



GRAFÍA

COLECCIÓN ECUATORIANA DE COMUNICADORES

Manual de Implementación 2014

Autor

Samuel Cadena

Equipo de trabajo

Gabriela Celleri
Denisse León
Cristina Márquez
Edith Molina
Gabriela Romero

Guías de proyecto

Dominique Daccach
Torffe Quintero

Primera edición, noviembre 2014

UNIVERSIDAD
CASA GRANDE





Agradecimientos

Deseo expresar mi más sincero agradecimiento a todas aquellas personas que de una u otra forma me han apoyado a lo largo de estos últimos cinco años y en la realización de este trabajo.

Primero que todo a mis padres, sin su incondicional apoyo no hubiera podido alcanzar tantas metas, incluyendo la culminación de esta etapa de mi vida.

A mi guía y tutoras de tesis. Gracias por su orientación y constante supervisión del proyecto, pero más que nada gracias por su motivación en todo momento.

Gracias a mi equipo de trabajo. Fue gracias al esfuerzo y trabajo de todos como equipo que pudimos salir adelante a pesar de todos los obstáculos que surgieron a lo largo del proyecto.

Un agradecimiento especial al Sr. Peter Mussfeldt, pues sin su ayuda y constante colaboración este proyecto no hubiera podido llevarse a cabo. Gracias por contribuir con sus obras y testimonios para la elaboración del libro, y más que nada, por la confianza depositada en nosotros.

Por último agradezco a mis familiares y amigos que supieron brindarme sus consejos, apoyo y buenos ánimos a lo largo de estos 5 años de universidad. Estoy seguro de que seguiré teniendo su mismo apoyo en las etapas y desafíos por venir.

Índice

■ Antecedentes	4	■ 9. Empaque	26
■ Descripción general del proyecto	5	■ 10. Correcciones	27
■ Objetivo general del proyecto	6	■ 11. Pre-prensa digital	28
■ Objetivos específicos del proyecto	6	■ 12. Impresión	29
■ Límites y alcances	7	■ 13. Encuadernación	30
■ Actores	8	■ 14. Cronograma de trabajo	31
■ Aristas del proyecto	9	■ 15. Presupuesto	32
■ 1. Introducción	11		
■ 2. Objetivos del manual	12		
2.1 Objetivo general del manual			
2.2 Objetivos específicos del manual			
■ 3. Estudio de mercado	13		
3.1 Análisis de publicaciones similares	14		
3.2 Descripción de grupo objetivo	15		
■ 4. Selección de personaje	16		
■ 5. Gestión de derechos de autor	17		
■ 6. Características de la publicación	18		
■ 7. Funciones del equipo de trabajo	19		
■ 8. Concepto, diseño y diagramación	20		
8.1 Contenido textual	21		
8.2 Contenido gráfico	22		
8.3 Diagramación	25		



Antecedentes

Grafía es la primera colección que recoge la vida y obra de destacados comunicadores ecuatorianos. Nace al notar que no existe una recopilación oficial de los logros de talentosas personas que han ejercido profesiones vinculadas a la comunicación en nuestro país. Se buscó, a través de entrevistas, encuestas y diferentes revisiones bibliográficas, al personaje adecuado para ser el protagonista del primer número de esta colección.

El equipo de trabajo también revisó colecciones en formatos digitales como la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, que contiene portales y bibliotecas sobre personajes históricos, o el Google Cultural Institute que recolecta exposiciones y colecciones de museos y archivos a nivel mundial. Ambas colecciones, aunque son muy completas, carecen de una identidad o concepto que las unifique como parte de una gran compilación.

Grafía pretende cubrir esta necesidad dentro del Ecuador funcionando bajo parámetros que la unifiquen, además de rescatar ciertas concepciones de comunicación y juntarlas en las figuras de destacados personajes que se han desenvuelto en el campo, para así conseguir la creación de una colección completa sobre ellos y su importancia.



Descripción general del proyecto

La colección Grafiá pretende recoger, de una manera innovadora, la trayectoria, experiencia, logros e impacto en la sociedad de reconocidos personajes de la comunicación ecuatoriana.



Objetivo general del proyecto

Desarrollar la primera publicación de una serie sobre personajes que se han destacado dentro del ámbito comunicativo en Ecuador.

Objetivos específicos del proyecto

- Determinar el personaje adecuado en base a la investigación realizada.
- Dejar lineamientos claros y precisos para las siguientes publicaciones que vendrán con este proyecto.
- Conseguir la patente intelectual del primer tomo de la colección.
- Proponer la venta de la publicación en librerías de la ciudad.



Límites y alcances

Este proyecto busca sentar las bases, levantar la información necesaria y dejar claras las justificaciones para la existencia de una colección de personajes destacados de la comunicación ecuatoriana. Otro de sus alcances es la publicación y lanzamiento del primer tomo de la colección en un formato innovador y diferenciador dentro del mercado.

Este equipo de investigación pretende que la colección se convierta en un referente bibliográfico, fuente de estudio y disparador creativo para futuros trabajos que destaquen los logros de la comunicación ecuatoriana.



Actores

- **Equipo de trabajo:**
Encargado de llevar a cabo la identidad de la colección de comunicadores ecuatorianos, desarrollar el contenido visual y escrito para este primer tomo titulado *Los diálogos de un trazo*.
- **Universidad Casa Grande:**
Entidad que solicita la realización de la colección de comunicadores ecuatorianos y apoya en su labor al equipo de trabajo.
- **Peter Mussfeldt:**
Personaje principal de este primer tomo y quien colabora con el equipo de trabajo brindando entrevistas, material visual y cualquier otro detalle de su vida que se considere pertinente para la realización de este primer libro.



Aristas del proyecto

Samuel Cadena:

Encargado del desarrollo del manual de implementación del proyecto. El mismo tiene como propósito servir de guía para futuras ediciones del proyecto y mostrar paso a paso el proceso mediante el cual se sugiere llevarlo a cabo, esto con el fin de implementarlo de manera correcta y conseguir así un producto final de calidad. Además, tomó parte en la diagramación y diseño de la publicación.

Gabriela Celleri Tramontana:

Encargada de levantar la información que permita conocer la vida y obras del personaje a través de ocho sesiones de entrevistas pactadas con él. Además, la redacción de los capítulos 2 y 3 de la publicación, después de un análisis y selección previa de información, también ha sido responsabilidad de esta integrante del equipo investigador.

Denisse León:

Encargada del manual de gestión del diseño, donde se encontrará la cronología, estrategia, proceso e implementación del mismo. Este manual se enfoca en el desarrollo del proyecto en general, desde cómo planear la estrategia y luego llevarla a cabo de una manera tangible a través del diseño, tomando en cuenta los diferentes escenarios por parte de el mercado.



Aristas del proyecto

Cristina Márquez:

Encargada de analizar la información recopilada en investigación para poder sacar puntos valiosos que permitan una conceptualización que englobe un solo aspecto marcado profundamente en la vida del personaje. Después, dividir la información más valiosa de las entrevistas en temas y posteriormente capítulos que jueguen un poco con el concepto de la publicación. Finalmente, proceder a escribir el libro bajo este concepto intentando resaltar siempre la vida y obra del personaje.

Edith Molina:

Encargada de la creación de la marca que englobe la colección de personajes destacados de la comunicación. Desarrollo de las piezas gráficas para la marca y la guía para la aplicación correcta de esta. También parte de la diagramación y diseño del primer tomo de la colección.

Gabriela Romero:

Encargada del diseño y diagramación de la primera publicación por parte de la colección de personajes destacados de la comunicación ecuatoriana. Recopilar los aspectos técnicos para el manejo y desarrollo de una publicación editorial junto con la creación de un manual que englobe reglas, pautas, aspectos y recomendaciones para el desarrollo del proyecto en ediciones futuras.

1. Introducción

Como parte de este proyecto se han creado una serie de manuales que cubren varios aspectos del mismo, dejando así lineamientos e instrucciones que faciliten la realización del proyecto en futuras ocasiones.

Este manual de implementación es creado con el propósito de que sirva de guía para futuras ediciones del PAP "Colección Personajes Destacados de la Comunicación Ecuatoriana". El mismo contiene, paso a paso, el proceso mediante el cual se debe llevar a cabo este proyecto para su correcta implementación, obteniendo de esta forma un producto final de calidad.

Se recuerda que este manual es solo una guía para futuros equipos de trabajo, por lo tanto el proceso aquí detallado no tiene por qué ser seguido al pie de la letra. Quienes estén a cargo de este proyecto serán los encargados de llevarlo a cabo de la manera que ellos mejor consideren, basados en su propio criterio y en los objetivos de su proyecto.

2. Objetivos del manual



Objetivo general del manual

Desarrollar una guía de lineamientos para la correcta creación de una publicación impresa dentro del proyecto editorial Grafía, colección de personajes destacados de la comunicación ecuatoriana.

Objetivos específicos del manual

- ▀ Establecer el perfil que deben tener los personajes que vayan a formar parte de esta colección.
- ▀ Definir el material que puede ser usado para el contenido textual o gráfico de la publicación.
- ▀ Especificar las características con las que debe cumplir la publicación antes de poder ser impresa.
- ▀ Designar los tiempos que el equipo de trabajo debe seguir para la creación de la publicación en un periodo determinado.

3. Estudio de mercado



Lo primero a tomar en cuenta es realizar un estudio sobre todos los posibles productos editoriales parecidos que existan actualmente en el mercado tanto nacional como internacional. Además de definir un grupo objetivo hacia el cuál va a estar dirigida la publicación. El resultado de este estudio ayudará a definir las principales características que harán de esta publicación un producto innovador y diferente.

3.1 Análisis de publicaciones similares

El equipo de trabajo debe buscar y analizar diferentes tipos de libros y colecciones en distintos formatos, sean estos en forma de biografías, libros ilustrados, enciclopedias, etc. Esto ayuda a tener una idea clara del tipo de productos que ya existen en el mercado nacional e internacional con respecto al tipo de publicación que se desea crear. Además, así se definirá de qué forma la publicación a crear será diferente a las ya existentes.

Para esta primera edición del proyecto se analizaron las siguientes publicaciones, entre otras:

- Libro *Theo*: Retrato de un artista, por Hellen y Lorena Constante
- Libro *La Magia de Endara Crow*, por Fátima Endara
- Libro objeto sobre la vida y obra del reconocido pianista chileno Claudio Arrau, presentado por el Congreso Nacional de Chile.
- Libro objeto *Le Nez Du Vin*, por Jean Lenoir.

A partir del análisis de estas y otras publicaciones se decidió que para esta edición del proyecto se crearía un libro objeto, pues es un formato innovador, llamativo y que sobre todo va a destacar en el mercado ecuatoriano.

3.2 Descripción de grupo objetivo

Como parte del estudio de mercado también es importante definir quién va a ser el consumidor del producto que se va a crear, es decir, el grupo objetivo a quién nos vamos a dirigir. La identificación y descripción de su comportamiento es lo que ayudará a crear un producto que sea de su interés y lo convierta en un comprador potencial de la publicación.

Para esta edición del proyecto se definió la siguiente descripción de grupo objetivo:

Las personas a quienes este producto está dirigido son altamente visuales. Disfrutan de plasmar su estilo propio en lo que hacen y este estilo es basado en una mezcla de vivencias propias junto con las cosas que consumen a diario. A su vez, lo que consumen debe de mantenerlos entretenidos e interesados constantemente porque su atención puede irse fácilmente a lo siguiente que encuentren.

4. Selección de personaje

Lo siguiente es la selección del personaje sobre el cual va a tratar la publicación. Este personaje debe haberse destacado en algún ámbito de la comunicación, ya sea esta visual, audiovisual, multimedia, escrita, oral o digital.

Se debe justificar la elección del personaje con los respectivos sondeos y encuestas al grupo objetivo al que irá dirigida la publicación. La pertinencia y relevancia del personaje también deben ser justificadas y explicadas.

Para la presente edición se eligió al artista y diseñador gráfico germanoecuatoriano Peter Mussfeldt, pues sus aportes a la gráfica y arte ecuatoriano, además de un involucramiento con la idiosincrasia del país, lo convierten en la figura idónea para protagonizar la primera edición de este proyecto.

5. Gestión de derechos de autor

Una vez elegido el personaje, es importante tener en cuenta desde ya la Ley de Propiedad Intelectual y redactar un contrato pertinente para este tipo de proyecto. La gestión de derechos de autor es una parte muy importante dentro de este proceso, pues lo único que se busca es evitar cualquier tipo de problema legal debido a la gran cantidad de material proporcionado por el personaje para usar en el libro.

Para este proyecto se recomienda redactar un contrato en el cual se detalle que el personaje ha proporcionado material de su autoría con el fin de colaborar con el proyecto. Este material puede ser obras del personaje, fotografías, bocetos de su proceso creativo, entre otros. Además, se debe adjuntar una lista detallada del material otorgado por el personaje y del cual se hará uso en el libro.

Por último, dentro del diseño del libro, se debe colocar el respectivo pie de foto bajo cada obra o fotografía detallando quién es el autor o quién lo proporcionó.

6. Características de la publicación

Se recomienda crear una ficha con las características más importantes del libro. Esta información será de mucha utilidad a lo largo de todo el proceso de producción del mismo.

Características de edición #1

Título del libro: Los diálogos de un trazo

Colección: Grafía, Colección Personajes Destacados de la Comunicación Ecuatoriana

Autores: Samuel Cadena M., Gabriela Celleri T., Denisse León F., Cristina Márquez B., Edith Molina L., Gabriela Romero M.

Tirada: 100

Formato del libro: 29,7 x 19 cm.

Número de páginas: 160

Papel interior: Couché mate de 150 gr.

Encuadernación: Pasta dura, cosido

7. Funciones del equipo de trabajo

Para un desarrollo óptimo del proyecto se sugiere que el equipo de trabajo este organizado de la siguiente manera. Además, a continuación se detallan las funciones que deben cumplir:

- **Diseñador gráfico (3):**

Los diseñadores gráficos se encargarán de la conceptualización, diseño y diagramación entera del libro. Serán los encargados de decidir qué recursos gráficos serán los más apropiados y pertinentes a usar.

- **Diseñador multimedia (1):**

El diseñador multimedia apoyará a los diseñadores gráficos en la generación de contenidos gráficos para el libro. Además, se encargará de la creación del portal web o cualquier otro medio multimedia que se quiera implementar para futuras ediciones del proyecto.

- **Periodista (1):**

El periodista levantará toda la información con respecto al personaje en el que está centrado el libro. Se encargará de manejar una comunicación directa con él/ella mediante entrevistas, las mismas que proporcionarán la información necesaria para la redacción de los textos.

- **Redactor creativo (1):**

El redactor creativo se encargará de apoyar en el levantamiento de información y de la redacción conjunta de los textos. Realizará entrevistas al personaje acorde a la necesidad de contenido textual para el libro.

8. Concepto, diseño y diagramación



Una vez se ha elegido al personaje y se han tomado en cuenta los resultados del estudio de mercado se procede a la generación del contenido para el diseño y diagramación del libro. Este contenido deberá ir de la mano con un concepto de comunicación para el libro y esto será lo que lo haga único y diferente de otras ediciones.

Para esta edición se trabajó bajo el concepto de dualidad. Este concepto fue definido a partir de las entrevistas con la unidad de análisis principal, Peter Mussfeldt. La dualidad se estableció como una característica que está presente a lo largo de la vida y obra de este personaje, demostrando así aspectos determinantes para ser expresados mediante la narración y diseño a lo largo del libro.

8.1 Contenido textual

El contenido textual se genera mediante entrevistas con la unidad de análisis principal, en este caso el personaje, así como familiares o amigos cercanos del mismo. Aspectos como el número de capítulos o el estilo de narración dependen enteramente del equipo de trabajo y del tipo de textos que quieren generar para la publicación.

Para esta edición del proyecto se usó el sistema "Espejos" para la redacción de los textos, el cual consiste en tres episodios: una situación en la que se note la dualidad en la vida del personaje, otra en la que se note una fuerte contradicción y otra en la que se evidencie la resolución que tomó el personaje. Este sistema se manejó a lo largo de cuatro capítulos que tratan diferentes etapas de la vida y obra del personaje.

8.2 Contenido gráfico



El contenido gráfico estará compuesto por cualquier tipo de representación visual que el equipo de trabajo considere pertinente con respecto al personaje, como por ejemplo: fotografías, ilustraciones, obras del personaje, etc.

Para esta edición se utilizaron los recursos gráficos detallados en la siguientes páginas del manual.

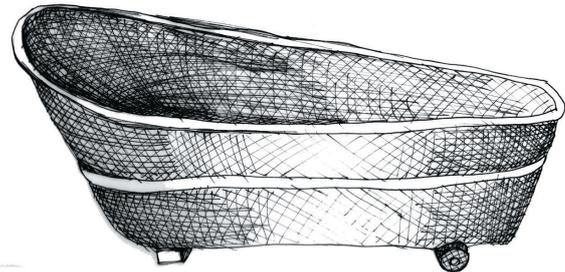
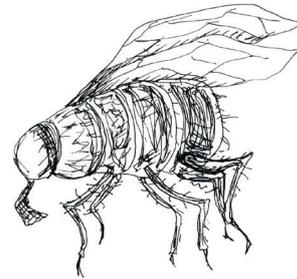
8.2 Contenido gráfico

■ Ilustraciones:

A lo largo del libro se encuentran varias ilustraciones realizadas a plumilla, pues esta técnica es la que más predomina en las obras de Peter Mussfeldt y de esta forma se busca resaltar la esencia artística del mismo.

Troqueles:

- Se implementaron pequeños troqueles como una herramienta para permitir una interacción más activa con el lector, formando así un lazo e involucramiento mayor con él.



8.2 Contenido gráfico

■ Fotografías:

Este libro incluye material fotográfico enfocado en el personaje sobre el cual trata, Peter Mussfeldt. Las fotografías han sido proporcionadas por él, familiares, amigos y muestran al personaje en varias etapas de su vida.

■ Obras del personaje:

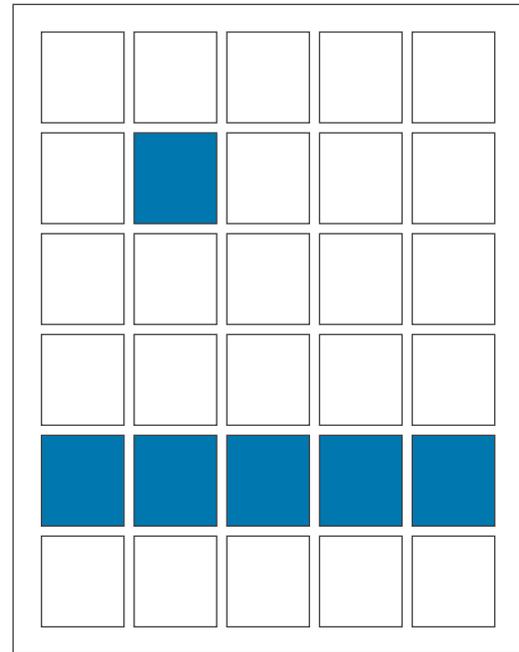
El material artístico y de diseño gráfico de este personaje es uno de los recursos gráficos más importantes que este libro posee, pues es el reflejo, tanto de su vida como de su obra. La recopilación de este material muestra la trayectoria de Peter Mussfeldt como artista y diseñador.



8.3 Diagramación

Al igual que los contenidos, el estilo de diagramación también depende enteramente del equipo de trabajo. Lo único que se debe tomar en cuenta es que la diagramación debe ser creativa, llamativa y diferente a la habitual.

Para esta edición se utilizó un sistema reticular de cuadrículas asimétricas basada en módulos. Este sistema brinda la ventaja de proponer una diagramación editorial diferente y mucho más dinámica, pues permite una mayor libertad al momento de diagramar tanto las cajas de texto como los elementos gráficos que se utilizarán en la publicación.



9. Empaque

Como parte del proyecto, se debe también elaborar un empaque para la publicación. Se recurre al mismo como herramienta comunicativa que le agrega un valor diferenciador a la publicación como producto final y de esta forma el libro sea no sólo funcional, sino también llamativo. La implementación de este empaque es lo que marcará la diferencia con respecto a las publicaciones que se encuentran normalmente en el mercado actual, captando así rápidamente el interés y sentido de curiosidad del grupo objetivo al cual nos dirigimos.



La apariencia y elaboración de este empaque deberá ir de la mano con el concepto del libro y debe ser pertinente al personaje sobre el cual trata. En cuanto a esta primera edición, el empaque tiene una apariencia de maletín de cuero, y al mismo tiempo cuenta con una doble función. La primera es ser el medio por el cual se transporta el libro, mientras que la segunda es funcionar como un exhibidor que permite mantener al libro en una posición inclinada de 45 grados.

10. Correcciones

Una vez se ha terminado de diseñar el libro se procede a un periodo de revisión y correcciones. Durante este periodo se entregará el libro diseñado en versión digital al tutor y guía del proyecto para una revisión de redacción de los textos y del diseño y diagramación del mismo. En su defecto, estas correcciones también las puede realizar un/a profesional del área del diseño editorial. Una vez se hayan hecho las observaciones y correcciones pertinentes se puede proceder con las siguientes etapas del proyecto.

11. Pre-prensa digital

Luego de que el libro este diseñado y haya pasado por el debido proceso de correcciones se procede a la preparación final de los archivos para su reproducción gráfica. En esta etapa se vela por la calidad final del libro antes de que este se imprima.

Los aspectos a tomar en cuenta para la correcta preparación de los archivos son los siguientes:

- Revisión de errores ortográficos.
- Todo el material gráfico como ilustraciones o fotografías debe estar el en formato adecuado y tener una resolución de 300 DPI.
- Corrección de colores. Todo el material gráfico antes mencionado debe estar en el modelo de color CMYK para asegurar la fidelidad de colores al momento de imprimir.
- Revisión de fuentes tipográficas.
- Revisión de armado general.

12. Impresión

Una vez los archivos están listos se acude a una imprenta, a elección del equipo de trabajo, para realizar la impresión del libro.

Esta etapa del proyecto depende bastante de la solicitud de esta y futuras ediciones del proyecto. Para esta edición se solicitaron dos copias del libro para la instancia final de grado, por lo tanto se optó por realizar una impresión digital del libro. Este tipo de impresión, al ser directa, es rápida, ideal para tirajes pequeños y tiene un costo de impresión menor. De darse el caso en el que el libro se publique y deba hacerse un tiraje mayor se sugiere el uso de la impresión offset. Este tipo de impresión es ideal para tirajes largos, posee mayor calidad y su precio por unidad disminuye entre mayor sea el tiraje.

Muy independientemente del tipo de impresión que se vaya a usar, es importante hacer una prueba de impresión antes de enviar a imprimir el libro en su totalidad. De esta forma se puede examinar la calidad de impresión, fidelidad de color y otros aspectos que pueden diferir de la versión digital del mismo.

13. Encuadernación

Ya con el libro impreso se procede a la encuadernación del mismo. En lo posible, se sugiere que esto se haga con la misma imprenta con la que se lo imprimió para abaratar costos.

Dependiendo del tipo de encuadernación que se requiera, esta puede ser por engomado o cosido. La encuadernación por engomado consiste en la unión de las hojas mediante el engomado del lomo, mientras que la encuadernación por cosido consiste en coser los pliegos previamente impresos y ordenados para que así se forme el cuerpo del libro. Se recomienda que el encuadernado final del libro sea cosido, pues tiene un mucho mejor acabado y posee mayor resistencia y durabilidad que el engomado. Por último se procede a colocar la pasta o cubierta en la cual están la portada y contraportada del libro.

Esta es la etapa final de producción de la publicación. Una vez encuadernado, el libro ya está listo como producto final y puede proceder a ser usado.

14. Cronograma de trabajo

En el siguiente cronograma se detallan los tiempos que el equipo de trabajo debe cumplir para llevar a cabo este proyecto en un periodo de 8 meses (mayo - diciembre).

Cronograma de trabajo 2014							
Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Estudio de mercado	Selección del personaje	Levantamiento de información sobre el personaje	Redacción del libro	Redacción del libro	Redacción del libro	Revisión de redacción y diseño del libro	Grado
	Levantamiento de información sobre el personaje		Diseño y diagramación del libro	Diseño y diagramación del libro	Diseño y diagramación del libro		
				Producción de maqueta editorial con avances		Producción de maqueta editorial final	
				Pregrado			

- Investigación
- Pre-producción
- Producción
- Evaluación

15. Presupuesto

Los valores detallados a continuación, que corresponden a las etapas de imagen y pre-producción del proyecto, son responsabilidades que debe cumplir el mismo equipo de trabajo como parte del proyecto. A pesar de esto, se incluyen estos valores con el fin de que se tenga una referencia de lo que costarían estas etapas del proyecto.

Categoría/Concepto	Cantidad	V. Unidad	V.Total
IMAGEN DEL PROYECTO			
Desarrollo de marca	1	\$600,00	\$600,00
Total			\$600,00
PRE-PRODUCCIÓN DEL PROYECTO			
Redacción de contenidos	1	\$1.500,00	\$1.500,00
Diseño y diagramación de contenidos	1	\$2.000,00	\$2.000,00
Total			\$3.500,00
Presupuesto total			\$4.100,00

15. Presupuesto

Los valores detallados a continuación corresponden a la etapa de producción del proyecto y por lo tanto deben ser costeados por el equipo de trabajo, pues tienen que ver con la impresión del libro y elaboración de su empaque. Además, se incluye un estimado para un primer tiraje del libro.

Categoría/Concepto	Cantidad	V. Unidad	V.Total
PRODUCCIÓN DEL PROYECTO			
Material de impresión (papel couché 150gr.A4)	320	\$0,25	\$80,00
Impresión del libro (para instancia de grado)	2	\$160,00	\$320,00
Producción de empaque (para instancia de grado)	2	\$50,00	\$100,00
Primer tiraje del libro	100	\$30,00	\$3.000,00
Total			\$3.500,00
Presupuesto total			\$3.500,00