos se distribuyeron de la misma manera, se hizo de este modo para que al momento de mostrarlas al cliente notará el seguimiento de un mismo patrón y obligarlo un poco a decidirse por una propuesta que tuviera las mismas características y los cambios no fueran tan radicales.

En ambas propuestas se utilizó el color verde como el identificador de la institución, y la plectra como un nivelador de peso visual, ya que se buscó que no compitieran entre sí y tuvieran un lugar de importancia dentro de la composición.

Las ilustraciones se hicieron en la propuesta número 1 de color verde al igual que todos los elementos, pero esta combinación no resaltaba ningún elemento y causaba conflicto por el abuso del color verde, y se veía monótono.

## Portada



### Portada

Predomina el color verde por ser el institucional del IMSS y para asociarlo rápidamente con la misma, esto permite la codificación y asociación de ambos al mismo tiempo.

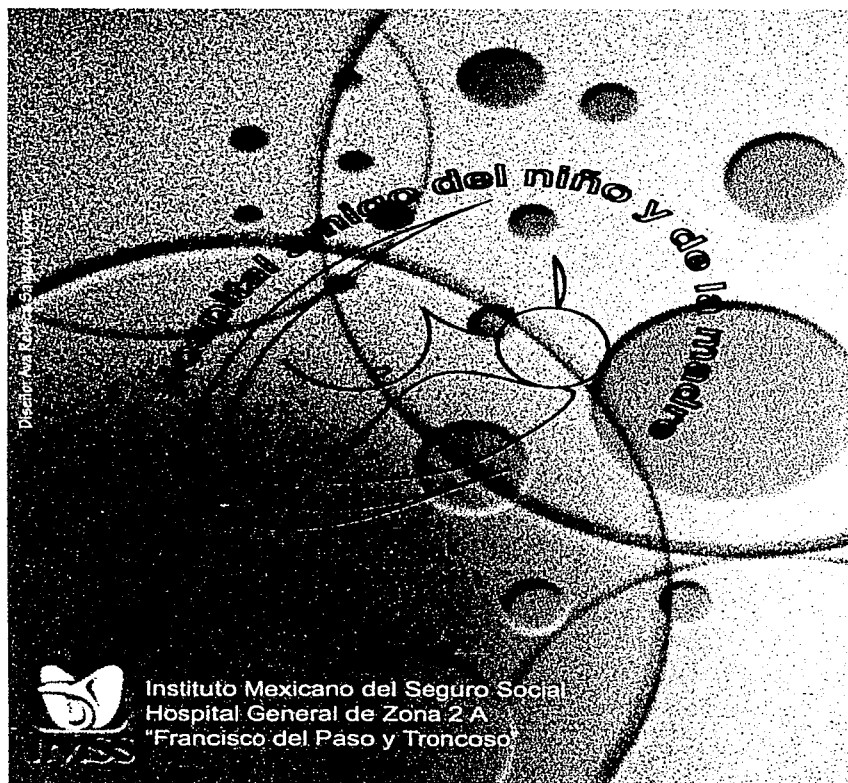
Los círculos además de dar movimiento se asocian al líquido por las burbujas, que en este caso el líquido sería la leche materna.

Los contornos de los círculos chicos y grandes se utilizaron también en relieve para contrastarlos con las burbujas.

El bebé se hizo en un contorno negro, tiene un efecto de bajo relieve para que se funda con el fondo y resaltarlo.

El slogan sirve como título al folleto y para reforzar la idea se pone el subtítulo lactancia materna, ambos están en una tipografía light para que no cauce conflicto con los demás elementos, como el fondo, los círculos y el contorno del bebé, se hizo de la misma textura para dar el efecto de que surge por los diversos puntos que conforman el fondo del degradado.

## Contraportada



### Contraportada

Se utilizaron los mismos elementos de la portada para darle una continuidad al fondo.

Se suprimió el título, subtítulo y el contorno del bebé para, colocar el logotipo de la lactancia materna con el mismo efecto de bajo relieve para resaltarlo del fondo.

Se colocaron el logotipo del IMSS y el nombre del hospital, de la misma manera en que se utilizan en los impresos que realizan para el mismo, se hizo así para darle uniformidad.

## Propuesta #1

**Título:** Se utilizó la tipografía bold futura, con una sombra y realze color verde. El título de esta manera no causa el impacto que se necesita para utilizarlo como un separador del tema.

### ¿Porque amamantar a tu bebé?

Tu leche es el alimento natural que le da la mejor nutrición a tu bebé. Tu leche protege a tu bebé contra muchas enfermedades, principalmente infecciosas y alérgicas.

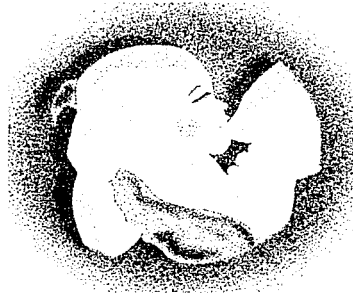
Dar el pecho a tu bebé es cómodo y fácil. Al hacerlo tienes la mejor oportunidad para proporcionarle calor y cariño.

Al dar el pecho tu matriz regresará a su tamaño normal más rápido, y el sangrado será menor.

Pero recuerda, lo más importante es que tu niño crecerá sano.

**Texto:** Se utilizó la tipografía Humanist 521 BT en light color negro, facilita la lectura. La caja tipográfica se encuentra en la parte derecha después del título para darle continuidad al leerlo. Dentro de toda la composición es el único elemento que se diferencia de los demás por el color, esto lo ayuda a que llame la atención y mantenga una jerarquía este se justifica con la pleca.

**Ilustración:** La ilustración es totalmente en color verde, esto no lo ayuda a resaltar, esto no lo ayuda a resaltar y a tomar la jerarquía que tiene dentro de la página, ya que las ilustraciones son indispensables para poder saber cuales son los movimientos correctos en la lactancia.



7

**Pleca:** Se encuentra en la parte izquierda, para nivelar el peso de la caja tipográfica junto con la imagen, cuenta con un ligero difuminado para fundirla con el color blanco del fondo, tiene incrustada en relieve una tipografía futura bold, del mismo color verde la pleca, sin la sombra no resaltaría, no causa mucho impacto es un elemento pesado porque ocupa todo lo largo de la pleca y por el grosor de la letra. Las imágenes ubicadas en la parte inferior causan conflicto porque están encimadas y no permiten la legibilidad.

**Numeración:** Se encuentra en la esquina inferior derecha, del pie de página, es simplemente el número sin ningún adorno que llame la atención para indicar la página en que se esta leyendo.

## Propuesta #2

*Título: Se utilizó la tipografía bold verdana, con una sombra negra para dar la sensación de relieve y se diferencia del fondo de la pleca. Colocado de esta manera sirve como un separador de cada página y facilita el saber en donde se encuentra el lector.*

Tu leche es el alimento natural que le da la mejor nutrición a tu bebé. Tu leche protege a tu bebé contra muchas enfermedades, principalmente infecciosas y alérgicas.

Dar el pecho a tu bebé es cómodo y fácil. Al hacerlo tienes la mejor oportunidad para proporcionarle calor y cariño.

Al dar el pecho tu matriz regresará a su tamaño normal más rápido, y el sangrado será menor.

Pero recuerda, lo más importante es que tu niño crecerá sano.

*Texto: Se utilizó la misma tipografía Humanist 521 BT por las características antes mencionadas en la propuesta # 1*

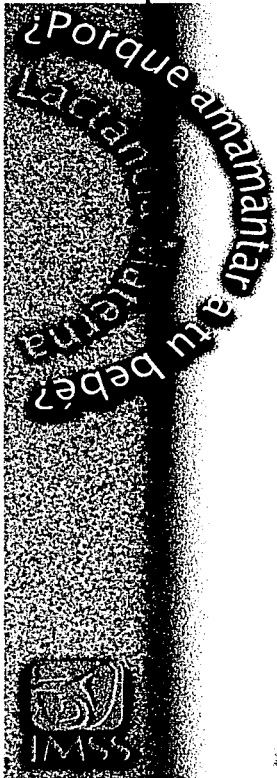


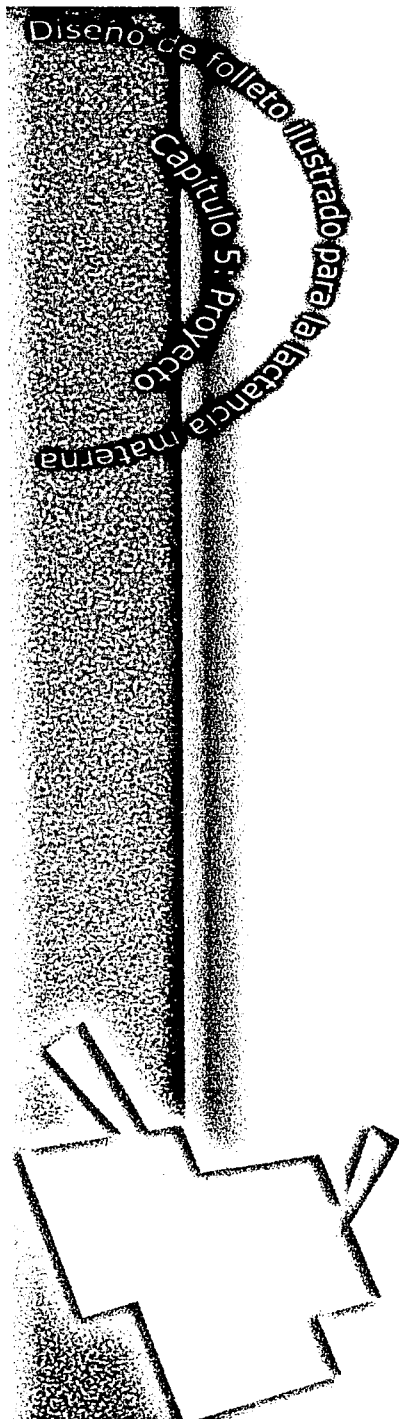
*Ilustración: La ilustración es a colores con una ligera sombra y fondo verde para que se diferencia del fondo y resalte, de esta manera el dibujo es comprensible y llama la atención y facilita el poder hacer los movimientos que se indican en los textos.*

El milagro de la vida: leche materna 8

*Pleca: Al igual que en la propuesta # 1 se ubico la pleca en el mismo lugar por las ventajas que esto representa en cuanto a justificación y peso de elementos. La pleca se diferencia porque tiene una textura ligeramente granulada y combinada con azul, pero el color que se busco que resaltará fue el verde, para que el logotipo del IMSS que se encuentra en la parte inferior resaltará con el color oro y sombra negra que se le puso aprovechando que en el manual de usos del IMSS tiene esta variante el logo.*

*Numeración: Se encuentra en la esquina inferior derecha, del pie de página, junto con una pleca que contiene el slogan de la campaña además de resaltar la frase junto con el número de página, obliga al lector a leer la frase.*





En la propuesta número 2 las ilustraciones se realizaron en colores pastel, para dar una sensación de orden y relación entre el contenido del texto y las imágenes, cada elemento utilizado tiene un color distintivo lo que hace que se vea dinámico y llamativo y ayuda a resaltar dentro del fondo blanco en que se encuentra.

Se utilizó el color negro para el texto, porque resalta dentro de toda la composición y se diferencia de cada elemento sin restarle importancia. Se utilizaron tipografías light para los textos y bold para los títulos.

Se realizó para la portada y contraportada una sola propuesta, porque no se consideró necesario aportar más, y sobre esa misma propuesta se hicieron los cambios pertinentes.

A continuación se mostrarán las propuestas de portada, contraportada y las 2 correspondientes al contenido:

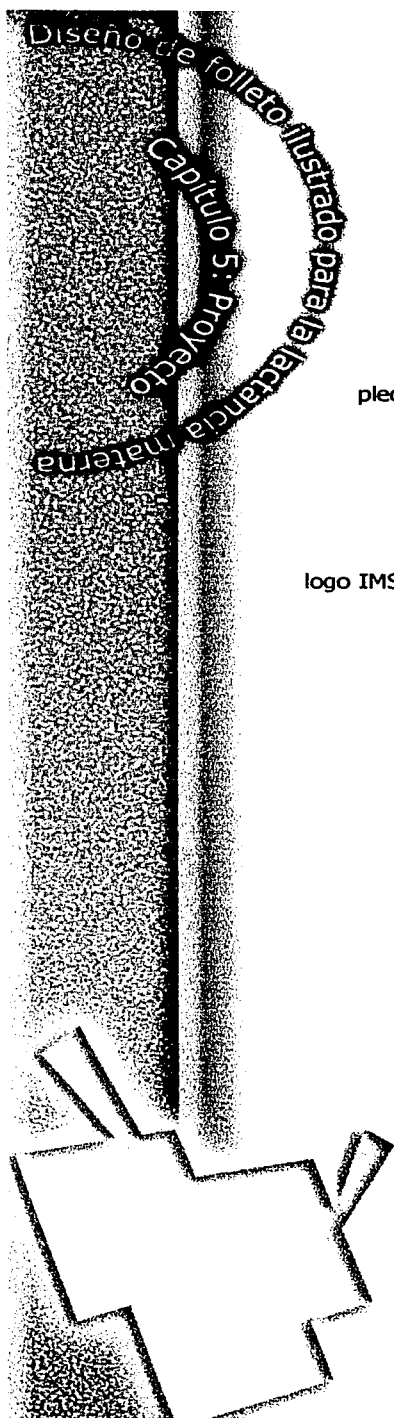
Por todas las características antes mencionadas se optó por la propuesta #2 porque cubre las necesidades de: informar, difundir la lactancia materna de una manera sencilla sin crear conflictos de lectura o en cuanto a las ilustraciones.

### 5.5 Formato

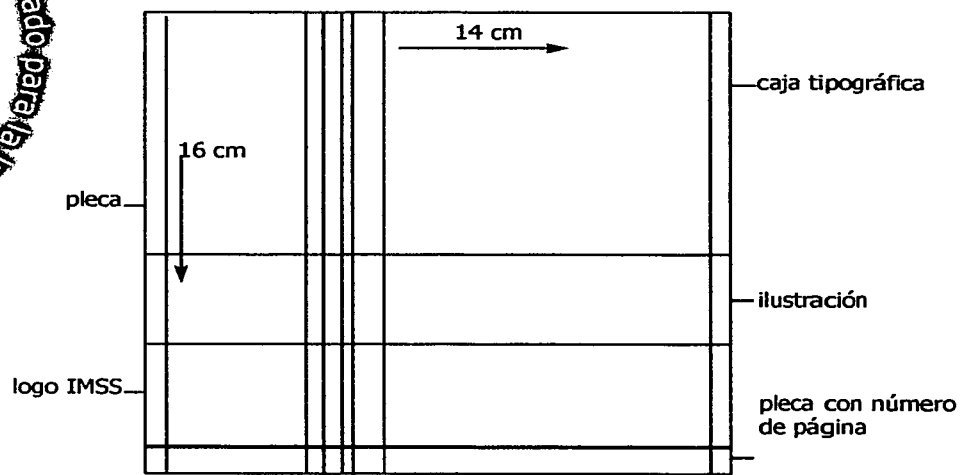
El formato es oblongo y sus medidas 24 x 16 cm; se eligió de esta manera para dar legibilidad a los textos y a las imágenes, además de que presenta la ventaja de que la persona puede llevarlo consigo, y no sólo podrá leerlo o consultarlo cada vez que lo requiera, también mostrarlo logrando así difundir la lactancia a más gente.

### 5.6 Diagramación

La diagramación es un recurso que se utiliza para justificar los elementos dentro de una composición de una forma ordenada y armónica y obtener de esta manera un equilibrio entre imagen y texto. La diagramación consiste en dos columnas, la columna derecha está dividida en tres bloques: la caja tipográfica, la imagen y la pleca para la numeración de las páginas. La columna izquierda tiene una pleca en la cual están distribuidos el título (superior) y el logotipo del IMSS (inferior).



Estas columnas tienen un medianil de 3 mm de separación, el texto de la caja tipográfica está a un interlínea-do. En el folleto se utiliza dicha diagramación, con el fin de obtener un diseño planeado, no crear ruido y lograr su objetivo.



### 5.7 Tipografía

Se utilizaron familias tipográficas de palo seco porque de esta manera el mensaje se codifica más rápido, es decir se facilita su lectura.

Para los títulos se utilizó una tipografía en bold palo seco, llamada verdana, en color blanco con una sombra negra para resaltarla del fondo de la columna verde, distinguiéndola del texto, y hacer separaciones en cada uno de los temas que contiene el folleto.

La tipografía del texto también es de palo seco pero, a diferencia de los títulos, es light, para aligerar el peso de los párrafos y facilitar la lectura; es en color negro para diferenciarlo de los títulos y resaltarlo del fondo blanco.

Diseño de folleto ilustrado para la  
exposición  
Capítulo 5: Proyecto  
de la  
exposición

Familia tipográfica  
**Verdana**

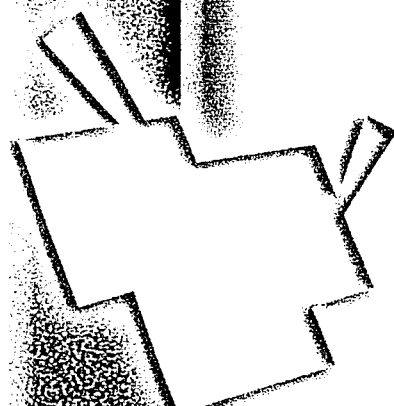
A B C D E F G H I J K L M N O P  
Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g  
h i j k l m n o p q r s t u v w x y  
z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
!"#\$%&/()=?

**A B C D E F G H I J K L M N O  
P Q R S T U V W X Y Z a b c d  
e f g h i j k l m n o p q r s t u v  
w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
!"#\$%&/()=?**

Familia Tipográfica  
**Humanist 521 BT**

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T  
U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p  
q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
!"#\$%&/()=?

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R  
S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l  
m n o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7  
8 9 0 !"#\$%&/()=?**





## 5.8 Ilustraciones

Las ilustraciones son caricaturas de trazo delgado; se hicieron de esta manera para agilizar la comprensión de las diferentes posiciones para amamantar, y con ello facilitar el entendimiento de las mismas.

Se realizaron los dibujos a mano y se trabajaron posteriormente en la computadora, ya que esta herramienta ofrece la posibilidad de hacer más efectos y mejores terminados, (se pueden hacer tan reales como se desee, o sencillos y sin tanto detalle).

La madre y el niño se hicieron en colores pastel para reforzar el tema tratado, además de que está dirigido principalmente a mujeres embarazadas y madres con niños recién nacidos hasta de 6 u 8 ocho meses, y público en general.

Las ilustraciones muestran las diversas técnicas de amamantamiento así como los cuidados y consejos que se deben seguir para lograr una lactancia exitosa.

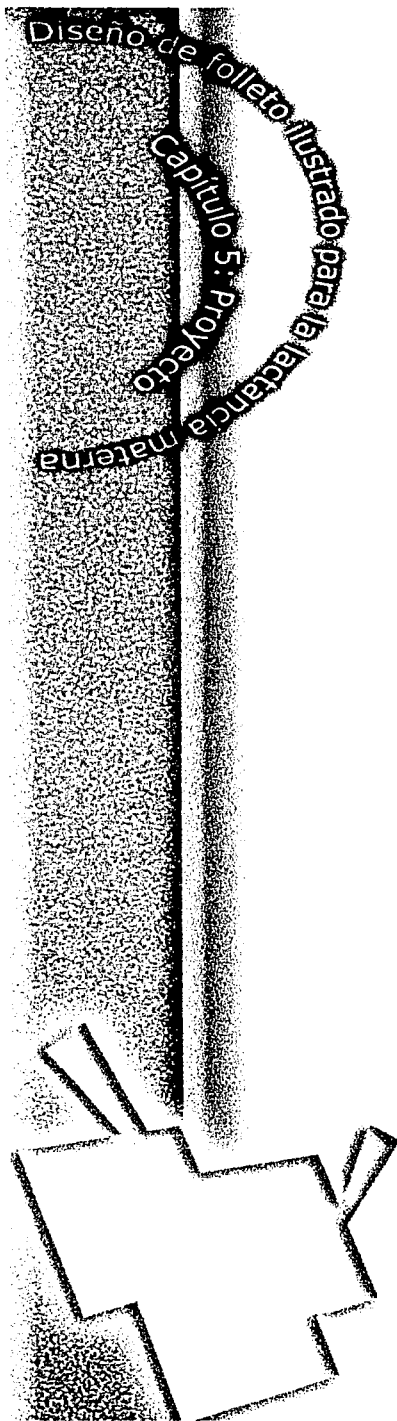
A continuación se mostrarán los bocetos y las diferentes etapas para llegar al resultado deseado, los pasos a seguir fundamentalmente fueron:

1. Bocetaje a lápiz y escaneo
2. Retrazado de las ilustraciones en computadora
3. Iluminado y creación de efectos

## 5.9 Color

Se utilizó el color verde porque, además de ser el color institucional, da una sensación de prosperidad, salud y organización; con esto se logrará motivar al público al que va dirigido y se reafirmará la sensación de confianza en la información que se está proporcionando al asociarlo con la institución, en este caso el IMSS.

Los títulos son en color blanco con una sombra negra para diferenciarlos dentro de la composición, y del texto del contenido.





boceto



trazo iluminado



ilustración con efectos



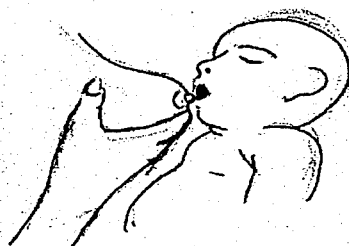
boceto



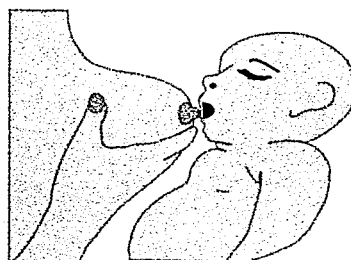
trazo iluminado



ilustración con efectos



boceto



trazo iluminado

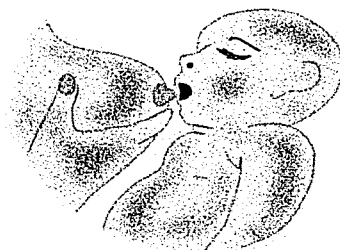


ilustración con efectos



boceto



trazo iluminado



ilustración con efectos



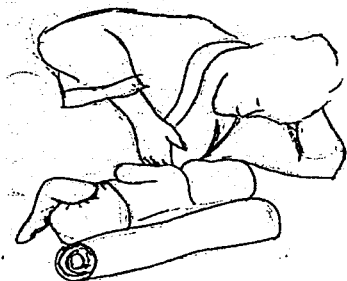
boceto



trazo iluminado



ilustración con efectos



boceto



trazo iluminado



ilustración con efectos



boceto



trazo iluminado



ilustración con efectos



boceto



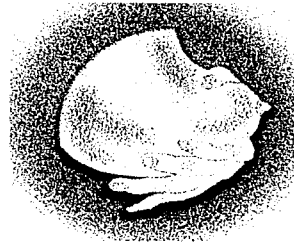
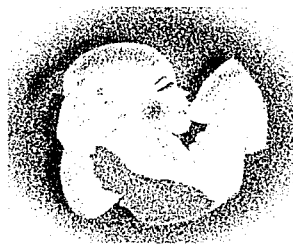
trazo iluminado



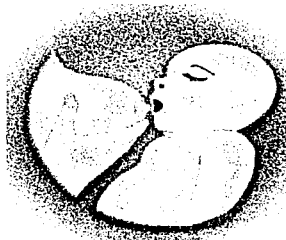
ilustración con efectos

## Ilustraciones finales

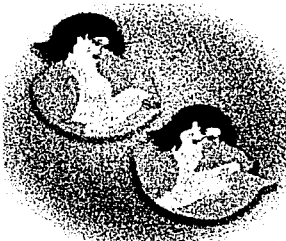
Ilustraciones 1 y 2



Ilustraciones 3 y 4












Ilustraciones 5 y 6



El texto del contenido es en color negro para contrastarlo con los colores antes mencionados y darle una jerarquía con respecto a los títulos y las imágenes.

Las ilustraciones, como se mencionó antes, son en color pastel para reafirmar la delicadeza de la madre con su hijo; estos colores se asocian inmediatamente con bebés y con la mujer.

**Pantone**

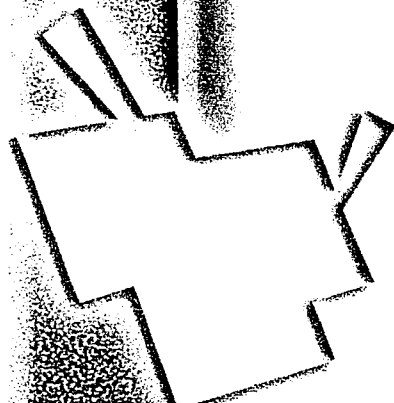
	C:0% M:0% Y:0% K:100%	negro		C:93.72% M:37.25% Y:1.18% K:0%	contorno almohada
	C:0% M:0% Y:0% K:0%	blanco		C:90.59% M:25.29% Y:0% K:0%	contorno ropa
	C:3.14% M:11.37% Y:7.45% K:0%	piel		C:87% M:25% Y:7.48% K:33%	verde
				C:1.96% M:35.69% Y:24.31% K:0%	contorno cuerpo
				C:81.57% M:0% Y:6.27% K:0%	ropa
				C:50.19% M:0% Y:12.94% K:0%	almohada

**5.10 Papel**

El papel que se utiliza es blanco para que no se opaquen los colores de los elementos, seguir conservando la limpieza, y se resalte cada uno de los elementos que en este caso son: texto e imágenes.

El papel es de inyección de tinta, extra blanco, tamaño carta (216 x 280 mm), con un gramaje de 90 g/m2 con un peso de 45 kgs y una brillantez del 92%.

Este papel además de servir para la impresión en inyección de tinta (impresora), también se puede utilizar para el offset, serigrafía, entre otros.

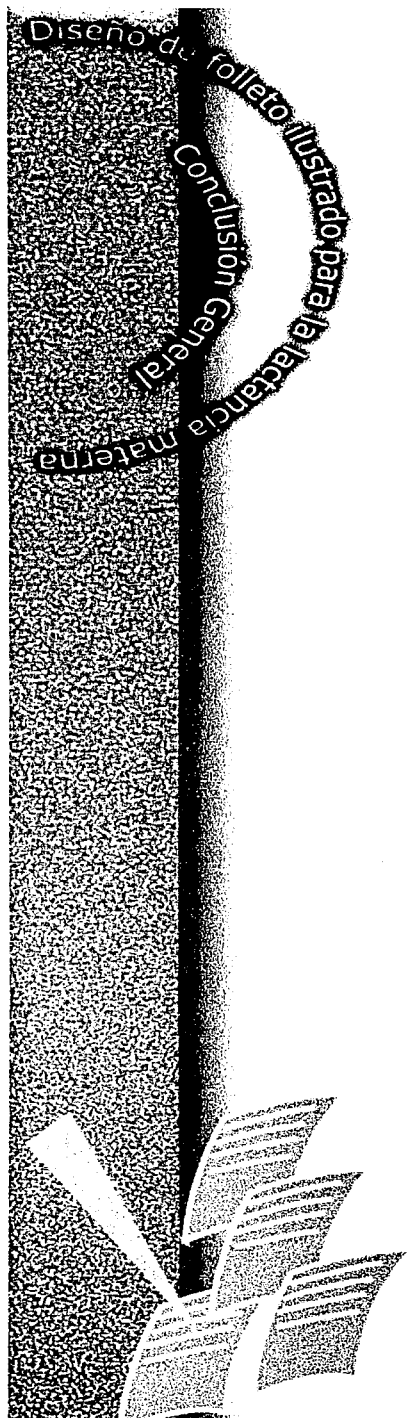


### 5.11 Técnica de impresión

La técnica de impresión en que se reproducirá este folleto será en selección de color ya que permite la exacta combinación de los colores además de la realización de un tiraje extenso en poco tiempo.

A continuación se mostrará el costo total del folleto:

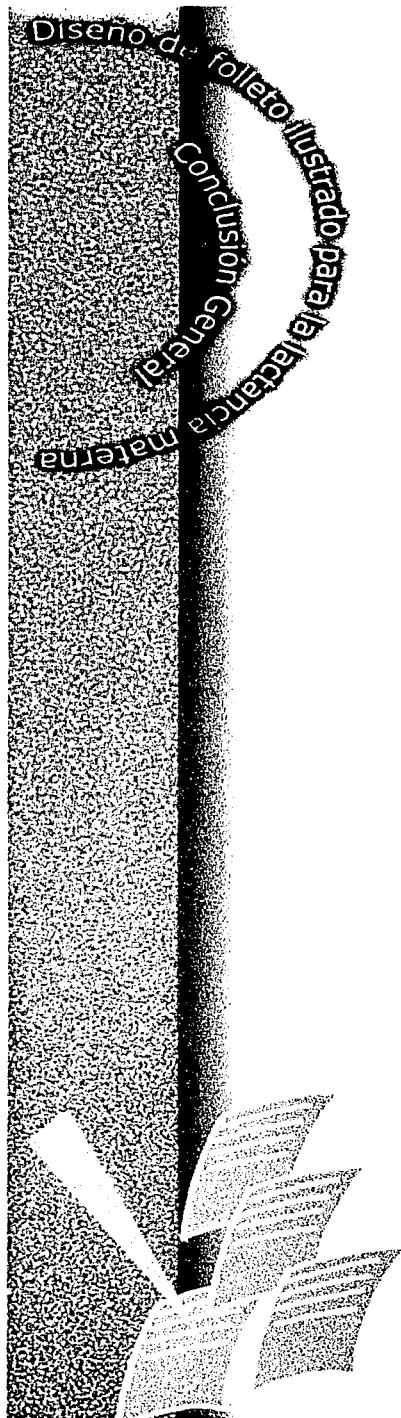
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Folleto de 14 x 16 cm 12 páginas 4/4 selección de color, papel bond de 90 grs, suajado, acabado engrapado	3,000	\$ 5.16	\$15,500 (incluye papel, suajado y acabado)



Diseño de folleto ilustrado para la lactancia materna

Conclusión General





## Conclusión general

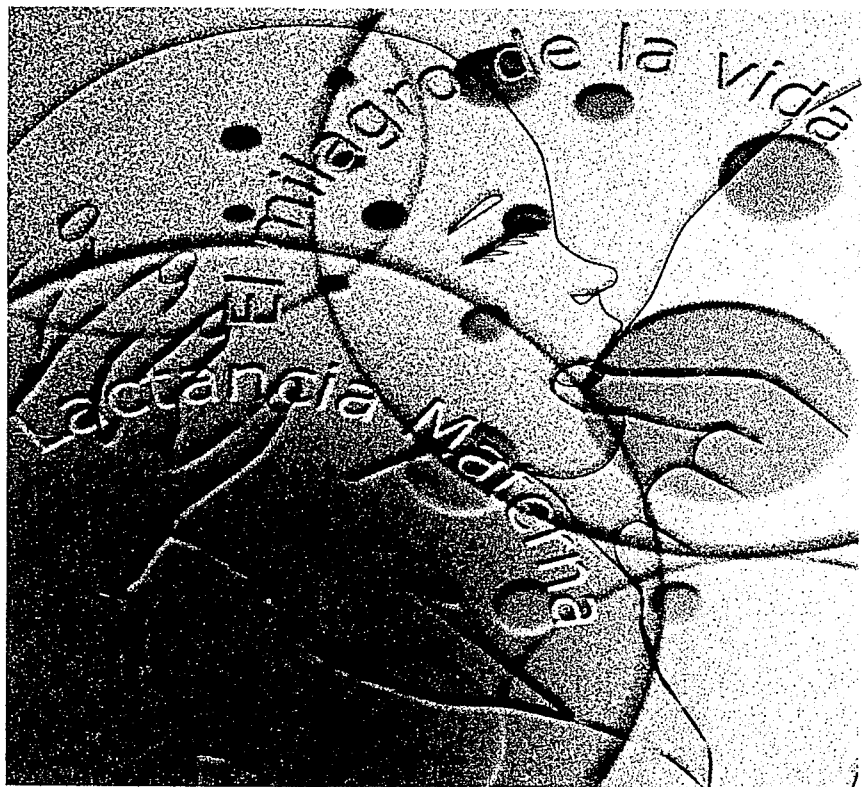
A partir de la campaña para la lactancia materna se ha conseguido concientizar poco a poco a las mujeres de lo importante que es dar la leche materna, y de que no es algo mal visto o poco saludable. Se ha difundido por medio de pláticas, videos material gráfico (folletos, carteles, libros, anuncios etcétera.), los beneficios que trae consigo tanto para el bebé como para la madre, ya que mientras se hace más resistente el sistema inmunológico del bebé, la madre se recupera del parto más rápidamente.

Esto se ha logrado gracias al personal de enfermería que, según sus posibilidades ha desarrollado diferentes materiales gráficos, que cumplen con la tarea de informar pero no poseen los elementos de un diseño: atraer, informar y dejar el mensaje.

Así se decidió realizar un folleto que difundiera información sobre la lactancia materna de una manera efectiva y sencilla, que llega a las manos del público ya sea directa o indirectamente. Una manera directa sería que el interesado lo tome del stand, aparador o mostrador; e indirectamente sería por correo, anexándolo a la correspondencia como en cuentas bancarias, promociones, anuncios, etcétera.

En este caso el diseñador gráfico tiene la tarea de informar de una manera atractiva que llame la atención, pero sobre todo de concientizar al público de que la lactancia es una costumbre, que no debe perderse ya que es sinónimo de salud, y de fortalecimiento en el lazo madre-hijo.

Por último, cabe mencionar que se lograron los objetivos principales del folleto, difundir, concientizar e informar a las madres y futuras madres, ya que al mostrar dicho material tanto a personal de enfermería como a madres y mujeres embarazadas, quedaron satisfechos con la explicación y entendieron perfectamente las ilustraciones, pero sobre todo, se logró contribuir de una pequeña manera a esta ardua tarea.



vida

Milagro

lactancia

Mamá