

## **Aplicación del Proceso Metodológico de Diseño en la proyección de Sistemas de Colecciones Editoriales.**

### **Autor**

D.I. Giselle Álvarez Moret, [galvarez@isdi.co.cu](mailto:galvarez@isdi.co.cu)  
Instituto Superior de Diseño (ISDi), Cuba

### **RESUMEN**

El proceso de diseño, desde su concepción, no responde a una normativa rígida, sino que varía en dependencia de los problemas profesionales a los que se aplica, teniendo en cuenta el enfoque del proyecto, sus usuarios y su finalidad útil. El presente trabajo propone un grupo de particularidades para la aplicación de esta metodología en el diseño de sistemas de colecciones editoriales. El objetivo consiste en sistematizar esta práctica, a partir del estudio de caso CIDMUC (Centro de Investigación y Desarrollo de la Música Cubana), con el fin de que la propuesta pueda servir de referencia en futuros abordajes de esta tipología de proyecto. La propuesta enfatiza en la funcionalidad, a partir de los usuarios específicos predefinidos por el cliente. Se tiene en cuenta las particularidades tecnológicas del contexto nacional y el profundo estudio tipográfico necesario para la composición de textos en el medio impreso. Como resultado, se sistematiza el proceso aplicado a esta tipología de producto, haciendo especial reflexión sobre los portadores de la función identificativa del sistema de colecciones y todas las posibilidades conceptuales que pueden desplegarse de este tipo de problemas de diseño.

### **INTRODUCCIÓN**

La aplicación del proceso metodológico de diseño en los productos editoriales es esencial para el desarrollo de los mismos, a partir de proponer diseños que, bajo las condiciones reales de cada país, puedan alcanzar un mayor impacto social.

La presente ponencia aborda un estudio de caso realizado como Trabajo de Diploma de la carrera de Comunicación Visual del ISDi. Tiene como objetivo analizar la aplicación del proceso metodológico de diseño para productos editoriales que funcionen como sistema a partir de un estudio de caso. Se emplearon como métodos la observación estructurada, la revisión bibliográfica y la entrevista. Como particularidad en este estudio de caso se abordó la conceptualización de una estrategia de respaldo para las identidades de las colecciones de un mismo sello editorial.

### **El proceso de diseño**

El proceso de diseño, como aplicación metodológica en el instituto, consta de cinco etapas: necesidad, problema, conceptualización, desarrollo y, por último, implementación; donde por lo general se hace un mayor énfasis en las cuatro primeras, dadas las características reales de los proyectos. Cada etapa cuenta con características y objetivos específicos que tributan al desarrollo del mismo, a fin de garantizar que este satisfaga la necesidad que le dio origen. En cada caso específico la selección de la información a investigar y clasificar, como los métodos y técnicas a utilizar, varían en dependencia de la tipología de proyecto. Adaptarse coherentemente a esta, deriva en la efectividad del diseño para dicho problema.

El estudio de caso en cuestión muestra cómo se adapta el proceso de diseño, aplicado en el ISDi, a productos editoriales, los cuales deben funcionar como sistema y, a su vez, constituir y formar la nueva imagen del CIDMUC como sello editorial. El estudio de caso cuenta con varias colecciones y un despliegue de aplicaciones promocionales, por lo que requiere de un gran proceso investigativo desde el punto de vista editorial y literario, dada las características del público y tipologías de las colecciones.

Aunque el proyecto en sí se puede catalogar en el área de diseño Editorial, se trabajó con especial atención en desarrollar una imagen que se produjese a partir de los soportes promocionales y colecciones, sin necesidad de rediseñar el identificador del centro a fin de poderlo relanzar, por lo que todas sus colecciones funcionarán como sistema.

Mostraremos el análisis realizado en cada una de las etapas a partir del estudio de caso.

### **La etapa necesidad**

La primera etapa comienza con el encargo de diseño, que se obtiene luego de establecer contacto con el cliente donde este expone sus carencias y necesidades a fin de encontrarles solución. En muchas ocasiones el diseñador deberá detectar necesidades no conocidas por el cliente, así como evaluar las propuestas por el mismo, a fin de reconocer qué tipología de proyecto será válida en cada caso. En la demanda de diseño o encargo esto se debe definir de la forma más clara y precisa posible, con el objetivo de poder satisfacer acertadamente la necesidad propuesta, como resultado de dichos intercambios entre diseñador y cliente.

En el estudio de caso en cuestión se definió de la siguiente forma:

*El Centro de Investigación y Desarrollo de la Música Cubana (CIDMUC) solicita a la Facultad de Diseño de Comunicación Visual del Instituto Superior de Diseño, como Trabajo de Diploma, desarrollar las pautas de sus colecciones editoriales.*

Luego de definido el encargo de diseño se explica con más detalles la necesidad que lo originó. Se debe validar la misma desde tres principios específicos: Economía, Humanismo y Sustentabilidad. El primer punto aborda las condiciones económicas del proyecto y cómo se respetarán. Dentro del Humanismo encontraremos el valor social del proyecto. La Sustentabilidad se dará a partir de la relación del proyecto con el medio ambiente. A partir de validarse con estos principios se puede concluir que el proyecto es viable y, por tanto, realizable.

Queda planteada la necesidad de la siguiente forma:

*En el ámbito nacional, el Centro de Investigación y Desarrollo de la Música Cubana (CIDMUC) es una institución única en su tipo que tiene como objeto social el favorecer e incentivar el conocimiento, la investigación, el desarrollo y la información general acerca de la música cubana, tomando en cuenta las raíces culturales de esta y las relaciones que en cada momento la misma ha tenido con las expresiones artísticas de otros pueblos.*

*En su estructura organizativa, el CIDMUC no cuenta con un departamento de diseño, por lo que presenta la necesidad de sistematizar sus productos editoriales para que estos sean identificados por el público, con lo que se pretende, al mismo tiempo, que los diseñadores contratados dispongan de una pauta que garantice mantener la imagen e identidad del mismo, así como de sus colecciones.*

Posterior al planteamiento de la necesidad, se definen las condicionantes. Estas se pueden encontrar establecidas por el cliente o el entorno en que se desarrolla el proyecto. Se plantea en tres variables específicas: producción, circulación y consumo. En este estudio de caso se prestó especial atención a las condicionantes de consumo, dado que la institución contaba con públicos específicos muy definidos, así como las condiciones específicas para la producción del proyecto en imprentas ya establecidas: Palcograf y Federico Engels. En esta etapa también se define el cronograma de trabajo, donde se proyecta el tiempo y las tareas a cumplir en todas las etapas del proyecto a fin de planificar mejor el tiempo, se hace especial señalamiento a las pre-entregas de proyecto y a la fecha límite de culminación del mismo.

### **La etapa problema**

La etapa comienza con la definición del problema y los objetivos generales y específicos. Estos constituyen tareas a realizar y sus cumplimientos deben ser medibles y evaluables.

### **Problema**

*Diseño de las pautas editoriales y las aplicaciones promocionales de las colecciones del Centro de Investigación y Desarrollo de la Música Cubana (CIDMUC).*

### **Objetivo general**

*Diseñar las pautas editoriales de las colecciones del Centro de Investigación y Desarrollo de la Música Cubana (CIDMUC) de forma que sean coherentes con la imagen que el instituto desea proyectar.*

### **Objetivos específicos**

*Diseñar los identificadores visuales de cada una de las colecciones editoriales.*

*Elaborar el Manual de Estilos de las colecciones.*

*Diseñar los soportes promocionales de las colecciones.*

*Confecionar el Manual de Estilos del catálogo de las colecciones.*

*Generar plantillas de los soportes promocionales.*

Posterior a la definición del problema se comienza el análisis del mismo a partir de diferentes factores (función, uso, contexto, mercadológico y tecnológico) bajo los cuales habrá de regirse la investigación. En esta etapa es donde se encuentra la mayor carga investigativa del proyecto y es donde se analiza y recopila mayor información. En este estudio de caso específico, dada la tipología del proyecto, se potencia el factor funcional.

### **Factor Función**

Es el que estudia la finalidad útil del producto a diseñar, así como las acciones que contribuirán a que se satisfagan las necesidades del público.

En el estudio de caso se realiza un análisis del identificador del Centro de Investigación y Desarrollo de la Música Cubana (CIDMUC) a partir de su concepto, denominación, código tipográfico, composición, código de color, nivel de representación, rendimiento y su ubicación en las colecciones del perfil editorial. A su vez se hace un estudio de las características de la tipografía tanto para cuerpo de texto como para titulares.

Las colecciones que componen el perfil se analizan, desde el punto de vista funcional, partiendo de su objetivo, los elementos que componen la parte externa de los libros (cubierta, contracubierta y lomo) y las tripas, de los cuales se estudian formatos y materiales empleados, retículas, niveles tipográficos, recursos gráficos, códigos de imagen y de color, portadores de la función identificativa de cada colección; así mismo se observa el comportamiento de los elementos fijos y móviles de estas.

Partiendo de estos análisis se elabora la matriz funcional que responde a las colecciones y a las aplicaciones promocionales de las mismas. Particularmente se examina la composición y elaboración de las partituras que se insertan en los libros.

La matriz se divide a partir de las funciones que deberán poseer los productos finales, como son: identificar, informar, promocionar y orientar. Se realiza un desglose por cada una de las funciones de los portadores, tanto para las colecciones como para las aplicaciones promocionales, lo que facilita la inserción de dichas funciones en los productos de acuerdo con el desglose realizado (*Véase anexo 1*).

### **Factor Contexto**

---

Estudia todo cuanto se relaciona con el entorno en el que es desplegado el producto de diseño. Tanto desde el punto de vista físico como social.

En este caso se analizan los modos de distribución, tanto minorista como mayorista de los libros del Centro de Investigación y Desarrollo de la Música Cubana (CIDMUC) y, particularmente, las características de los contextos en los que se comercializa de forma minorista.

### **Factor Uso**

Estudia la materialización del consumo, así como las acciones humanas que implementan, dirigen y controlan las funciones designadas al producto. Para esto es indispensable el estudio del público meta.

Se analizan las características psicológicas y antropométricas de los públicos a los que van dirigidas las colecciones del perfil editorial. Junto a esto se realiza un estudio de la intensidad de uso de cada una de ellas. En el modo de uso se abarca desde las librerías hasta los usuarios que emplearán los libros para el aprendizaje.

Se toman en cuenta estudios realizados sobre las características psicológicas de niños que se encuentran en la enseñanza musical, de acuerdo con las distintas etapas de desarrollo, tal como se muestra en el libro *El niño, sujeto de la educación musical. Desarrollo evolutivo en relación con la educación musical*.

### **Factor Tecnológico**

Estudia los principios técnicos, la tecnología y todo lo que pertenece al momento de la fabricación, manufactura, reproducción, impresión o programación digital.

En este caso se profundiza en las posibilidades productivas del territorio, elemento que influye directamente en el diseño. Se investiga sobre los requerimientos técnicos en las imprentas Palcograf y Federico Engels, tomando en cuenta cómo deben realizarse las entregas de los originales, en lo referente a tipografías, resolución y formato de las imágenes; los programas permitidos, los grosores de líneas, los modos de color y formatos. También se prevé los materiales y procesos empleados en cada una de estas imprentas.

### **Factor Mercadológico**

Estudia el mercado y la manera en que el mensaje llega a la persona, donde se materializa el valor de cambio y la promesa de utilidad.

En este sentido se consideran las características del mercado y la competencia. Se analizan homólogos y similares con el fin de extraer tendencias y tener nociones del estado del arte en cuanto a la tipología del producto en cuestión.

Se realiza un análisis de libros de la misma tipología tanto en el ámbito nacional (22 libros) como internacional (15 libros) en los que se hace especial énfasis en el código tipográfico, código de imagen, composición, y la aparición del identificador del sello editorial en la cubierta. A su vez, se estudia el funcionamiento de colecciones partiendo de los elementos fijos y móviles tanto en las cubiertas como en las tripas de estas; este estudio se segmenta en colecciones de música (14), colecciones nacionales (10) e internacionales (24) de diversas temáticas (*Véase anexo 2*).

Luego del análisis de cada uno de los factores de la etapa problema, se establecen requisitos que serán de obligatorio cumplimiento en el desarrollo de la solución. De esta forma se facilita la toma de decisiones en la conceptualización y desarrollo del proyecto.

En el estudio de caso que se muestra, se expresaron de la siguiente forma por cada uno de los factores:

---

### **Requisitos Función**

- Sistematizar la colocación del identificador del Centro de Investigación y Desarrollo de la Música Cubana (CIDMUC) en la parte exterior de los libros.
- Tener en cuenta los límites de reducción del identificador del centro para el diseño de lomo y cubierta.
- Realizar cambio de denominación en las colecciones para garantizar su impacto y sistematicidad.
- Los identificadores de las colecciones deberán ser sistémicos.
- Diseñar un contenedor para cd que se incorpore al libro.
- Estandarizar los formatos de los libros segmentándolos en los que funcionan como partitura y los que no.
- Potenciar tanto en la tripa como en la cubierta la jerarquía de los diferentes niveles de lectura.
- Diseñar para los inicios de capítulos una pauta que permita diferenciarlos del resto de la tripa.
- Establecer un estilo de gráficos y tablas para las colecciones que lo requieran.

### **Requisitos contexto**

- Potenciar la identificación del CIDMUC en las colecciones dada la convivencia de estos con libros de otros sellos editoriales, en el contexto de las librerías y bibliotecas.
- Diseñar soportes para la identificación exterior del punto de venta minorista.

### **Requisitos uso**

- Tomar en cuenta el gramaje del papel de acuerdo a la intensidad de uso de los libros.
- Tomar como referencias las dimensiones antropométricas del percentil 95 del público meta definido en cada colección para la dimensión de la falda.
- Para los libros que adquieren la función de partituras se utilizarán formatos grandes para una mejor legibilidad de las mismas.

### **Requisitos tecnológicos**

- Emplear el modo de color CMYK para garantizar que puedan ser producidos tanto en la imprenta Palcograf como en la Federico Engels.
- Tomar en cuenta los programas permitidos por ambas imprentas: Page Maker, Corel Draw, Adobe Illustrator, Adobe Indesign y QuarXPress.
- Para el envase del cd emplear la menor cantidad de cortes posibles y cortes de baja complejidad (cortes rectos) debido a las limitaciones de imprenta.

### **Requisito mercadológico**

- Tomar en cuenta las tendencias actuales en cuanto a los elementos fijos y móviles de las colecciones para garantizar su sistematicidad.

### **La etapa conceptualización**

Engloba los contenidos, informaciones y planteamientos que habrán de tenerse en cuenta a la hora de comenzar a conceptualizar. Reúnen un grupo de contenidos propios de la metodología creativa de cada Problema de Diseño.

Se determina el Discurso Visual como base conceptual para la generación de las posteriores premisas.

---

Las definiciones conceptuales permiten que la etapa creativa se dirija correctamente, economiza el tiempo y garantiza la eficacia estratégica del posterior concepto.

Se define una estrategia de respaldo de las identidades de las colecciones entre sí, con el fin de propiciar al usuario un fácil reconocimiento del sello, al ser más efectiva la asociación de una colección con otra cuando se muestran en un contexto, en convivencia con libros de otras editoriales. La individualidad de las identidades haría más difícil su reconocimiento como parte de un sello del CIDMUC, sobre todo partiendo de la juventud de este.

Luego de tomarse la decisión de establecer un respaldo entre las identidades de las colecciones, se decide establecer sistematicidad en el nombre de las mismas.

La preposición “de”, empleada en el nombre de las colecciones (D’Música, D’Estudio, D’Campo) denota solamente clasificación, por lo que se toma la decisión de prescindir de esta, teniendo en cuenta que la finalidad del nombre de las colecciones, que es identificar e informar, no se verá afectada sin su presencia, además de generarse mayor impacto en la pronunciación al no encontrarse presente. Se mantiene al inicio la palabra “colección” para garantizar la sistematicidad.

En el caso de la colección Patrimonio Musical Cubano, se prescinde de las palabras Musical Cubano y se agrega “colección” al inicio del nombre.

También, como parte de las definiciones estratégicas, se agrupan las colecciones en dos formatos principales, el primero para los libros que contienen partituras de gran extensión, con una medida de 216 x 280 mm (colección Campo y colección Patrimonio) y un formato más pequeño de 145 x 216 mm (colección Música y colección Estudio) con el fin de homologar más las colecciones como sistema, estableciendo solo dos formatos de libros.

Luego del análisis de la etapa problema se establecen atributos generales y específicos del proyecto, de los cuales se seleccionan los atributos a comunicar y, posteriormente, los rasgos de estilo. Como particularidad del estudio de caso que se presenta, en cuanto a atributos y rasgos de estilo, se realiza un análisis segmentado en el sello editorial y cada una de las colecciones que lo componen; con el fin de arrojar resultados específicos para cada una de estas, que faciliten el proceso de diseño.

### ***Atributos a comunicar***

*Sello editorial*

Musical

Cubano

Investigativo

*Colección Campo*

Tradicional

Folclórico

*Colección Música*

Diverso

*Colección Estudio*

Didáctico

Interactivo

*Colección Patrimonio*

Tradicional

Antiguo

Se desarrolla una tabulación de los rasgos de estilo por cada una de las colecciones, así como en el perfil editorial en general, con la finalidad de lograr una comunicación más efectiva de los atributos, a partir de dichos rasgos (*Véase anexo 3*).

### **Rasgos de estilo**

#### *Perfil editorial*

Símbolos musicales

Movimiento en la tipografía

Formas regulares

Tintes poco saturados y con bajos niveles de claridad

Predominio de fotografía

Alto contraste en la tipografía

#### *Colección Campo*

Movimiento en la tipografía

Formas rústicas

#### *Colección Música*

Convivencia de formas regulares e irregulares

Tipografía con altos contrastes

#### *Colección Estudio*

Empleo de formas regulares

Referencia a la caligrafía

#### *Colección Patrimonio*

Tintes poco saturados y con bajos niveles de claridad

Tipografía con rasgos clásicos

A partir de aquí comienza a conceptualizarse la estrategia de respaldo entre las identidades. Para esto se parte de la definición de premisas conceptuales, atendiendo a lo que quiere comunicar el centro con dichas colecciones.

#### *Premisa 1*

*Diseñar composiciones tipográficas personalizadas con el nombre de cada una de las colecciones, potenciando el protagonismo de estos por encima del título del libro y nombre del autor en la cubierta; de esta manera se pondera la importancia de las colecciones dado que estas responden directamente al resultado de las líneas de investigación del centro. Los recursos gráficos empleados en la tripa responderán a los rasgos de la tipografía empleada en los portadores de la función identificativa.*

### *Premisa 2*

*Generar identidades que cuenten con imagotipo, ya sea icónico, abstracto o alfabético y con logotipo, para cada una de las colecciones, las cuales respondan a una estrategia de respaldo entre sí, pero que reflejen los rasgos y elementos que identifican cada colección. Los recursos gráficos en el interior responderán a los empleados en la identidad.*

Durante la etapa concepto se realizan dos premisas, las cuales son desarrolladas a partir de alternativas y variantes. De cada una de estas premisas se elige una variante, las cuales se desarrollan hasta el final de la etapa, para, partiendo de estas, poder evaluar y elegir el concepto óptimo dado que ambas satisfacen las necesidades del proyecto (Véase anexo 4).

Durante el proceso de diseño los portadores de la función identificativa de las colecciones se visualizan sobre las propuestas de diseño de las cubiertas para así poder evaluar su funcionamiento en el soporte principal para el que son creadas.

Luego se describe la evolución de cada una de las variantes finales a fin de poder establecer el concepto óptimo.

En el desarrollo de la premisa 1 fueron identificadas como desventaja las limitaciones en cuanto a reducción de las composiciones tipográficas. En cambio, las capitulares, realizándoles ajustes en los grosores, funcionan a pequeños puntajes.

Desde el punto de vista funcional, a nivel de identidad, las capitulares son más recordables y reconocibles que las composiciones tipográficas. En cuanto a los recursos gráficos empleados, las capitulares representan más directamente los atributos y rasgos del sello editorial, debido a que hacen una alusión más evidente a la música.

Posterior a dicha evaluación se pasa a la definición del concepto óptimo.

### **La etapa desarrollo**

La etapa Desarrollo es consecuencia inmediata de la etapa investigativa y la materialización de los resultados ya conceptualizados. A partir de aquí las soluciones de diseño se llevan a punto de terminación, se detallan y preparan para la producción (Véase anexo 5).

Teniendo en cuenta los aspectos anteriormente descritos para el estudio de caso, como resultado del trabajo de diploma se obtuvo el diseño de las pautas de las colecciones, así como de sus aplicaciones promocionales y los identificadores visuales de cada una de estas. Además, se crearon los manuales de las pautas editoriales y las plantillas de las aplicaciones.

### **CONCLUSIONES**

El presente trabajo propone una base metodológica para la realización del diseño en colecciones de libros de un mismo perfil editorial, a fin de lograr su funcionamiento como sistema.

Se realizan ajustes analíticos a la metodología en la particularización de la matriz funcional, en el desglose de atributos y rasgos de estilo para cada una de las colecciones, así como en el perfil editorial en general.

Lejos de ser rígida, la metodología del proceso de diseño varía en dependencia de la tipología de proyecto. El saberla particularizar a cada uno de los problemas profesionales en los que se inmiscuye el diseñador, potenciará un mejor resultado, debido a que encausa la investigación y no se pierde tiempo en exploraciones superfluas que no llevarán a ningún lugar. Se deberá continuar realizando estudios de casos para perfeccionarla e incluirla en el quehacer diario del diseñador, puesto que la metodología muestra un camino y cada proyecto una manera de hacerla.

### BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez Moret, G.; Guzmán Croza, N. (2016) Diseño de las pautas editoriales y soportes promocionales de las colecciones del Centro de Investigación y Desarrollo de la Música Cubana (CIDMUC). Instituto Superior de Diseño, La Habana.
- Centro de Investigaciones en Ergonomía. *Dimensiones antropométricas de población mexicana*. Universidad de Guadalajara, 1993-1999.
- Departamento de Comunicación Visual. *Conferencias de Diseño de Comunicación Visual V*. La Habana. ISDi. 2014-2015.
- Departamento de Comunicación Visual. *Conferencias Diseño Editorial*. La Habana. ISDi. 2013-2014.
- Departamento de Diseño Industrial. *Conferencias de Ergonomía*. La Habana. ISDi. 2013-2014.
- Departamento de Comunicación Visual. *Conferencias de Identidad Visual*. La Habana. ISDi. 2013-2014.
- Departamento de Comunicación Visual. *Conferencias de Psicología*. La Habana. ISDi. 2013-2014.
- Departamento de Comunicación Visual. *Conferencias de la asignatura Tipografía*. La Habana. ISDi. 2013-2014.
- Domínguez García, Laura. *El Desarrollo Afectivo-Motivacional en las etapas de la adolescencia y la juventud* Universidad de La Habana. Facultad de Psicología, 2010.
- Domínguez García, Laura. *El Sistema de Comunicación en las etapas de la adolescencia y la juventud: Relaciones con los Adultos*. Universidad de La Habana, Facultad de Psicología, 2010.
- Domínguez García, Laura. *El Sistema de Comunicación en las etapas de la adolescencia y la juventud: Relaciones con los Iguales* Universidad de La Habana. Facultad de Psicología, 2010.
- Domínguez García, Laura. *Sistema de Actividades y Desarrollo Intelectual en las etapas de la adolescencia y la juventud*. Universidad de La Habana, Facultad de Psicología, 2010.
- Elam, Kimberly. *Sistema de retículas. Principios para organizar la tipografía*. Ed. Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 2006.
- Febles Elejaldes, María. *La Adulthood: una nueva etapa del desarrollo*. La Habana: (en proceso de publicación).
- Gaceta Oficial de la República de Cuba, Ministerio de Justicia. Conjunta 1-2005. Gaceta Oficial No. 11 de 21 de marzo de 2005.
- Gaceta Oficial de la República de Cuba. Decreto Ley 25-78. Extraordinaria especial, La Habana, viernes, 28 de Julio de 1987.
- Gálvez Pizarro, Francisco. *Educación tipográfica: una introducción a la tipografía*. Universidad Diego Portales, Santiago de Chile, 2004.
- Kapr, Albert. *101 reglas para el diseño de libros*. Empresa Editoriales de Cultura y Ciencia. Ciudad de La Habana, 1985.
- Martin, Douglas. *El diseño en el libro*. Ediciones Pirámide, S.A.. Madrid, 1994.
- Morrison, Stanley. *Principios fundamentales en tipografía*. (Fotocopia).
- Müller-Brockmann, Josef. *Grid systems in graphic design*. (Fotocopia).

Pascual, Pilar. El niño, sujeto de la educación musical. Desarrollo evolutivo en relación con la educación musical. Pearson Educación, Madrid, España, 2002.

Perfect, Christopher. Guía completa de la tipografía. Manual práctico para el diseño tipográfico. Barcelona, Blume, 1994.

• MATRIZ FUNCIONAL •

Función	Descripción	Portadores colecciones	Portadores aplicaciones promocionales
<i>Identificar</i>	Establecer un conjunto de atributos y signos visuales que actúen sistemáticamente. Facilitar el reconocimiento y atribuir originalidad, autenticidad.	- Cubierta - Identificadores de las colecciones - Título del libro - Elementos fijos en la cubierta y tripa de cada colección - Identificador de la identidad	- Carreles promocionales - Banderolas - Bolsas - Empaque - Marcadores - Libreta pentagrama
<i>Informar</i>	Asegurar la efectividad de las comunicaciones mediante la facilitación de los procesos de percepción, lectura, comprensión, memorización y uso de la información presentada.	- Sinopsis en contracubierta - Identificadores de las colecciones - Título del libro - Autor del libro - Tripa del libro	- Catálogo de las colecciones - Soporte del catálogo digital
<i>Promocionar</i>	Visibilizar y favorecer la retención de información para lograr una imagen de identidad institucional altamente pregnante.	- Cubierta	- Catálogo de las colecciones - Soporte del catálogo digital - Carreles promocionales - Banderolas - Bolsas - Empaque - Marcadores - Libreta pentagrama
<i>Orientar</i>	Generar un canal de comunicación que establezca la ubicación del usuario en el espacio.	- Folio - Índice - Tomo	

APLICACIÓN DEL PROCESO METODOLÓGICO DE DISEÑO EN LA PROYECCIÓN DE SISTEMAS DE COLECCIONES EDITORIALES | MATRIZ FUNCIONAL

### Anexo 1: Matriz funcional.



APLICACIÓN DEL PROCESO METODOLÓGICO DE DISEÑO EN LA PROYECCIÓN DE SISTEMAS DE COLECCIONES EDITORIALES | FACTOR MERCADOLÓGICO

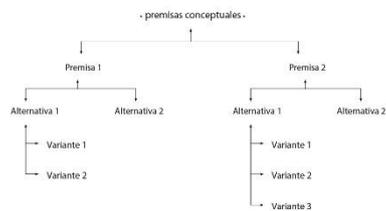
### Anexo 2: Análisis factor mercadológico.

• EXPLORACIÓN RASGOS DE ESTILO •

Rasgos de estilo	Código tipográfico	Forma	Código de color	Composición	Recursos gráficos	Código de imagen
<i>Perfil editorial</i>						
Musical	símbolos musicales movimiento en la tipografía	irregulares			Símbolos musicales pentogramas	
Cubano	movimiento en la tipografía contraste entre sus trazos	irregulares	saturado	asimétrica		contraste en niveles
Investigativo	rasgos clásicos	regulares	poco saturado y con bajos niveles de claridad	simétrica		fotografía
<i>Colección D'campo</i>						
Tradicional	rasgos clásicos	regulares	poco saturado y con bajos niveles de claridad	simétrica	viñetas	blanco y negro ilustración realista
Folclórico	movimiento en la tipografía	irregulares	saturado	asimétrica		Contraste en niveles
<i>Colección D'Música</i>						
Diverso	altas y bajas, diferentes tipografías diferentes variantes contraste entre sus trazos	convivencia de diferentes formas irregulares	variado	asimétricas		
<i>Colección D'Estudio</i>						
Didáctico	tipos geométricas	Regulares				
Interactivo	altas y bajas diferentes tipografías diferentes variantes contraste entre sus trazos	irregulares		asimétricas		
<i>Colección Patrimonio</i>						
Tradicional	rasgos clásicos	regulares	poco saturado y con bajos niveles de claridad	simétrica	viñetas	blanco y negro ilustración realista
Antiguo	rasgos clásicos	regulares	poco saturado	simétrica	viñetas	blanco y negro ilustración realista

APLICACIÓN DEL PROCESO METODOLÓGICO DE DISEÑO EN LA PROYECCIÓN DE SISTEMAS DE COLECCIONES EDITORIALES | RASGOS DE ESTILO

### Anexo 3: Rasgos de estilo.



### Anexo 4: Premisas conceptuales.



### Anexo 5: Resultado del estudio de caso.