

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Coordinación de Estudios de Postgrado

Especialización en Periodismo Digital

**Diseño de la revista digital 11 amigos, publicación  
desarrollada en aplicación para dispositivos *iPad***

Trabajo Especial de Grado presentado para optar

al Título de Especialista en Periodismo Digital

Autor (a): Adriana Franklin Montes

Tutor (a): Prof. Rhona Bucarito

## Carta de aprobación del tutor

Caracas, 16 de diciembre de 2011

Comité Académico de la Coordinación de Estudios de Postgrado

Especialización en Periodismo Digital

Coordinación

Presente.-

Por este medio le comunico que he revisado el Trabajo especial de Grado titulado *Diseño de la revista digital 11 amigos, publicación desarrollada en aplicación para dispositivos iPad*, que está presentando la alumna Adriana Franklin Montes, C.I.: 6.324.227, el cual avalo y considero reúne los requisitos para su evaluación y aceptación por parte del Jurado examinador.

Se suscribe atentamente,

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

(Nombre y Firma del Tutor del Trabajo Especial de Grado)

C.I. \_\_\_\_\_

## **Dedicatoria**

A la memoria de mi madre, Haydeé Montes de Franklin, que me enseñó que somos lo que sabemos, que nunca es tarde para aprender y que todo conocimiento es un tesoro.

A mi padre, Rafael Franklin, que constantemente me recuerda que la fortaleza no se mide con la fuerza, sino con la constancia; que no hay problemas sin solución, ni metas inalcanzables.

A mi hija, Andrea Antonietta, siempre presta a brindarme un beso y un abrazo cuando ve mi seño fruncido. ¡Me enseñaste la mejor lección de todas, hija: que existe el amor infinito!

A Hans Graf, compañero y socio en más de un sentido, que me enseñó a superar el miedo, que todo es parte de un plan magistral.

## **Agradecimientos**

A Hans Graf, socio en esta aventura, por apoyo y su aporte. Su entusiasmo hizo que este proyecto dejara de ser tan solo un sueño.

A Lesslie Cavadías, amiga como pocas, que me impulsó a lanzarme por este despeñadero sin pensarlo dos veces.

A el Diario El Universal, por brindarme el apoyo y el financiamiento que hicieron posibles cursar mis estudios de especialización.

A la Profesora Rhona Bucarito, tutora de este Trabajo Especial de Grado, siempre pendiente de su desarrollo, por su guía certera y su dedicación.

A la Profesora María Eugenia Peña de Arias, por enseñarme las herramientas para que este proyecto tomara forma.

A la Profesora Marianne Robles de Salas, por sus sabios consejos y su apoyo desde el momento de la preinscripción.

## Resumen

**Adriana Franklin Montes: Diseño de la revista digital 11 amigos, publicación desarrollada en aplicación para dispositivos iPad.** Universidad Monteávila. Comité de Estudios de Postgrado. Especialización en Periodismo Digital. Trabajo Especial de Grado. Caracas, Distrito Capital. 2011.

Esta investigación permitió el diseño del número 0, edición piloto de la revista **11 amigos**, publicación desarrollada en aplicación para iPads. La elaboración de este proyecto atiende a la modalidad de investigación y desarrollo ya que tiene como propósito la creación de un producto o servicio para satisfacer una necesidad específica que ha sido detectada con anterioridad. Por ello, este Trabajo Especial de Grado se centra en el diseño de la revista digital **11 amigos**, publicación concebida como aplicación para la *computer tablet iPad* de la compañía *Apple*. Para ello se consideraron aspectos como las características de las revistas digitales, estructura de la información, usabilidad, interactividad, multimedialidad, principios de diseño visual y las características técnicas del dispositivo. Para el diseño de la aplicación se utilizaron programas de diseño gráfico digital. También se dio uso de los servicios de varios sitios web para la obtención de recursos y se contrató a la multinacional Yudu Media para completar las gestiones de desarrollo y publicación. Se realizó el diseño del quisco digital Con Sencillo. El proyecto constituye un aporte para el campo de la comunicación social en Venezuela, por tratarse del diseño local de una revista con carácter internacional. También constituye un aporte al postgrado de Periodismo Digital, en particular, y para la Universidad Monteávila, en general, por tratarse del desarrollo de un proyecto innovador que se adapta a las necesidades de mercado de las *computer tablets*, dispositivos que cada día aumentan su popularidad a nivel mundial. Este Trabajo Especial de Grado contribuye a ampliar los conocimientos de los estudiantes interesados en desarrollar proyectos comunicacionales en esta plataforma.

**Palabras clave:** revista, digital, diseño, estructura, información, aplicación, desarrollo, iPad, usabilidad, interactividad, navegación, web, multimedialidad

## Tabla de contenido

Introducción .....	8
Delimitación.....	9
Objetivos.....	11
Justificación .....	11
Marco teórico.....	14
Las revistas digitales .....	17
ISSN .....	17
Perfil de las revistas digitales aplicado a 11 amigos .....	18
Usabilidad de las aplicaciones en iPad .....	21
Interactividad de las aplicaciones en iPad .....	23
Diseño visual .....	25
Diseño metodológico .....	29
Tipo de investigación aplicada .....	30
Objetivos generales y específicos .....	31
Objetivo general .....	31
Objetivos específicos .....	31
Formato para el seguimiento del proyecto .....	32
Diseño de la revista digital 11 amigos, número 0 .....	33
Perfil de 11 amigos .....	33
Estructura de 11 amigos.....	36

Plan y arquitecto de 11 amigos, número 0 .....	40
Características del dispositivo .....	43
Diseño visual .....	50
El logotipo .....	51
La retícula .....	53
La tipografía .....	55
Estilos en 11 amigos .....	59
Paleta de color .....	69
Recursos audiovisuales .....	75
Diseño del quiosco digital Con Sencillo .....	84
Desarrollo de la aplicación .....	92
Conclusiones .....	96
Recomendaciones .....	99
Fuentes consultadas .....	102
Anexos .....	104
I. Muestra final del diseño de 11 amigos, número 0	
Versión vertical .....	105
II. Muestra final del diseño de 11 amigos, número 0	
Versión horizontal .....	117

## Introducción

En enero de 2010 la empresa *Apple* creó el *iPad*, un *Tablet Computer* de pantalla táctil, ideal para la lectura y con competencias de navegación web y correo electrónico, además de permitir el acceso al usuario a otras actividades de entretenimiento como películas, música y videojuegos. Este dispositivo genera una oportunidad de negocio para las empresas periodísticas dispuestas a ofrecer productos en el formato adecuado al *iPad*, para que los usuarios le saquen el mayor provecho a sus avances tecnológicos.

Durante una conferencia en la WWDC 2011 (*Apple Worldwide Developers Conference*, 6 al 10 de junio) *Apple* anunció haber vendido hasta la fecha unos 25 millones de dispositivos *iPad*. También dio a conocer que el App Store posee más de 350 mil aplicaciones y alrededor del 20 por ciento (90.000) son específicas para este dispositivo. En total, *Apple* declaró que para esa fecha se habían realizado más de treinta y cinco millones de descargas de aplicaciones para *iPads*.

En Venezuela la venta del *iPad* es una novedad, con apenas un año de implementación en el mercado, ya que se comenzaron a vender el 2 de noviembre de 2010 y se trajeron apenas 150 dispositivos en el primer embarque; pero, a juzgar por los resultados a nivel internacional, su venta en el país abre las puertas a la creación de productos editoriales locales que puedan cautivar a los poseedores de esta tecnología.



*Es por ello que se quiere crear y diseñar una publicación bimestral con características propias de una revista en aplicación para iPads, con contenidos dedicados al mundo del fútbol, bajo un punto de vista internacional, cuya apuesta gráfica resulte tan atractiva como la de una publicación impresa y a su vez explote las bondades tecnológicas del dispositivo; para que se convierta en un producto capaz de satisfacer la necesidad de quienes posean un iPad en el país y a nivel internacional, y que deseen estar informados acerca de este tema, a la vez que le sacan provecho a las bondades de este dispositivo.*

Esta investigación se perfila como un problema pragmático, ya que diseña una aplicación para desarrollar un nuevo producto editorial digital, a fin de satisfacer una necesidad de un mercado nuevo y en crecimiento, para brindar información relacionada al fútbol local e internacional en un formato novedoso que muestra unas cualidades muy provocativas para el usuario de esta tecnología.

## **Delimitación**

La intención es diseñar una revista en aplicación para *iPads*, dedicada al deporte del fútbol, que muestre todas las características de este dispositivo y resulte atractivas para los usuarios interesados en estos contenidos. Se plantea una publicación de emisión bimestral que tendría su primera edición en el mes de julio de este año, a propósito de la Copa América.

El fútbol como disciplina deportiva, ha ganado muchos adeptos en Venezuela durante la última década. Más aun, la revista **11 amigos** se plantea un enfoque internacional, ya que busca captar la atención de los usuarios de habla hispana más allá de nuestras fronteras.

El hecho de que la revista esté dedicada a esta disciplina deportiva y las noticias que generen sus equipos, jugadores y ambiente, hace que su contenido sea atractivo para el público en general. Este contenido estará empaquetado en una presentación de gran atractivo visual y contará con audio y videos, para que el usuario realice una descarga gratuita y pueda disfrutar de una experiencia interactiva y multimediática en su tableta.

En un esfuerzo editorial particular, Hans Graf, comunicador social y autor de varias publicaciones dedicadas al fútbol nacional, ha ofrecido coordinar, controlar y suministrar los contenidos editoriales para que desde su concepción, se ajusten a las características del producto que se va a desarrollar. La publicación se perfila con una estructura parecida a la de una revista impresa, pero con un mapa de navegación apropiado para este tipo de tableta.

Se pretende diseñar el número 0 de la revista **11 amigos**, publicación concebida y diseñada en aplicación para *iPads*. Su publicación bimestral, permitirá desarrollar con detalle los contenidos informativos en distintos formatos que aprovechen las bondades del dispositivo y la hagan atractiva para su consumo en la tableta.

## Objetivos

Se debe diseñar una estructura de contenidos para la revista según sus lineamientos editoriales y las características del dispositivo. Para esto, se necesita coordinar con el editor de la revista el contacto con los colaboradores que se encargarán de proveer los contenidos. También, se tiene que registrar la marca, los dominios electrónicos y el *International Standard Serial Number* (ISSN) de la publicación. Asimismo, se debe diseñar la estructura de navegación de la revista considerando el uso de la plataforma y crear los lineamientos del diseño de la información en una aplicación para estos dispositivos, la vinculación de temas, textos, gráficos y elementos multimedia, para luego implementar esta aplicación para que funcione y ofrezca las cualidades propias de la tableta.

## Justificación

El *iPad* se ha impuesto como la tableta electrónica que lidera el mercado en ventas. El día de su lanzamiento en abril de 2010, vendió 300.000 unidades tan solo en EEUU, y en el último trimestre ha acaparado el 95% del mercado de los *tablets* (López, 2010). Desde que *Popular Science*, se aventuró a replicar su edición impresa en versión para *iPad*, son muchas las aplicaciones que se han creado para estos dispositivos; incluso diarios como *The Washington Post*, han diseñado su versión en aplicación para esta tableta.

Las características de este dispositivo permiten presentar los contenidos de manera amigable para el usuario, logrando una apariencia similar a la de una publicación impresa, con el añadido de la multimedialidad y la interactividad propias de la era digital. Esto se une a otro factor: el abaratamiento de costos en cuanto a papel, impresión y distribución.

Sin embargo, la gran mayoría de las casas editoriales que han decidido versionar sus productos en aplicaciones para *iPad* son anglosajonas, y la mayoría de estas publicaciones están en inglés. El número de aplicaciones hispanas es menor en cantidad, entre ellas se destacan las aplicaciones de los diarios *El Clarín* (Argentina), *El País* (España) y *La Razón* (España).

Según las estadísticas que maneja la página web 148Apps.biz, 13,624 aplicaciones en el App Store están dedicadas a los deportes (3.29%, del total de aplicaciones registradas) y unas 11,601 aplicaciones (2.80%) están catalogadas con contenido de noticias.

En Venezuela, el *iPad* comenzó a venderse, apenas el 2 de noviembre de 2010, por ende no existen datos acerca de su índice de venta, pero los estudios de mercado de esta tableta a nivel internacional, pronostican un producto tan exitoso como el *iPod*. Estas proyecciones parecen haber cautivado a las principales casas editoriales del país, que se han unido a la carrera por desarrollar aplicaciones que permitan la lectura en *iPad* de sus diarios y otras publicaciones. En el caso de **11 amigos**, será una aplicación concebida para este dispositivo, que estará dedicada a un tema que ya posee muchos

adeptos, ya que este deporte goza de popularidad dentro y fuera del país. El hecho de ser en español se convierte en un valor agregado dentro de un mercado de poca competencia.

En conversaciones con Ramón Salaverría durante su reciente visita a Caracas, se le preguntó acerca de su opinión en cuanto al alcance del dispositivo y su visión del proyecto. Salaverría comentó que el *iPad* como *tablet* lleva a un punto de reconciliación a la prensa escrita y la digital, y que el diseño de esta publicación perfila un reto interesante para poner en práctica.

La revista **11 amigos** nace de conversaciones y la estructuración del proyecto con Hans Graf, dueño del sitio web [fútbolvenezolano.com](http://fútbolvenezolano.com) y [blogvinotinto.com](http://blogvinotinto.com). Graf vió la posibilidad de materializar su idea de hacer una revista dedicada al fútbol transformándola en una aplicación para iPad. Los costos de inversión en el proyecto y su manejabilidad en términos de emprendimiento, fueron dos aspectos determinantes para comenzar a gestar el número 0 de **11 amigos**.

El valor de la revista **11 amigos** será, por encima de todo, la calidad de sus contenidos y lo seductor de su presentación visual. Pensada desde ambas perspectivas para que el producto cautive al usuario y le brinde una lectura detallada acerca de temas de su interés, con el agregado de los contenidos multimedia y un sentido de navegación de fácil manejo para el usuario.

## Marco teórico

Desde su aparición en abril del 2010, el *iPad* ha causado revuelo en el mundo de las tabletas electrónicas. Inclusive antes de su lanzamiento al mercado, revistas de renombre como *Wired* y *Popular Science* ya preparaban versiones de sus ediciones impresas para este dispositivo. Los números de ventas e este dispositivo han tenido un aumento vertiginoso, y los números de ventas de las aplicaciones para este dispositivo, también. *Apple* anunció el 18 de enero de este año, que desde su lanzamiento se han vendido 13.8 millones de unidades, mientras que la revista *Wired* vendió en su edición de septiembre de 2010, 32 mil ejemplares en aplicación para *iPad*, un 37% de lo vendido en edición de papel (Ives, 22-10-2010).

Si bien *Popular Science* y *Wired* fueron pioneras en desarrollar aplicaciones para este dispositivo, otras casas editoriales no tardaron en sumar sus aplicaciones a la oferta de la tableta. Diarios de la talla del *Washington Post*, ya compiten en el mercado de las aplicaciones para *iPad*. Incluso las publicaciones de contenidos específicos encuentran atractivo este mercado. La revista *Playboy* lanzó en agosto de 2010 su versión para este dispositivo.

En enero de este año, News Corp, anunció la creación de *The Daily*, diario concebido específicamente para el *iPad*. Con una plantilla de 100 periodistas, diseñadores y editores, News Corp arrancó este proyecto luego de negociar con *Apple* los términos de suscripción a la aplicación. Con un modelo de negocios innovador, el pasado 2 de febrero se anunció el lanzamiento de la primera edición de este diario, que incluye videos, material interactivo y vínculo

a otras fuentes. El precio de suscripción es de 14 centavos de dólar y su publicación es a diario.

En la rueda de prensa del lanzamiento se estableció la intención de desarrollo de un producto que conjuga el oficio del periodismo con criterio y las nuevas tecnologías... “El *iPad* demanda que redefinamos nuestro oficio, en la era del Renacimiento digital... Los usuarios de *iPad* son grandes consumidores de noticias, a la fecha se han descargado más de 20 millones de aplicaciones para este dispositivo con contenidos noticiosos” (Sanchez, 2010)

La recomendación para las casas editoriales que publican revistas en aplicación para *iPads* es enfocarse en cuatro puntos importantes:

**El contenido y la experiencia:** La calidad del contenido y la experiencia que genera su presentación son determinantes en el valor que le otorgará el usuario.

**La plataforma:** El repurposing o reciclaje de información para diferentes plataformas, sin la reedición de los contenidos, rara vez constituye una estrategia exitosa. Si los editores desean establecerse en plataformas emergentes como el *iPad*, necesitan enfocarse en las capacidades de esta plataforma, las expectativas de sus usuarios y considerar las maneras en las cuales estos contenidos pueden aprovechar las bondades de la plataforma para satisfacer estas expectativas.

**El costo:** El costo importa. Cuando el costo del producto excede el valor que se percibe en este, vender es virtualmente imposible. Desafortunadamente, el

valor que se percibe de incluso el contenido de mayor calidad es a menudo, bastante bajo

**El modelo de negocio:** Modelos de negocio viables, no aparecen mágicamente y muchos editores encuentran ardua la labor de encontrar modelos económicamente viables en el mundo digital. Un modelo de negocios que es a menudo criticado por los usuarios es la presencia de publicidad. Los consumidores de publicaciones impresas están acostumbrados a pagar por ediciones que contienen páginas publicitarias, pero los usuarios de estas publicaciones en *iPad*, esperan comprar una aplicación libre de avisos.

Al tomar en cuenta estos cuatro puntos, los editores comprenderán que esta plataforma demanda más que nuevos efectos o mayor integración, la concepción de un nuevo producto. (Ingram, 2010)

El marco teórico de este proyecto está compuesto por seis aristas que explican las definiciones, características y las implicaciones que tienen la creación y el diseño de una revista digital en aplicación para *iPad*. Estas aristas apuntan a definir las revistas digitales como un tipo de publicación definida, que posee personalidad jurídica y legal. También se determina en qué consiste el ISSN. Otra arista implica parear el perfil de **11 amigos** con aquel establecido para revistas digitales. La cuarta arista define la usabilidad de las aplicaciones para *iPad* cuando son de descarga y otra habla de la interactividad de estas aplicaciones. Por último, se consideran las implicaciones de realizar un diseño visual para este tipo de dispositivos.



## Las revistas digitales

Las revistas digitales poseen características e identidad propias, ya que son revistas en su sentido tradicional, definidas por la periodicidad de su publicación y sus secciones. Pero en su condición de documento digital, deben respetar la naturaleza de su plataforma. Todos sus contenidos deben considerar el formato de publicación. Adicionalmente, debe disponer de un número de identificación normalizado (ISSN) exclusivo para la edición digital, que difiera del asignado a su edición impresa, si es que existe. (Martín González & Merlo Vega, 2003)

## ISSN

La identificación internacional de las publicaciones en serie se realiza mediante la asignación de un código denominado ISSN, número internación normalizado de publicaciones periódicas. Alrededor de 70 países disponen de centros nacionales que coordinan la recogida de información acerca de las publicaciones periódicas que se editan en sus respectivos estados y la envían al Centro Internacional del ISSN <[www.issn.org](http://www.issn.org)>, con sede en París, quien se encarga de recopilar toda la información y elaborar una base de datos común. En estos momentos la base de datos ISSN es la fuente de información más completa para localizar datos sobre publicaciones periódicas de cualquier formato y país. La difusión de esta base de datos se realiza de dos formas, a través de CD-ROM y en línea. La edición en CD-ROM se denomina *ISSN*

*Compact* y posibilita la consulta en inglés y francés por 25 tipos de índices diferentes. La versión en CD-ROM comenzó a publicarse en 1992. Se actualiza trimestralmente y cada edición es acumulativa, por lo que la última reemplaza a la anterior. La versión a la que se accede en Internet se denomina *ISSN Online* <[online.issn.org](http://online.issn.org)>. Posee más de un millón de registros y se actualiza frecuentemente con unos mil registros semanales. Aunque se trata de una base de datos de pago permite ser consultada gratuita durante un mes. Entre las posibilidades que esta base presenta para la recuperación de la información se encuentra la búsqueda experta, la asistida y la que se realiza por índices. La búsqueda asistida posee distintas opciones de recuperación (país, lengua, periodicidad, etc.) entre las que está el acceso por materias, a partir de las clasificaciones decimales Universal y Dewey (Martín González & Merlo Vega, 2003). El editor de **11 amigos** se encuentra en proceso de hacer los registros de marca y de ISSN adecuado para el producto.

## Perfil de las revistas digitales aplicado a **11 amigos**

González y Vega desglosaron en una lista puntual las características propias de las revistas electrónicas. En base a las características propias de las revistas digitales, se diseñará la revista **11 amigos** en aplicación para *iPads*, teniendo en cuenta que debe reunir las siguientes condiciones:

**Accesibilidad:** Las limitaciones espacio-temporales de las publicaciones impresas, no se aplican a las revistas digitales. **11 amigos** podrá ser

descargada por de forma gratuita y simultánea por los usuarios que estén interesados en sus contenidos.

**Almacenamiento:** Para el diseño de **11 amigos** se debe tomar en cuenta el peso que tendrá la aplicación y su tiempo de descarga, a fin de que le resulte cómodo al usuario.

**Actualización:** La actualización de contenidos entre ediciones, es un factor a considerar dentro del diseño del producto. Es importantes que la audiencia cautiva reciba información actualizada y avances de futuras ediciones.

**Difusión:** Los contenidos y el diseño de **11 amigos** debe ser atractivos para el consumo global. Cualquier poseedor de un *iPad* en el mundo de habla-hispana puede convertirse en suscriptor de la revista. En este punto debemos tomar en cuenta los criterios de posicionamiento de la marca y presencia en otros medios, etiquetado e hipervinculación. También se realizarán las diligencias con *Apple* para cumplir con las normas de conformidad e indexación del producto.

**Costos:** El desarrollo del diseño de la revista, supone costos a nivel de desarrollo de la aplicación, ya que se dará a terceros. Ya se contrató a la empresa británica *Yudumedia.com* por servicios que incluyen el desarrollo y posicionamiento del quiosco *Con sencillo* y el desarrollo de 600 páginas en aplicación, por un costo de USD \$6.000,00 . También se contrató el servicio de imágenes *Shutterstock.com* durante un mes por un monto de USD \$ 45,00. Por los momentos, los contenidos escritos no han generado costos. (Ingram, 2010)

**Diversidad de formatos.** La multimedialidad y la interactividad son características propias de las publicaciones para *iPad*. El diseño de la revista debe considerar la diversidad de formatos y la vinculación de contenidos. Los contenidos multimedia de audio y video son el valor agregado de **11 amigos**.

**Independencia de documentos:** Una vez que el usuario descarga la aplicación para **11 amigos**, la coordinación editorial deberá gestionar el “push” o empuje de futuras ediciones. Además se podrá acceder a estos contenidos en el sitio web de la marca.

**Posibilidades de consulta:** La recuperación de contenidos de las revistas digitales es sencillo, ya que todas poseen un motor de búsqueda que permiten la consulta de números publicados. En el caso de **11 amigos**, el usuario podrá almacenar cada edición en su *iPad*.

**Multiplicidad de recursos informativos:** Los contenidos de las revistas electrónicas son vaciados en un gran número de fuentes de información, sobre todo bases de datos bibliográficas, que habitualmente dan acceso directo a los artículos incluidos en las mismas. Estas fuentes permiten la consulta de sumarios y permiten las consultas retrospectivas. (Martín González & Merlo Vega, 2003).

**Servicios de difusión:** Como parte de sus servicios, *Apple* cuenta con la actualización de ediciones de sus aplicaciones editoriales. En este sentido, los usuarios podrán recibir notificación de las actualizaciones y las nuevas ediciones de **11 amigos**, mediante el push o empuje de la información.

**Simplificación de los procesos técnicos:** Las bibliotecas, principales intermediarios entre los editores/vendedores de las revistas y los usuarios, no necesitan llevar un control periódico de los números recibidos, ya que el proceso técnico se actualizará de forma automática. (Martín González & Merlo Vega, 2003). El proceso de etiquetado e hipervinculación de **11 amigos** deberá ser minucioso para el cuerpo editorial. Sin embargo, se hará bajo los estándares de las revistas en aplicación para el dispositivo.

**Fomento de la cooperación:** El diseño de **11 amigos** no podrá contemplar espacio para los comentarios, sin embargo, promueve estos a través de su contacto en Twister, Facebook y su página web. También permite el acceso a las señas de los autores y a las fuentes de origen, pues este aspecto forma parte de las características propias de los productos elaborados para el *iPad*.

### Usabilidad de las aplicaciones en *iPad*

La navegación por Internet en el *iPad* es fácil e intuitiva. Por defecto se puede utilizar *Safari*, ya que permite la optimización del uso de la pantalla *multi-touch* del dispositivo, tanto en orientación horizontal como en vertical. Esto concede al usuario la simplicidad en la navegación táctil. Sin embargo, no permite la visualización de contenidos en *Adobe Flash*. El dispositivo también permite sincronizar fácilmente los favoritos del navegador del ordenador, sea Mac o PC, y la posibilidad de agregar o eliminar estos datos desde el propio *iPad*. En lo que

se refiere a las búsquedas, los buscadores de *Google* y *Yahoo!* vienen integrados al dispositivo. (Sanchez, 2010)

En el campo de la Interacción Computadora-Humano o HCI (*Human-Computer Interaction*) el término de *Modelos Mentales* se refiere a los diferentes aspectos a través de los cuales los usuarios conocen los sistemas que utilizan. Una aplicación con un modelo mental transparente como un libro impreso o un DVD, se hace familiar al usuario y por ende, se usa de manera intuitiva, ya que el individuo es capaz de razonar su sistema referencial. Los modelos mentales son esenciales para las aplicaciones de inmersión: un buen modelo mental puede guiar al usuario en el uso de interacciones no convencionales. (Budiu & Nielsen, 2010)

Entre las fortalezas del *iPad* está su habilidad para el asombroso despliegue de imágenes y las aplicaciones de inmersión hacen uso frecuente de este recurso. Dicho esto, la estética del diseño nunca debe interferir con la efectividad en el uso.

Uno de los modelos mentales más destacados es el utilizado por las aplicaciones de los diarios y revistas de papel. Las aplicaciones de *The New York Times Editors' Choice*, *Time*, *GQ*, *Popular Science* y *Paris Match* utilizan el modelo mental de sus ediciones de papel. En estas aplicaciones la navegación de los contenidos imita la lectura de las publicaciones impresas.

El modelo mental de la revista debe fundirse con el modelo mental propio del uso de una computadora, por ende el usuario aspira ciertas convenciones de

uso de esta última, como los hiperenlaces. La metáfora del impreso no debe ser abusada.

El modelo de navegación horizontal- vertical, pareciera ser el más adecuado para la arquitecturas de este tipo de publicaciones. El barrido horizontal lleva al usuario a avisos publicitarios o al próximo artículo, mientras que el vertical lo lleva a la lectura del artículo completo y sus contenidos gráficos o multimediáticos (imágenes, videos, infografías, etc.)

### Interactividad de las aplicaciones en *iPad*

Las revistas digitales en aplicación para *iPad* se desarrollan, en su mayoría, para ser descargadas a el dispositivo. Esto se debe a que sus contenidos serán revisados a través del tiempo. No son de consumo inmediato. Esta cualidad trae como consecuencia que el compartir en redes sociales sea diferido a otras aplicaciones y que no exista como en los sitios web, la posibilidad de postear comentarios acerca de las notas.

La aplicación de la revista *Wired* ha desarrollado una interface acicalada para la revista, pero no hay manera de compartir su contenido o relacionarlo con hiperenlaces a otros contenidos similares, ni siquiera a su sitio web. (Ingram, 2010).

La aplicación de *Esquire* es ejemplo del tipo de interactividad que ofrecen las revistas en versión de descarga. La interactividad radica en ver videos,

escuchar grabaciones de sonido o jugar con las infografías interactivas. Queda afuera la posibilidad de comentar en una historia o enviar un enlace a través de Twitter. Como la tableta no es multifuncional, la única opción para realizar funciones más allá de la aplicación es salir de ella y conectar a Internet.

Las revistas en aplicación de descarga ofrecen la posibilidad al usuario de realizar el consumo de sus contenidos a su propio ritmo, sin la necesidad de estar conectado a Internet; de disfrutar de los recursos multimedia que estas ediciones ofrecen sin la espera y los condicionamientos de un ancho de banda. Mas aún, de ser dueño de la edición, de la misma manera en la que se compra una copia impresa en un quisco o librería. La esencia de estas aplicaciones evoca en parte la lógica de una lectura tradicional. La estética de sus contenidos y los recursos multimedia que se insertan en estos, hacen que estas aplicaciones funcionen con mayor facilidad si son descargadas al dispositivo y por ello se sacrifican ciertas cualidades de las aplicaciones online.

Sin embargo, la falta de interactividad tal y como se conoce en la web, ha sido uno de los puntos clave para muchos críticos de estas aplicaciones, que son comparadas con los CD-ROMS de la década de los noventa (Ingram, 2010). Esto ha motivado a las casas editoriales a implementar como alternativa la publicación de estos contenidos o parte de ellos en sus sitios web, para dejar abierta la ventana de la interactividad de esta plataforma. La experiencia de lectura en el *iPad* es por concepto muy cercano a la lectura de un ejemplar impreso. Es un dispositivo que encierra una filosofía propia, que si bien está ligada a la red, tiene su propia esencia que se pasea por los quiscos digitales y la



venta de suscripciones y ejemplares. Para los usuarios del *iPad*, la interactividad se efectúa con la tableta y con los contenidos, no con las redes sociales. Otras tabletas, como el *Playbook* de *Blackberry*, han intentado crear aplicaciones online, para resaltar sus cualidades como tabletas multifuncionales. Sin embargo, las aplicaciones que tienen una visual un poco más complicada, solo funcionan por descarga, ya que la cantidad de data que se debe transmitir a la tableta, hace que la velocidad de su funcionamiento en línea sea muy lenta. Este es el caso de la aplicación que el diario El Universal desarrolló para *Playbook*, que trabaja por descarga y se actualiza cada vez que el usuario se conecta a la red.

## Diseño visual

El diseño gráfico editorial es el proceso mediante el cual se organiza la información textual y visual, para que obtenga forma y estructura y puedan comunicar un mensaje completo y coherente. Diseñar para la interactividad es el mayor reto de los diseñadores de los nuevos medios, la dinámica de respuesta de Internet y la interacción con el usuario son aspectos que se deben considerar dentro del estilo visual. El diseño no sólo debe comunicar, asombrar, destacar y crear memoria, sino que también debe provocar acción. (Austin & Doust, 2007)

Un sitio bien diseñado es un sitio bien pensado. Gran parte del trabajo que forma parte en un diseño comienza con la recolección de requerimientos de

manera que el diseñador entienda la necesidades del sitio. Dichos esfuerzos pueden reducir drásticamente el tiempo gastado en hacer correcciones o en el rediseño. Un diseñador debe tener en cuenta muchos requerimientos, como los problemas de ancho de banda, la resolución y la profundidad del color, antes de comenzar a diseñar. Una vez que se haya recabado esta información, el diseñador debe crear sitios flexibles y escalables. (Eccher, Hunley, & Simmons, 2005)

El diseño gráfico de **11 amigos** debe contemplar los aspectos básicos del diseño editorial como lo son la tipografía, el manejo de color y las retículas de lectura; con las características propias de los medios digitales y los atributos del dispositivo. Los gráficos interactivos, la inserción de audio y video, las fotografías de 360 grados, hacen necesario que los diseñadores obtengan nuevos conocimientos que lo ayuden en estas competencias, para poder crear proyectos multidisciplinarios.

El diseño de aplicaciones para *iPad* se basa en los formatos de los dispositivos móviles. Sin embargo se debe considerar el volteo de pantalla de horizontal a vertical, por lo cual el desarrollo del *layout* o maqueta se debe conceptualizar para el volteo de pantalla, sin perder de vista la arquitectura de la pieza informativa. El diseño de botones , vínculos, y elementos de navegación se deben adaptar a la propiedad táctil de la pantalla, para que pueda ser utilizada con los dedos de manera cómoda. (Booth, 2010)

El *iPad* no es una computadora portátil, ni un netbook, ni un teléfono inteligente; es un dispositivo de pantalla táctil que se maneja con el sistema operativo iOS. Este dispositivo se ha convertido en una plataforma de productividad y entretenimiento. Para los diseñadores de aplicaciones para este dispositivo, el reto consiste en crear diseños del tipo desktop (pantalla de ordenador), con un despliegue de pantalla de 1024x768 píxeles. Además, su teclado virtual ocupa de extremo a extremo la pantalla para permitir la escritura con ambas manos.

El tamaño de la pantalla tienta al diseñador a realizar un diseño de gran impacto visual. Sin embargo, los recursos de atención no deben exceder la funcionalidad del dispositivo. El exceso de controles y botones embasuran la presentación. Se puede esconder la configuración de UI, hasta que el usuario la necesite. Las aplicaciones del *iWork* de *Apple* son un ejemplo de presentación.

Las paletas de herramientas y menús deben evitarse porque pueden causar interferencia de interacción entre el usuario y el objeto. En los dispositivos de pantalla táctil los usuarios quieren interactuar directamente. Se debe habilitar al usuario para editar objetos en sitio, vinculando capacidades de edición al objeto, para que se muestren o escondan según convenga. La edición en sitio es un principio que le concede el poder inmediato y directo al usuario de navegación intuitiva con sus dedos.

También se debe cuidar el uso de las opciones de navegación. El abuso de entradas y vinculaciones puede llegar a confundir al usuario. Es preferible

comenzar con una sola ruta de entrada a los contenidos para poder asegurar la navegación completa de los contenidos, sin que el usuario pierda el rumbo.

Las dimensiones del *iPad* permiten el tecleo ambidiestro y su sistema operativo reconoce hasta once (11) toques de pantalla simultáneos. Sin embargo se deben evitar los comandos o operaciones que requieran del uso de ambas manos de manera simultánea, ya que la mayoría de los usuarios utilizarán una mano para sostener el dispositivo, mientras interactúan con la otra. Este tipo de comandos se deben reservar para atajos o acceso a la funcionalidad, como por ejemplo el arrastre simultáneo de varios objetos.

La preferencia del usuario hacia el realismo visual supera factores como la estética y la moda. El diseño realista que copia visualmente circunstancias de la realidad cotidiana goza de gran popularidad. El uso iconográfico de objetos cotidianos hacen que el usuario se sienta cómodo al usar la aplicación. Este principio se puede utilizar para simular objetos conocidos, así como objetos aspiracionales o de lujo que reflejen un estilo de vida deseado por el usuario. No se debe desestimar el valor significativo de la réplica análoga del mundo real cuando se diseñan aplicaciones. Los lazos emocionales que las personas forman con los objetos cotidianos existen en la conciencia colectiva. Este es un recurso que se puede capitalizar desde el punto de vista gráfico, ya que la mímica del mundo real creará un sentido de identidad entre la aplicación y el usuario.

## Diseño metodológico

Antes de conceptualizar el diseño visual de **11 amigos** se realizó un sondeo de algunas revistas en aplicaciones para *iPad* para tener la referencias de los aciertos y desaciertos de las publicaciones que ya se encuentran en el mercado. Se observó un grupo muestra de revistas en aplicación para *iPads*, examinando aspectos como la navegación, usabilidad, recursos visuales, identidad editorial, paletas de color, simbología, extensión de los contenidos, multimedialidad, etc.

Algunas de estas aplicaciones mostraban un diseño de gran impacto visual, interactividad y recursos multimedia, pero fallaban en consolidar un estilo para su contenido editorial que lo diferenciara de la publicidad y otros tipos de contenido. El resultado: el usuario se pierde entre contenidos y fácilmente se desorienta en la navegación de la aplicación.

Luego se planificó la estructura visual de **11 amigos** según el tipo de navegación y los recursos interactivos y multimediatícos que contendrá la revista. Para ello, se decidió hacer énfasis en la simbología que diferenciaría el contenido editorial de otros tipos de contenido (publicidad). También se consideró la capacidad de producción de recursos multimedia, para ofrecer estos contenidos en puntos clave de la navegación de la revista.

## Tipo de investigación aplicada

**Investigación y desarrollo:** “Tiene como propósito indagar en las necesidades del ambiente interno o entorno de una organización (investigación), para luego desarrollar una solución que pueda aplicarse a ella (desarrollo)” (Valarino, Yáber y Cemborain, 2010,69-70)

## Objetivos generales y específicos

### Objetivo General:

Diseñar una edición piloto de una revista en aplicación para *iPads*, de circulación bimestral, con contenidos informativos de carácter internacional y dedicados al fútbol como disciplina deportiva, que resulte atractiva para su consumo en esta plataforma.

### Objetivos específicos

Diseñar una estructura de contenidos para la revista según sus lineamientos editoriales y las características del dispositivo.

Coordinar con el editor de la revista el contacto con los colaboradores que se encargarán de proveer los contenidos.

Registrar la marca, los dominios electrónicos y el *International Standard Serial Number* (ISSN) de la publicación.

Diseñar la estructura de navegación de la revista considerando el uso de la plataforma.

Crear los lineamientos del diseño de la información en una aplicación para estos dispositivos, la vinculación de temas, textos, gráficos y elementos multimedia, para que su implementación funcione y ofrezca las cualidades propias de la plataforma.

## FORMATO PARA EL SEGUIMIENTO DEL PROYECTO

Objetivos	Actividades	Producto	Recursos necesarios	Tiempo estimado
	Recolección información navegabilidad	Estructura básica de uso de 11 amigos	<i>iPad</i> , revistas en aplicación, documentos en usabilidad y navegabilidad	1 mes
	Recolección de características técnicas del dispositivo	Perfil de los lineamientos técnicos para el diseño de la aplicación	Laptop, manual de iOS, datos recaudados, especificaciones del desarrollador (YUDU Media)	1 mes
	Conceptualización y diseño de logo, etiquetas e iconos de navegación e interactividad	Logo de <b>11 amigos</b> , etiquetas e iconos de navegación e interactividad	Laptop, software de diseño, documentación en diseño visual	2 semanas
	Diseño de paletas de color tipografía y estilo	Paletas de color, tipografía y estilo	Laptop, software de diseño, documentación en diseño visual	2 semanas
	Diseño de número 0 de <b>11 amigos</b> versión vertical	Número 0 de <b>11 amigos</b> vertical	Laptop, software de diseño, documentación en diseño visual, banco de imágenes	9 semanas
	Diseño de número 0 de <b>11 amigos</b> versión horizontal	Número 0 de <b>11 amigos</b> horizontal	Laptop, software de diseño, documentación en diseño visual, banco de imágenes	3 semanas
	Diseño del kiosco (logo, diseño de la página de suscripción, bienvenida y home)  Para iTunes	Kiosco Con sencillo en aplicación para iTunes	<i>iPad</i> , laptop, software de diseño, documentación en diseño visual, banco de imágenes	2 semanas



## Diseño de la revista digital **11 amigos**, número 0

Para poder desarrollar el proyecto de diseño de la revista **11 amigos** se tuvo que perfilar sus características, como paso preliminar para luego idear su identidad gráfica. Esta identidad dependió de los recursos disponibles y las especificaciones técnicas del dispositivo.

A continuación se describirá en detalle cómo se perfiló la identidad de la revista, cuáles son las especificaciones técnicas del *iPad*, y cómo se desarrolló el diseño visual de **11 amigos**, siempre teniendo en cuenta los aspectos concernientes a la navegabilidad, usabilidad del dispositivo, volteo, manejo del color y tipografía, logotipo, uso de las imágenes y recursos multimedia. Por ello se ha dividido este capítulo en tres grandes áreas: el perfil de la revista, las características del dispositivo y el diseño visual.

### Perfil de **11 amigos**

La tecnología de las tabletas digitales ha reanimado el consumo de revistas digitales ya que ofrece la oportunidad de fusionar contenidos de interés con una presentación visual rica en recursos y estética, al tiempo que añade un nuevo ingrediente: la integración del diseño tradicional con los recursos multimedia. El *iPad* ofrece la plataforma ideal para un desarrollo moderno que permita aprovechar la riqueza de contenidos que se generan en torno al fútbol

como un fenómeno mundial de masas. La variedad de contenidos constituye el aliciente para conquistar mercados aún inexplorados y en proceso de gestación.

**11 amigos** es, en esencia, un espacio para artículos, crónicas, reportajes, entrevistas y reseñas dedicadas a explorar el mundo del balompié como fenómeno social, cultural, económico, político, deportivo y artístico. Su nombre se debe a la intención editorial de agrupar en cada número once firmas reconocidas en el mundo del balompié, para que nos den sus impresiones en cuanto al tema seleccionado para hacer un dossier, la pieza fuerte de cada edición.

Con carácter bimestral, pero actualizando materiales diariamente en la página web y ofreciendo un enlace permanente desde el contenido editorial hacia contenido periférico a través de la plataforma de *iPad*, la revista aborda temas de interés para el lector al incluir el dossier en cada número, seleccionado de acuerdo a la línea editorial.

Secciones fijas y columnas, así como noticias en caliente, completan una oferta que aprovechará el auge y futuro de las plataformas del e-publishing para llegar a los lectores hispanohablantes interesados en el tema.

La revista se distribuye en el *Newsstand* de *Apple*, en el quisco digital *Con Sencillo*, stand digital que se ha creado para difundirla. Tanto el quisco como **11 amigos** se han desarrollado utilizando aplicaciones desarrolladas por la

empresa Yudu Media con base de negocios en Londres, lo cual garantiza la aprobación de las mismas de acuerdo a los estándares de *Apple*.

El público objetivo es el de usuarios de *iPad* interesados en lecturas amplias sobre fútbol. El objetivo no son lectores especializados ni expertos en el tema. Con un mercado en crecimiento pero aún en desarrollo, que alcanza el mayor número de usuarios en Estados Unidos y Europa, la opción de lanzamiento en *iPad* se basa en iniciar la oferta de títulos en español, idioma que ocupa apenas el 15% a escala mundial de las publicaciones electrónicas tipo e-book o e-magazine. Sin embargo, el crecimiento que *Apple* proyectó cuando lanzó la tableta al mercado en 2010, ha dado, para junio de este año un total de 25 millones de dispositivos vendidos. Este número garantiza que ya en junio de este año existen 25 millones de usuarios.

Un mercado en crecimiento al cual las grandes corporaciones, como el caso de *The Daily*, apuestan en medio de la incertidumbre sobre la receptividad inicial que tendrán sus usuarios en cuanto a su relación con los productos ya establecidos de marcas reconocidas como el caso del diario inglés. En una fase inicial gratuita, el ingreso monetario de la revista va a depender de las estrategias de promoción, que se logre ubicar anunciantes interesados en sus contenidos y en este formato como plataforma para sus productos-servicios o relaciones.

Algunos de los números más recientes, citados en las ponencias del Congreso de Periodismo Digital en Huesca, en España, dejan ver cifras

interesantes. El consumo de Internet, de acuerdo a la ponencia de Ángel Fernández Barrero (Diarios para el *iPad*, nuevas oportunidades para el periodismo Digital 2010) aumenta, sin embargo, de manera progresiva al pasar de un 29,9% en 2008 a un 38,4% en 2010. Por edad, la lectura de diarios se concentra en el tramo comprendido entre 35 y 44 años (21,4% de la audiencia de diarios) aunque también es significativo el tramo comprendido entre 25 a 34 años (19,9%) y 45 a 54 años (18,2%). Todo ello en el mercado español.

Otro informe del EGM (Gabardo, 2010) revela, además, que el 64,1% de los internautas que no acceden a diarios electrónicos y sí lo hacen a diarios en papel argumentan que no lo hacen porque el papel pueden leerlo en cualquier sitio, pero nadie descarta la versión electrónica por darle más fiabilidad a las noticias que aparecen en papel, un dato a favor del *iPad*, esto a nivel mundial.

### **Estructura de 11 amigos:**

La estructura editorial de **11 amigos** consta de secciones fijas que marcan sus identidad y otras que se adaptan a las temporadas ligadas a la disciplina deportiva. A continuación se ofrece un breve resumen de cada una de las secciones contentivas de la revista y del contenido real resultante en el desarrollo de su número 0:

**Portada:** El estilo de la portada es de diseño libre, y siempre contendrá el tema del dossier, el plato fuerte de la revista. En el caso del número 0, se procuró ofrecer otros dos temas en la portada.

**Contenido:** Concebida como una vitrina, siempre incluirá la oferta de los títulos y firmas con la intención de seducir al lector para que visite los contenidos. Al ser una revista en aplicación para *IPad*, el concepto del número de página cesa de existir. La idea es que el lector pueda vincular la navegación de la revista a la pieza informativa. Lamentablemente, el número 0 no tiene la vinculación debido a que los desarrolladores no tuvieron tiempo de aplicarla.

**Editorial:** Siempre existirá una página editorial en la cual se expondrá una presentación del número en cuestión y estará acompañada por un pequeño perfil de los colaboradores que participen en el dossier de cada edición. La editorial del número 0 presenta la revista y describe su misión-visión como producto.

**En el fondo de la red:** Es la sección de apertura de los contenidos y será una sección fija. Trata los temas del fútbol que tienen relación con Facebook como red social. Se trata de textos cortos y tips . El número 0 ofrece datos de diferentes páginas en Facebook, incluyendo la de la Copa América 2011.

**Twitter way:** Otra sección fija, dedicada a las incidencias de esta red social en relación al mundo del balompié y sus personalidades. También se estructura en textos cortos y guiños al lector para generar una lectura dinámica. El número 0 incluye los tuits más populares hechos por personajes importantes ligados a esta disciplina deportiva.

**Entrevista FIFA:** Esta sección será fija, más no su fuente. Incluye una entrevista de personalidad, El número 0 contiene los extractos de una entrevista hecha a Cesar Farías y José Manuel Rey.

**Mundo:** Sección fija dedicada al tema noticioso a nivel internacional. Son los breves que al lector siempre le apetece consumir para mantenerse informado. Como subsección está **Mundo en Números**, que destaca las estadísticas y los números de interés para el acontecer en el fútbol. El número 0 incluye datos acerca del Mundial FIFA 2014.

**El Rincón:** Columna fija escrita por Javier Minitti, estadígrafo del fútbol nacional. El número 0 ofrece una guía para hacer una ficha técnica.

**Dossier:** Sección fija y plato fuerte de la revista. Siempre tratará un tema de interés y procurará contar con las firmas de once colaboradores que escribirán sus impresiones acerca de dicho tema, con el fin de abordarlo desde todas sus aristas. Tiene su propia identidad como pieza y como parte de esa identidad, los contenidos siempre estarán acompañado por ilustraciones que muestren la esencia del artículo. El número 0 está dedicado a la Copa América 2011 que comenzó el 1 de julio, misma fecha de su lanzamiento. Los colaboradores para este número son: Milena Gimón, Andrés Schmucke, Edgardo Broner, José Santos Urriola, Daniel Lozano, Carlota Fuenmayor, Alex Candal, Jesús Montero Nieves, Jesús García Regalado, Joel Copel Goldstein y Mauricio Pericón Moreno.

**La Lectura:** Sección fija en la que se reseñarán temas periféricos, siempre relacionados al balompié. El número 0 contiene una reseña de la película venezolana *Hermano*, ganadora de varios galardones a nivel internacional.

**Entrevista:** Esta sección siempre contendrá una entrevista de personalidad, en la que se destacará su perfil y sus impresiones. El número 0 contiene una entrevista a Pedro Acosta, ex jugador de la Vinotinto, selección nacional de fútbol.

**Portafolio:** Sección fija en la que el protagonista es la fotografía. Se trata de contar una historia con imágenes, de hacer un fotorreportaje y destacar la visual de los acontecimientos. El portafolio del número 0 está dedicado a recordar momentos de la Copa América 2007, que se realizó en el país, con fotografías de Gennaro Pascale .

**Partículas Elementales:** Columna fija escrita por Martín Mucha, periodista y escritor peruano. En el número 0 la columna está dedicada a Leo Messi, jugador argentino que se ha convertido en una de las figuras más destacadas de la actualidad deportiva.

**Caricatura:** Nunca dejará de faltar este espacio para el humor dentro de la revista. El número 0 contiene una caricatura contratada, ya que aún no hemos encontrado un ilustrador local que acepte el reto de llevar la viñeta.

## Plan y Arquitecto de **11 amigos**, número 0:

Para el diseño y desarrollo del número 0 de **11 amigos**, se realizó un arquitecto según el orden de las secciones y el número de páginas de cada pieza. Cada una de estas páginas se diseñaron en formato vertical y horizontal, pensando en la cualidad de volteo de la tableta que permite la visualización de contenidos en ambas formas.

En principio, se concibió un plan de navegación de contenidos en el cual cada nota o sección se navegaría de forma vertical hacia abajo y entre contenidos se navegaría en forma horizontal de derecha a izquierda. También se planificó el diseño de la página de contenidos para que el usuario pudiese acceder a los temas al tocar cada celda contentiva de los títulos presentados en esta página. El orden y conteo de las páginas quedó de la siguiente manera:

1. Portada: 1 página
2. Video de presentación e instrucciones de navegación de la aplicación:  
1 página
3. Contenido: 2 páginas
4. Editorial (presentación de los colaboradores): 2 páginas
5. En el fondo de la red: 2 páginas
6. Twitter way: 2 páginas
7. Publicidad: 1 página



8. Entrevista FIFA: 3 paginas
9. Mundo y Mundo en Números: 4 paginas
10. El Rincón: 3 paginas
11. Publicidad: 1 pagina
12. Dossier Copa América 2011: 33 paginas
  - Portadilla: 1 pagina
  - En suelo albicelste: 3 paginas
  - Mi equipo perdedor: 2 paginas
  - Los goles son nuestros: 2 paginas
  - Bailando al balompié: 3 paginas
  - Argentina y Brasil, el mundo al revés: 2 paginas
  - Días de radio para contar: 4 paginas
  - ¿Copa América?: 2 paginas
  - ¿Cómo se llena un vacío?: 2 paginas
  - La Vinotinto de los botones voló de vuelta al sur: 3 paginas
  - Fútbol en el fondo de la red... social: 2 paginas
  - Ganar, un deber; perder, la última alternativa; 3 paginas

- Sede noble y gentil: 2 paginas
- El balón emblema de un continente: 2 paginas

13. Publicidad: 1 pagina

14. La lectura. Cotufas con grito de gol: 3 paginas

15. Entrevista. Pedro Acosta un gigante Vinotinto: 3 paginas

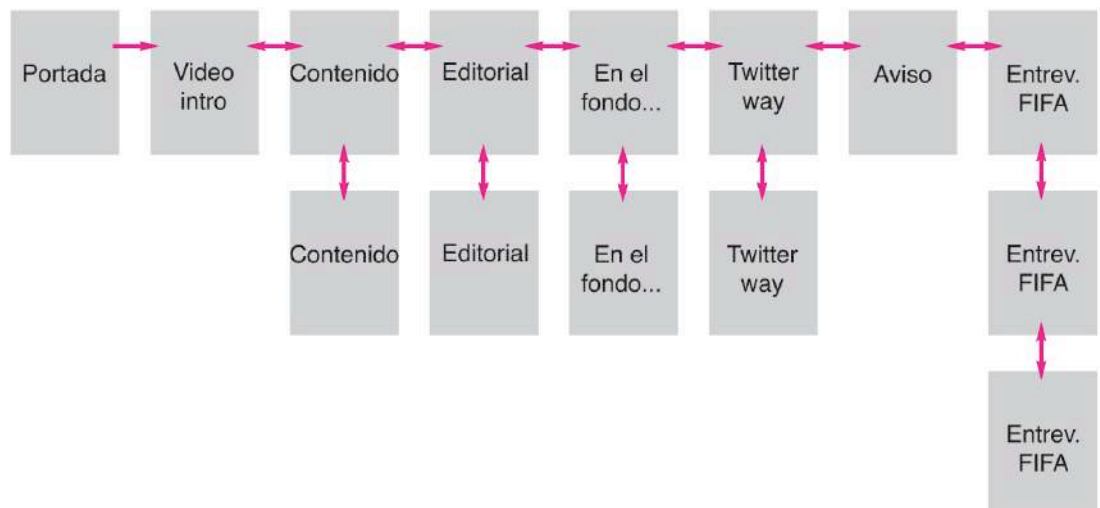
16. Portafolio. Memorias de Copa: 18 paginas

17. Partículas elementales: 2 paginas

18. Caricatura: 1 pagina

Total de paginas del número 0: 83 paginas

#### EJEMPLO DE NAVEGACIÓN DE LA REVISTA, VERSIÓN VERTICAL



## Características del Dispositivo:

A continuación se describen las especificaciones técnicas del *iPad* en sus dos modelos: Wi-Fi y Wi Fi 3G. Estas características son relevantes al diseño y desarrollo de aplicaciones específicas para el dispositivo.

Modelos:



Dimensiones y peso:

El modelo Wi-Fi tiene las siguientes dimensiones: alto: 24,12 cm, ancho: 18,57 cm, fondo: 0,88 cm, peso: 601 gr. El modelo Wi-Fi 3G posee dimensiones parecidas, pero difiere en el peso, que es de 613 gramos.



### Capacidad:

Ambos modelos tienen capacidad de 16 GB, 32 GB o 64 GB y su precio de mercado varía según la capacidad del dispositivo.

### Redes móviles e inalámbricas:

El modelo Wi-Fi posee las redes Wi-Fi (802,11a, b, g, n) y tecnología Bluetooth 2.1 + EDR.

El modelo con Wi-Fi y 3G: UMTS/HSDPA/HSUPA (850, 900, 1.900, 2.100 MHz); GSM/EDGE (850, 900, 1.800, 1.900 MHz) , Solo datos, Wi-Fi (802,11a, b, g, n), y tecnología Bluetooth 2.1 + EDR.

### Características de la pantalla:

Pantalla panorámica brillante Multi-Touch de 9,7 pulgadas (en diagonal) retroiluminada por LED con tecnología IPS. Su resolución es de 1.024 por 768 píxeles a 132 píxeles por pulgada (p/p). Tiene una cubierta oleófuga resistente a huellas dactilares y es compatible con la presentación simultánea de múltiples idiomas y grupos de caracteres. Según regulaciones medio-ambientales , el diseño de la pantalla se realizó con vidrio sin arsénico y sin BFR. La pantalla no contiene mercurio y está retroiluminada por LED. El *iPad* no contiene PVC.

### Procesador:

El *iPad* utiliza un procesador llamado Chip A5 de *Apple* de doble núcleo a 1 GHz, diseñado a medida, de alto rendimiento y bajo consumo.

### **Cámaras, fotos y grabación de vídeo:**

Según el modelo, el *iPad* puede estar equipado con los siguientes dispositivos:

**Cámara trasera:** grabación de vídeo HD (720p) de hasta 30 fotogramas por segundo con audio; fotografía con zoom digital de 5 aumentos.

**Cámara frontal:** grabación de vídeo VGA hasta 30 fotogramas por segundo con audio; fotografía con calidad VGA.

También posee un control táctil de la exposición en vídeos o fotos y la capacidad para realizar el geo-etiquetado de fotos y vídeos a través de Wi-Fi.

### **Batería y alimentación:**

Batería recargable integrada de polímeros de litio de 25 vatios por hora que otorga hasta 10 horas de navegación por Internet a través de Wi-Fi y de reproducción de vídeo y música. Esta batería se carga por adaptador de corriente o conexión USB de un ordenador. Hasta 9 horas de navegación por Internet a través de redes 3G.

### **Entrada/salida:**

Según el modelo, el *iPad* posee varias diferencias en sus puertos de entrada y salida. El modelo Wi-Fi tiene puerto para conector Dock de 30 clavijas, miniconector para auriculares estéreo de 3,5 mm, altavoz integrado y micrófono.

El modelo Wi-Fi 3G viene *equiPado* con puerto para conector Dock de 30 clavijas, miniconector para auriculares estéreo de 3,5 mm, altavoz integrado, micrófono y bandeja de tarjeta Micro SIM.

#### **Sensores:**

Sin importar el modelo, el *iPad* está *equiPado* con un giroscopio de tres ejes, acelerómetro y un sensor de luz ambiental.

#### **Localización geográfica:**

El *iPad* está *equiPado* con dispositivos de que permiten la localización geográfica. Ambos modelos poseen Wi-Fi y brújula digital. Además el modelo Wi-Fi 3G contiene un GPS asistido.

#### **Reproducción de audio:**

El *iPad* tiene una capacidad de reproducción de audio con respuesta de frecuencia: de 20 a 20.000 Hz, con un límite de volumen configurable por el usuario y la posibilidad de sonido envolvente Dolby Digital 5.1 a través del Adaptador AV digital de *Apple*, el cual se vende por separado.

El dispositivo tiene compatibilidad con los siguientes formatos de audio: HE-AAC (V1 y V2), AAC (de 8 a 320 Kb/s), AAC protegido (del iTunes Store), MP3 (de 8 a 320 Kb/s), MP3 VBR, Audible (formatos 2, 3 y 4, Audible Enhanced Audio, AAX y AAX+), *Apple* Lossless, AIFF y WAV.

## TV y vídeo:

Compatibilidad con vídeo en espejo y salida de vídeo: hasta 1.080p con el Adaptador AV digital de *Apple* o el Adaptador VGA de *Apple*, que se venden por separado. También es compatible con salida de vídeo a 576p y 480p con el Cable *Apple* de AV por componentes; 576i y 480i con el Cable *Apple* de AV compuesto. Los formatos de vídeo compatibles son: vídeo H.264 de hasta 720p, 30 fotogramas por segundo, perfil Main de nivel 3.1 con sonido AAC-LC de hasta 160 Kb/s a 48 kHz y estéreo en los formatos de archivo .m4v, .mp4 y .mov; vídeo MPEG-4 de hasta 2,5 Mb/s, 640 por 480 píxeles, 30 fotogramas por segundo, perfil Simple con sonido AAC-LC de hasta 160 Kb/s a 48 kHz y estéreo en los formatos de archivo .m4v, .mp4 y .mov; Motion JPEG (M-JPEG) de hasta 35 Mb/s, 1.280 por 720 píxeles, 30 fotogramas por segundo, sonido en ulaw y estéreo PCM en el formato de archivo .avi.

## Adjuntos de correo compatibles:

En el *iPad* los tipos de documento visibles son: .jpg, .tiff y .gif (imágenes); .doc y .docx (Word de Microsoft); .htm y .html (páginas web); .key (Keynote); .numbers (Numbers); .pages (Pages); .pdf (Vista Previa y Acrobat de Adobe); .ppt y .pptx (PowerPoint de Microsoft); .txt (texto); .rtf (formato de texto enriquecido); .vcf (información de contacto); y .xls y .xlsx (Excel de Microsoft).

## Idiomas:

Alemán, árabe, catalán, checo, chino tradicional, chino simplificado, coreano, croata, danés, eslovaco, español, finés, francés (Francia), griego, hebreo,

húngaro, indonesio, inglés (EE. UU), inglés (Reino Unido), italiano, japonés, malayo, neerlandés, noruego, polaco, portugués (Brasil), portugués (Portugal), rumano, ruso, sueco, tailandés, turco, ucraniano y vietnamita.

**Idiomas de teclado** compatibles: alemán, árabe, búlgaro, catalán, checo, cheroqui, chino tradicional (manual, pinyin, zhuyin, cangjie y wubihua), chino simplificado (manual, pinyin y wubihua), coreano, croata, danés, eslovaco, español, estonio, finés, flamenco, francés (Francia, Canadá y Suiza), griego, hebreo, húngaro, indonesio, inglés (EE. UU), inglés (Reino Unido), islandés, italiano, japonés (Romaji y Ten Key), japonés (Kana), letón, lituano, macedonio, malayo, neerlandés, noruego, polaco, portugués (Brasil), portugués (Portugal), rumano, ruso, serbio (cirílico y latino), sueco, tailandés, tibetano, turco, ucraniano y vietnamita.

**Diccionarios compatibles (activa las funciones de texto predictivo y autocorrección):** alemán, árabe, catalán, checo, cheroqui, chino simplificado, chino tradicional, coreano, croata, danés, eslovaco, español, finés, flamenco, francés, japonés (Kana), japonés (Romaji), griego, hebreo, húngaro, indonesio, inglés (EE. UU.), inglés (Reino Unido), italiano, lituano, malayo, neerlandés, noruego, polaco, portugués (Portugal), portugués (Brasil), rumano, ruso, sueco, tailandés, turco, ucraniano y vietnamita.



### **Accesibilidad:**

Todos los modelos de *iPad* tienen capacidad para la reproducción de subtítulos ocultos, lector de pantalla VoiceOver. Se puede realizar la ampliación a pantalla completa, pantalla en blanco sobre negro y audio mono.

### **Requisitos ambientales:**

Para su funcionamiento correcto, el *iPad* debe estar en las siguientes condiciones ambientales: temperatura de funcionamiento: entre 0 y 35 °C; temperatura de almacenamiento: entre -20 y 45 °C; humedad relativa: del 5 al 95% sin condensación; altitud máxima de funcionamiento: 3.000 m.

### **Requisitos para Mac:**

Su compatibilidad con equipos Mac depende de las siguientes características: ordenador Mac con puerto USB 2.0 y con un sistema operativo Mac OS X 10.5.8 o posterior, se recomienda la sincronización con iTunes 10.2 o posterior, cuya descarga es gratuita. También es necesario abrir una cuenta en el iTunes Store y tener acceso a Internet.

### **Requisitos para Windows:**

Se debe tener un PC con puerto USB 2.0 que posea un sistema operativo Windows 7, Windows Vista, o Windows XP Home o Professional con Service Pack 3 o posterior. Se recomienda la sincronización con iTunes 10.2 o posterior, cuya descarga es gratuita. También es necesario abrir una cuenta en el iTunes Store y tener acceso a Internet.

## Diseño visual:

Para desarrollar el diseño visual de **11 amigos**, se tomó en cuenta como lineamiento principal las características técnicas del dispositivo y el informe de usabilidad en *iPads* publicado por Nielsen Norman Group. De estas lecturas se tomaron en cuenta los patrones de navegación que formaron la guía natural para el diseño visual de la revista.

Cuando se habla de la visual de una revista se debe tener en cuenta los siguientes factores: lienzo, retícula, logotipo, tipografía, color y recursos audiovisuales. Sin embargo, al diseñar la aplicación de **11 amigos**, los recursos visuales se extienden más allá de el uso de imágenes. Se debe tener en cuenta el diseño de la simbología de navegación y los iconos de acceso a las piezas multimedia.

También se conceptualizó el diseño de elementos más allá de la propia revista. Las revistas en aplicación para *iPads* se posicionan en el App Store en quioscos digitales. Estos quioscos pueden ser independientes o estar afiliados a las empresas desarrolladoras. Para el desarrollo de este proyecto se optó por crear un quisco propio, contentivo de la revista y otros productos.

Para la creación del quisco fue necesario diseñar su imagen como entidad independiente. El diseño de elementos como el logo, la página de registro, el avatar o ícono de identificación, la página de presentación y otros elementos, forman parte de este proyecto.

La revista **11 amigos** está ligada a un proyecto personal de Hans Graf, dueño del sitio web [fútbolvenezolano.com](http://fútbolvenezolano.com) y [blogvintinto.com](http://blogvintinto.com). Autor de varios libros en impreso y digital, Hans Graf ha dedicado su carrera a la cobertura del fútbol nacional e internacional. Desde la visual de los libros y del sitio web parte el concepto gráfico de **11 amigos** y del quiosco cuyo nombre es Con sencillo.

El logotipo:



El logotipo de **11 amigos** es un logo vectorial que está diseñado con base tipográfica, en el que intencionalmente se evitó el uso de elementos que hacen referencia directa al fútbol. Sus dimensiones originales son de 670 píxeles de ancho y 240 píxeles de alto. Como requisito para el diseño en *iPad*, los archivos vectoriales deben tener una resolución base de 300 dpi y estar en formato de color RGB.

En el logotipo se destaca el número once en cifras y es la pieza que tiene mayor impacto visual. Se utilizó como base la tipografía Princeton LET ya que se buscaba hacer la referencia a los números que llevaban los deportistas de antaño en sus camisetas y se trabajó en la deformación de esta tipografía con

la intención de crear un vacío que permita la transparencia con el fondo. A esta figura se le aplicó el color CC0000 de la paleta de colores adobe catalogados como seguros para web y se le aplicó un trazo blanco fino para lograr resaltar el logo en fondos de color similar. Las dimensiones de esta pieza en el diseño original son de 183 pixeles de ancho por 185 pixeles de alto.

Para la palabra amigos se eligió como base SF Speedwaystar, una tipografía sin serif y de curvas suaves, para ejercer contraste con el número 11. Se trabajó con letras minúsculas y se deformó la tipografía para suavizar aún más sus curvas. Se les asignó el color negro, código 231F20 en la paleta de colores adobe catalogados como seguros para web y se le aplicó un trazo blanco fino para lograr resaltar el logo en fondos de color similar. Se rellenaron los vacíos de las letras A, G y O con el mismo tono de rojo que se le asignó al número 11. Se aprovechó el diseño de la letra l minúscula (l) y se sustituyó la tilde por una circunferencia de 76 pixeles de radio, 6 puntos de espesor y de la misma tonalidad de color rojo usada en los otros elementos. También se le aplicó la misma orla blanca. Dentro de la circunferencia se insertó la palabra once, también con las mismas características de estilo que la palabra amigos. Las dimensiones de esta pieza son de 485 pixeles de ancho por 139 pixeles de alto.

Las dos tipografías que se utilizaron como base para el diseño del logotipo son de descarga gratuita y son parte del catálogo del sitio web 1001 free fonts (<http://1001freefonts.com>). El diseño del logotipo se trabajó en Adobe Illustrator CS3.

Asímismo, es importante destacar que el logotipo de 11amigos se posiciona en la parte superior de la portada, de forma centrada y ocupando la mancha por completo. Sus dimensiones hacen contacto con los márgenes superior, derecho e izquierdo que marcan el espacio de 50 pixeles que se deben guardar de respeto en el lienzo.

### La retícula:

Al momento de diseñar la revista, surgió la inquietud de escoger el software adecuado para comenzar a procesar las plantillas. Se comenzó a experimentar con Indesign, parte del paquete Adobe Creative Suite CS3, pero investigando acerca de los programas que ofrece el mercado, se concluyó que era preferible utilizar QuarkXPress 8, ya que posee una opción para la creación de proyectos interactivos.

Luego se comenzó a crear una plantilla madre con un lienzo de medidas 1024 pixeles de ancho por 768 pixeles de alto para una pantalla horizontal, y 768 pixeles de ancho por 1024 pixeles de alto para una pantalla vertical. Como la intención del diseño siempre contempló el factor del volteo de pantalla, se crearon plantillas madres para ambos formatos. Las recomendaciones de diseño para estas aplicaciones contemplan dejar un margen de 50 pixeles al rededor del lienzo, ya que el *iPad* por defecto absorbe parte de esta mancha cuando se despliegan los menús del sistema operativo.

Una vez calculado el lienzo, se preparó una retícula base para cada formato de pantalla. Para la pantalla vertical se calculó una mancha de 668 pixeles de

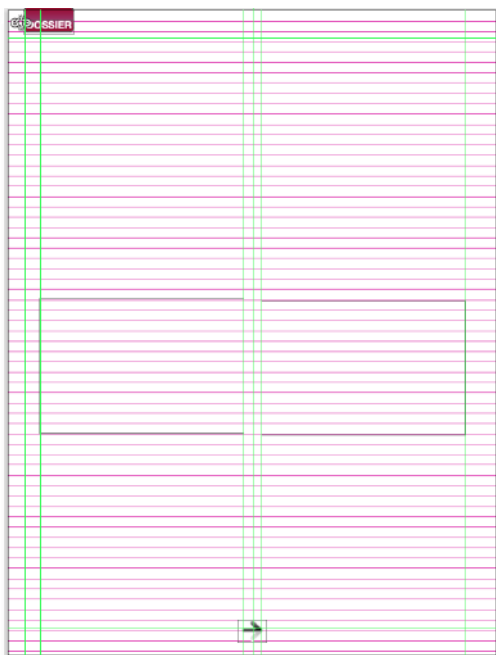
ancho por 924 pixeles de altura y se le asignó una retícula de dos columnas, cada una con dimensiones de 320 pixeles de ancho, separadas por un corondel de 28 pixeles de ancho. También se creó una rejilla base para alinear los textos, de 16.4 puntos de separación. La recomendación de los desarrolladores es trabajar con tipografías que tengan una medida mínima de 12 puntos y 14 puntos en promedio.

En el caso del volteo o pantalla horizontal, se calculó una mancha de 924 pixeles de ancho por 668 pixeles de altura y se le asignó una retícula de tres columnas, cada una con 290 pixeles de ancho y un corondel de 22 pixeles de ancho. También se le calculó una rejilla base de 16 puntos de interlineado para trabajar con textos en las dimensiones recomendadas.

#### Resultado de diseño de retícula horizontal



## Resultado de diseño de retícula vertical



## La tipografía

El diseño para aplicaciones *iPad* es mucho más libre que el diseño web en cuanto a la escogencia y el uso de tipografías. El aspecto visual de los textos es el mismo siempre al descargar la aplicación. La condicionante que el diseñador web tiene en cuanto al manejo de tipografías, es que deben tener paridad con las que tenga el usuario web instaladas en su computadora. Sin embargo, en el diseño de las aplicaciones para *iPad*, lo importante es la lectura en la pantalla dada su resolución. Las variantes que hay que tener en cuenta cuando se escoge una tipografía de lectura en estos dispositivos se fundamentan en que el cuerpo y la densidad de los caracteres pesen lo suficiente para brindar una buena lectura al usuario. El brillo y el enfoque de la pantalla también son factores a considerar.

Tras realizar varias pruebas con diferentes familias tipográficas, se escogió la fuente Helvética Neue LT Std como fuente madre de la revista. Helvética Neue es un tipo de letra sans serif (*Clasif. Vox: Lineale B Neo-Grotesque*) que nació de la versión que se le hizo a la fuente Helvética diseñada por Max Miedinger para la fundación de tipografías Haas'sche Schriftgießerei, cuyo uso se hizo popular durante la época de la posguerra. En la década de los ochenta, D. Stempel AG, filial de Linotype, desarrolló la versión Neue al hacer una revisión del trazado original, para otorgarle una estructura más unificada de alturas y anchuras. El proyecto fue manejado por René Kerfante y el estudio estuvo encabezado por Wolfgang Schimpf, quién fue asistido por Rinhard Haus. Como resultado de los cambios hechos a la tipografía se logró mejorar su legibilidad en la lectura corrida, más espacios entre números, aumentar la fortaleza de los signos de puntuación y actualizar su diseño. El resultado fue el desarrollo de una familia tipográfica muy variada y popular para el diseño corporativo.

Esta familia tipográfica tiene tantas variantes que solventa el problema que se puede producir al hacer combinaciones con otras familias tipográficas para destacar títulos o romper con las líneas del estilo. Las dimensiones del lienzo que expone la tableta, también se consideraron ante la posibilidad de combinar familias tipográficas. Por ello se escogió esta familia tipográfica que ofrece muchas variaciones de estilo sin necesidad de combinar con otras tipografías. Esto evitó el peso excesivo del diseño, que ya cuenta otros tantos recursos gráficos en un lienzo de dimensiones pequeñas. Este factor no excluye el uso



de tipografías invitadas en casos específicos y cuando el diseño lo amerite. A continuación se muestran las variantes de la fuente.

23 Helvética Neue LT Std Ultra Light Extended

25 Helvética Neue LT Std Ultra Light

27 Helvética Neue LT Std Ultra Light Condensed

33 Helvética Neue LT Std Thin Extended

*33 Helvética Neue LT Std Thin Extended Oblique*

35 Helvética Neue LT Std Thin

*36 Helvética Neue LT Std Thin Italic*

37 Helvética Neue LT Std Thin Condensed

*37 Helvética Neue LT Std Thin Condensed Oblique*

43 Helvética Neue LT Std Light Extended

45 Helvética Neue LT Std Light

47 Helvética Neue LT Std Light Condensed

**53 Helvética Neue LT Std Extended**

55 Helvética Neue LT Std Roman

*56 Helvética Neue LT Std Italic*

57 Helvética Neue LT Std Condensed

**63 Helvética Neue LT Std Medium Extended**

**65 Helvética Neue LT Std Medium**

**67 Helvética Neue LT Std Medium Condensed**

**75 Helvética Neue LT Std Bold**

75 Helvética Neue LT Std Bold Outline

***76 Helvética Neue LT Std Bold Italic***

**83 Helvética Neue LT Std Heavy Extended**

***83 Helvética Neue LT Std Heavy Extended Oblique***

**85 Helvética Neue LT Std Heavy**

***86 Helvética Neue LT Std Heavy Italic***

**87 Helvética Neue LT Std Heavy Condensed**

***87 Helvética Neue LT Std Heavy Condensed Oblique***

**93 Helvética Neue LT Std Black Extended**

***93 Helvética Neue LT Std Black Extended***

***Oblique***

**95 Helvética Neue LT Std Black**

***96 Helvética Neue LT Std Black Italic***

**97 Helvética Neue LT Std Black Condensed**

***97 Helvética Neue LT Std Black Condensed Oblique***

**107 Helvética Neue LT Std Extra Black Condensed**

***107 Helvética Neue LT Std Extra Black Condensed Oblique***

## Estilos en 11 amigos:

Para el diseño de **11 amigos**, se definieron ciertos estilos tipográficos para el manejo de los textos, títulos, sumarios, leyendas, recuadros, etc. Se procedió a diseñar una paleta de estilos tipográficos que incluyen las características del carácter o tipo, y su disposición en la lectura o características de párrafo. Se ha desglosado esta paleta, según su uso, en cuatro secciones: el cuerpo de texto, la titulación, manejo de tablas y datos, y los recuadros o despieces. A continuación detallaremos el estilo en cada caso:

### Cuerpo de texto:

**Textos:** El estilo de texto se definió como Helvética Neue LT Std Light en catorce puntos (14 pt); color negro al 100% de opacidad e intensidad, con un interletraje de entre -3 y +3, con una escala horizontal 100%. La alineación de los párrafos se hizo de manera justificada y se manejó un interlineado de quince puntos (15pt). Sin embargo, se alineó el texto a una rejilla base principal de 16.4 puntos, ya que se trabajó con un incremento de 2.4 puntos por encima del valor de la tipografía para poder lograr la distribución equilibrada del cuerpo de texto con respecto la mancha y los márgenes de 50 pixeles de respeto. Se manejó un corte de palabras (H & J) estándar, es decir, el que trae por defecto el programa, que calcula de cinco (5) caracteres la palabra más pequeña que acepta partición, de un mínimo de dos (2) caracteres anteriores a la partición, permite la partición de mayúsculas, y no permite más de tres particiones seguidas por párrafo. No se utilizan sangrías para el comienzo de párrafos.

**Textos con capitular:** El concepto del diseño visual de **11 amigos** contempla el uso de un carácter en forma de capitular, al comienzo del cuerpo de texto de cada contenido en el caso de las lecturas de extensión. En el caso del uso de capitular para el comienzo del texto, se ha definido el siguiente estilo: Helvética Neue LT Std Heavy, al 100% de densidad, con un encapsulado dentro del cuerpo de texto de 3 líneas de extensión y alineación a la rejilla base. El color de la capitular estará subordinado por los colores manejados para la titulación. Las características de párrafo están subordinadas a las del cuerpo de texto.

**Intertítulos:** Se manejó la tipografía Helvética Neue LT Std Medium en dieciséis puntos (16 pt), toda en mayúsculas, sin interletraje y sin partición, con una escala horizontal del 100%. con alineación de párrafo izquierda y anclada también a la rejilla base del lienzo. El color de los intertítulos variará según el color escogido para la titulación.

**Pié de pagina:** Para el manejo de las notas a pie de página tales como fuentes o el perfil de los autores, se delimitó el uso de la tipografía Helvética Neue LT Std Thin Italic en doce puntos (12 pt) de color negro, sin deformaciones ni interletraje. Se mantiene la partición estándar y su alineación de párrafo es a la derecha. También se maneja un interlineado anclado a la rejilla base del lienzo.

**Leyendas:** A las leyendas de las fotos que acompañan a los trabajos se le asignó como estilo Helvética Neue LT Std Medium Condensed en doce puntos (12pt), con un interletraje de entre -3 y +3, sin partición y con alineación a la rejilla

bese de la retícula. Su color y alineación a párrafo depende de su ubicación con respecto al recurso gráfico.

**Crédito de fotógrafo:** Para estilar los créditos de fotógrafo se escogió el uso de Helvética Neue LT Std Thin, en doce puntos (12 pts) sobre 15 puntos de interlineado, con alineación derecha que se puede girar en 90° (noventa grados), color negro al 100% de opacidad e intensidad, sin interletraje y con una escala horizontal 100%. Se mantuvo la alineación a la rejilla base del lienzo. La excepción se hace en el Portafolio, donde se destaca el nombre del fotógrafo con el estilo del crédito de periodista.

**Crédito de periodista:** El crédito de periodista en **11 amigos** incluye las señas en Twitter del autor de la nota o en su defecto, la dirección web. El estilo del crédito de periodista se deriva del estilo de sumario. Para definirlo se utiliza Helvética Neue LT Std Bold, en mayúsculas, en dieciocho puntos (18 pts) sobre 15 puntos de interlineado, con alineación izquierda, color #999999 de la serie RGB segura para web, al 100% de opacidad e intensidad, sin interletraje y con una escala horizontal 100%. Para las señas en Twitter, se utiliza la misma tipografía en mayúsculas y minúsculas, en 14 puntos de tamaño. El resto de las características se mantiene. También se conserva la alineación a la rejilla base del lienzo.

**Epígrafes:** Son piezas usadas con frecuencia en el diseño de **11 amigos** y casi obligatorias dentro del Dossier. Se definen con la tipografía Helvética Neue LT Std Thin Extended, en veintidos puntos (22 pts) sobre 24 puntos de

interlineado, con alineación izquierda o derecha según convenga, color negro de la serie RGB segura para web, al 100% de opacidad e intensidad, con las mismas condiciones de interletraje que el texto y con una escala horizontal 100%, Siempre anclado a la rejilla base del lienzo. Cuando son utilizados fuera del Dossier, la tipografía de los epígrafes varía a Helvética Neue LT Std Thin Extended Oblique y su color depende de la necesidad gráfica del diseño del trabajo. El resto de las características se mantienen.

**Textos de despieces:** Las notas relacionadas o despieces mantienen un estilo tipográfico deistinto al del texto de la nota principal. Se escogió la tipografía Helvética Neue LT Std Medium, en doce puntos (12 pts) sobre 15 puntos de interlineado, con alineación izquierda, color negro al 100% de opacidad e intensidad, con un interletraje de entre -3 y +3, con una escala horizontal 100%. También se mantuvo el anclaje a la rejilla base del lienzo.

Ejemplo de cuerpo de texto:



SECCIÓN ENTREVISTA, VERSIÓN VERTICAL



## La titulación o Header:

**Títulos:** Existen varios estilos gráficos para la titulación en **11 amigos**, que dependen de la sección de la revista y el tipo de contenido que se publica. Los títulos de secciones con contenidos cortos generalmente no son muy grandes en cuerpo ( entre 18 y 40 puntos), con un interletraje, color y alineación variables, alineados a la rejilla base del lienzo y libres en cuanto al estilo de la tipografía Helvética Neue LT Std. Ninguno de los títulos en **11 amigos** utiliza la partición de palabras

También existen secciones en las que los textos titulan con números. En estos casos las variaciones en tamaño, interlineado e interletraje son aún más acentuadas e incluso se aceptan tipografías invitadas. Tal es el caso de las secciones Mundo en números , En el fondo de la red y Twitter Way.

Para los trabajos de lectura el estilo base es Helvética Neue LT Std Light Extended, con un cuerpo de 48 puntos e interlineado de 50 puntos, con un interletraje de entre -3 y +3, alineación izquierda y de color variable, según la sección. Sin embargo, el estilo de titulación de los trabajos que componen el Dossier es más rígido. En el Dossier los títulos utilizan la misma familia tipográfica

Helvética Neue LT Std Light Extended, con un tamaño base de 60 puntos e interlineado de 50 puntos con alineación a la rejilla base del lienzo. El color asignado a la titulación es el 990033 de la serie RGB segura para web.

**Títulos despieces:** Las notas relacionadas o despieces también tienen su identidad tipográfica. Para ello se escogió la tipografía Helvética Neue LT Std Heavy, en 16 puntos sobre 15 puntos de interlineado, con un interletraje de entre -3 y +3, alineación izquierda y de color variable según la sección: siempre alineado a la rejilla base del lienzo. Este tipo de titulación carece de partición de palabras

**Antetítulos:** La figura del antetítulo no siempre está presente en las notas de **11 amigos**. Sin embargo, están presentes en la paleta de estilos tipográficos de la revista. Para definirla, se escogió la tipografía Helvética Neue LT Std Bold, en 18 puntos sobre 15 puntos de interlineado, con un interletraje de entre -3 y +3, alineación izquierda y de color #999999 de la serie RGB segura para web, al 100% de opacidad e intensidad: siempre alineado a la rejilla base del lienzo y sin partición de palabras.

**Sumarios:** Los sumarios en **11 amigos** sólo se utilizan en ciertas secciones como La Entrevista, La Lectura y el Portafolio. Los temas de el Dossier no utilizan sumario. Se escogió la tipografía Helvética Neue LT Std Thin, en 24 puntos sobre 28 puntos de interlineado, con un interletraje de entre -3 y +3, alineación variada según sea necesario y de color negro de la serie RGB segura para



web, al 85% de opacidad y 100% de intensidad: siempre alineado a la rejilla base del lienzo y sin partición de palabras.

Ejemplo de titulación, caso Dossier:

SECCIÓN DOSSIER, VERSIÓN VERTICAL

SECCIÓN DOSSIER, VERSIÓN HORIZONTAL

Etiquetas o Identificadores:

Como parte de su simbología, 11 amigos utiliza un sistema de etiquetas o identificadores para que el usuario se pueda ubicar con facilidad con respecto a la sección de la revista en la que se encuentra. Estas etiquetas siempre se encontrarán en la parte superior izquierda, sangrando el lienzo, están

conformadas por una lengüeta de color y el texto que señala el nombre de la sección.

Para darle estilo a las etiquetas se utiliza Helvética Neue LT Std Bold, en 16 puntos sobre 16,4 puntos de interlineado, sin interletraje y alineación centrada con respecto a la lengüeta de color. El color del texto es blanco de la serie RGB segura para web, al 100% de opacidad y 100% de intensidad.

#### **Tipografías de portada:**

La portada de 11amigos también se trabaja con la misma familia tipográfica. Sin embargo, la portada contiene elementos únicos a esta. Estos estilos tipográficos se definen a continuación:

**Eslogan:** Al logotipo lo acompaña el eslogan “EL MUNDO ES REDONDO... PATÉALO”. Este eslogan siempre está ubicado justo debajo del logotipo de **11 amigos** y su estilo tipográfico es Helvética Neue LT Std Heavy , toda en mayúsculas, en 22 puntos sobre 28 puntos de interlineado, con un interletraje de +2, alineación izquierda y de color blanco de la serie RGB segura para web, al 100% de opacidad y 100% de intensidad.

**Título principal:** El titular a destacar dentro de la portada por lo general pertenecerá al Dossier. Estos se escriben en Helvética Neue LT Std Bold Extended, en mayúsculas y minúsculas, en 60 puntos sobre 58 puntos de interlineado y sin interletraje. Su alineación variará según la necesidad de ubicación, pero se centrará con respecto a la etiqueta y el subtítulo. Su color dependerá de su legibilidad con respecto a la imagen de fondo.

**La etiqueta de portada:** En la portada de **11 amigos**, el Dossier siempre contiene la etiqueta que lo identifica a manera de antetítulo. Esta etiqueta posee las mismas características tipográficas que las que aparecen en el resto de la revista, a excepción de su ubicación, que es centrada con respecto al título principal y el subtítulo que lo acompaña.

**Subtítulo:** El título principal se acompaña de un subtítulo que se trabaja en Helvética Neue LT Std Extended, en mayúsculas, en 25 puntos sobre 28 puntos de interlineado y sin interletraje. Su alineación es centrada con respecto al título y su color dependerá de su legibilidad con respecto a la imagen de fondo.

**Títulos secundarios:** La portada de **11 amigos** puede incluir dos o tres títulos secundarios. En el caso del número 0, se incluyeron solamente dos. La tipografía seleccionada para estos títulos es Helvética Neue LT Std Bold Extended, en mayúsculas y minúsculas, con un cuerpo que varía entre 25 y 35 puntos sobre -2 puntos de interlineado y con una variación de interletraje de entre -3 y +3. Su alineación variará de derecha a izquierda, según la necesidad de ubicación. Su color dependerá de su legibilidad con respecto a la imagen de fondo.

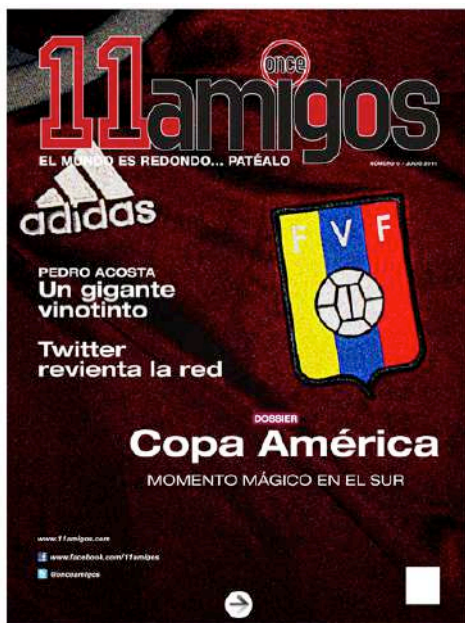
**Antetítulos:** Los antetítulos se utilizan con los títulos secundarios e identifican el tema sobre el cual se titula. Se estilan con Helvética Neue LT Std Bold Extended, en mayúsculas, con un cuerpo que varía entre 18 y 22 puntos sobre -2 puntos de interlineado y con una variación de interletraje de entre -3 y +3. Su

alineación variará de derecha a izquierda, según esté alineado el título secundario. Su color dependerá de su legibilidad con respecto a la imagen de fondo.

**Identificador de edición:** La portada contiene en la parte superior izquierda y debajo del logotipo, un identificador de edición que incluye el número y mes de publicación de la aplicación. Este identificador está diseñado con la tipografía Helvética Neue LT Std Heavy, todo en mayúsculas, con un cuerpo de 9 puntos e interlineado de -2 puntos sobre su tamaño y sin interletraje. Se alinea a la derecha y se ubica en la misma coordenada vertical del eslogan. Utiliza el color blanco de la serie RGB segura para web, al 100% de opacidad y 100% de intensidad.

**Dirección web y redes sociales:** La portada de **11 amigos** incluye en la parte inferior izquierda, la dirección de su sitio web y sus señas en las redes sociales *Facebook* y *Twitter*. Estas señas están diseñadas con la tipografía Helvética Neue LT Std Heavy Italic, con un tamaño de 12 puntos sobre 16,4 puntos de interlineado. Ancladas a la rejilla base del lienzo, alinean a la izquierda y utilizan el color blanco de la serie RGB segura para web, al 100% de opacidad y 100% de intensidad.

Ejemplo de titulación de portada:



EJEMPLO DE PORTADA,  
VERISIÓN VERTICAL Y HORIZONTAL

## Paleta de color

El proceso de formación de la paleta de colores de **11 amigos** parte de la identidad que ya posee el sitio web [www.futbolvenezolano.com](http://www.futbolvenezolano.com). Este blog existe desde hace 5 años como un blog de opinión manejado por Hans Graf, socio en el proyecto de **11 amigos**. Fundador de la revista digital *A ritmo del gol*, Graf también es autor de tres libros que se centran en el desempeño de la selección venezolana de fútbol; *La Vinotinto, de pasión de pocos a delirio de millones* (2004), *Copa América: un sueño color Vinotinto* (2007) y *Copa América 2007. Primer paso en la ruta al mundial* (2007). Las portadas de los tres libros coinciden en la misma paleta cromática. Esta información se tomó como punto de partida para generar la paleta de color de **11 amigos**.

Se creó una muestra madre en cuatricromía, compuesta por los siguientes valores: Cian 26%, Magenta 100%, Amarillo 74% y Negro 23%. Esta mezcla se transformó a RGB (Red, Green, Blue), modelo cromático utilizado en la visualización de pantalla. Los colores RGB están identificados con un código de seis dígitos alfanuméricos únicos a cada fórmula. El cambio de modo de color a RGB resultó en el color #990033.

Una vez realizada la transformación se utilizó el sitio web Color Scheme Designer (<http://www.colorschemedesigner.com>) para buscar la composición de los colores complementarios de la muestra principal 990033, sus colores de contraste, tonos y saturación. Del resultado se tomaron los colores que interesaban para el diseño del proyecto **11 amigos**.

Con estas fórmulas, se pudo conformar la paleta de **11 amigos** en QuarkXpress 8, software escogido para diseñar la revista. Este programa posee la opción de crear una paleta de colores seguros para web. Es utilizó este recurso para completar la paleta, que quedó compuesta por 43 colores RGB seguros para web, que incluyen blanco, negro, cian, amarillo, magenta, azul y verde. La utilización de estos colores varía según la sección de la revista, sin embargo, constituye una paleta bastante amplia capaz de satisfacer las necesidades del diseño. La lista de colores resultantes y su composición es la siguiente:

**Blanco y negro:**

WEB SAFE BLACK (Red: 0%; Green: 0%; Blue: 0%)

WEB SAFE WHITE (Red: 100%; Green: 100%; Blue: 100%)

**Grises:**

#999999 (Red: 60%; Green: 60%; Blue: 60%)

#666666 (Red: 40%; Green: 40%; Blue: 40%)

**Dominio de rojo:**

#990033 (Red: 60%; Green: 0%; Blue: 20%)

#990000 (Red: 60%; Green: 0%; Blue: 0%)

#993366 (Red: 60%; Green: 20%; Blue: 40%)

#996600 (Red: 60%; Green: 40%; Blue: 0%)

#996633 (Red: 60%; Green: 40%; Blue: 20%)

#999900 (Red: 60%; Green: 60%; Blue: 0%)

#CC0000 (Red: 80%; Green: 0%; Blue: 0%)

#CC0066 (Red: 80%; Green: 0%; Blue: 40%)

#CC3333 (Red: 80%; Green: 20%; Blue: 20%)

#CC6633 (Red: 80%; Green: 40%; Blue: 20%)

#CC9933 (Red: 80%; Green: 60%; Blue: 20%)

#FF3333 (Red: 100%; Green: 20%; Blue: 20%)

#FF3399 (Red: 100%; Green: 20%; Blue: 60%)

#FF6600 (Red: 100%; Green: 40%; Blue: 0%)

#FF6666 (Red: 100%; Green: 40%; Blue: 40%)

#FF6699 (Red: 100%; Green: 40%; Blue: 60%)

#FF9900 (Red: 100%; Green: 60%; Blue: 0%)

#FF9933 (Red: 100%; Green: 60%; Blue: 20%)

#FFCC00 (Red: 100%; Green: 80%; Blue: 0%)

#FFCC33 (Red: 100%; Green: 80%; Blue: 20%)

#FFCC66 (Red: 100%; Green: 80%; Blue: 40%)

#FFFF33 (Red: 100%; Green: 100%; Blue: 20%)

#FFFF66 (Red: 100%; Green: 100%; Blue: 40%)

WEB SAFE MAGENTA (Red: 100%; Green: 0%; Blue: 100%)

**Dominio verde:**

#339933 (Red: 20%; Green: 60%; Blue: 20%)

#33FF33 (Red: 20%; Green: 100%; Blue: 20%)



#66FF66 (Red: 40%; Green: 100%; Blue: 40%)

#006666 (Red: 0%; Green: 40%; Blue: 40%)

#009900 (Red: 0%; Green: 60%; Blue: 0%)

#00CC00 (Red: 0%; Green: 80%; Blue: 0%)

#336666 (Red: 20%; Green: 40%; Blue: 40%)

WEB SAFE YELLOW (Red: 100%; Green: 100%; Blue: 0%)

WEB SAFE GREEN (Red: 0%; Green: 100%; Blue: 0%)

**Dominio de azul:**

#0066FF (Red: 0%; Green: 40%; Blue: 100%)

#33CCCC (Red: 20%; Green: 80%; Blue: 80%)

#66CCCC (Red: 40%; Green: 80%; Blue: 80%)

#99CCCC (Red: 60%; Green: 80%; Blue: 80%)

WEB SAFE CYAN (Red: 0%; Green: 100%; Blue: 100%)

WEB SAFE BLUE (Red: 0%; Green: 0%; Blue: 100%)

Imagen de la paleta de colores de 11 amigos:



## Recursos audiovisuales

Dentro del diseño visual de cualquier publicación editorial, la utilización de elementos gráficos tales como fotografías, ilustraciones, infografías, etc, resulta fundamental. En el caso de las aplicaciones para *iPad*, esta lista crece con la posibilidad de agregar videos, sonidos, galerías de fotos, slideshows, animaciones y otros elementos visuales e interactivos que enriquecen la experiencia del usuario.

Como parte del diseño de **11 amigos**, se consideró el uso de aquellos elementos gráficos que se pueden manejar para cada edición considerando la capacidad de producción, el nivel de conocimiento y la logística operativa de la revista. Estos elementos son las fotografías, las ilustraciones, las tablas o infografías, la caricatura o viñeta, los videos, los sonidos y los vínculos o feeds, También se identifica como recurso visual a aquellos recursos que conforman la simbología de navegación de la revista.

Debido a la importancia que tienen estos recursos como parte del diseño de **11 amigos**, se suscribió un contrato con el sitio web Shutterstock Images (<http://www.shutterstock.com>). Este sitio se maneja como una galería de imágenes con un inventario de 17.216.123 fotografías, ilustraciones y archivos vectoriales. La suscripción a este sitio se realizó a un costo de 249 dólares (\$ USD), por el término de 30 días. La suscripción concede licencia para la descarga de 25 imágenes diarias. Desde este sistema se realizó la descarga de muchas de las imágenes y archivos vectoriales que se encuentran en el número 0 de **11 amigos**.

A continuación se explica de qué manera gestiona **11 amigos** los recursos audiovisuales:

**Fotografías:** Son esenciales para el diseño de la revista, e incluso tiene su propio espacio dentro de ella, ya que una de sus secciones es el Portafolio, dedicado al reportaje fotográfico. Se trabajan a 200dpi de resolución, en modo de color RGB y formato JPG. Sus dimensiones variarán según la necesidad del diseño. Además de contar con el servicio de Shutterstock Images, **11 amigos** cuenta con la ayuda de colaboradores que facilitan estos recursos sin costo.

Ejemplo de utilización de fotografías:

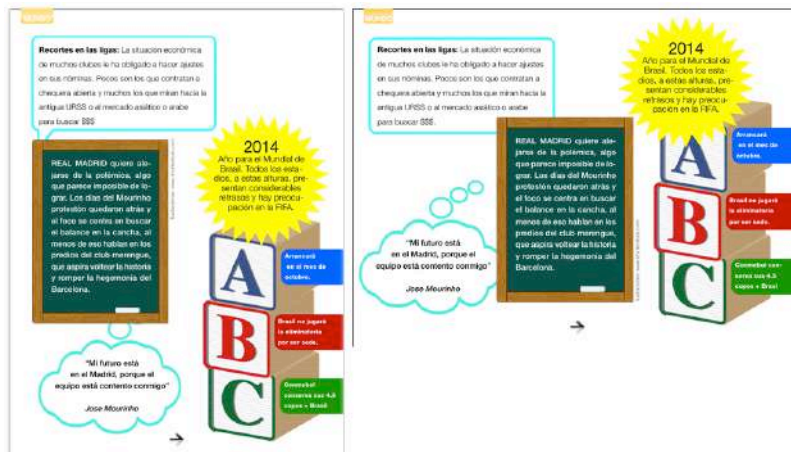


**Ilustraciones y archivos vectoriales:** Las ilustraciones son muy comunes en la revista. La sección Dossier utiliza ilustraciones como recurso gráfico, salvo que el caso amerite el uso de una fotografía. En este caso se recurre casi por completo al servicio de Shutterstock Images. Se manejan a una resolución de 300dpi, en modo de color RGB y formato EPS. Sus dimensiones variarán según las necesidades de diseño. También se cuenta con la colaboración de profesionales de la ilustración.

Los archivos vectoriales se diferencian de las ilustraciones en cuanto al mensaje que transmiten. Mientras que las ilustraciones están casadas con lo que dice el texto, los archivos vectoriales tienen un fin meramente estético. **11 amigos** hace uso frecuente de estos archivos vectoriales en el diseño de sus páginas como apoyo para algunos textos. Las especificaciones técnicas de estos recursos son las mismas que la de las ilustraciones.

Ejemplo de utilización de ilustraciones y archivos vectoriales:





Infografías y tablas: Las infografías sencillas y las tablas numéricas se realizan como parte del diseño de **11 amigos**. Para ello se utiliza QuarkXpress 8, con la paleta de color de la revista. Se manejo tipográfico de las tablas es el siguiente:

*Para la data:* Se utiliza Helvética Neue LT Std Condensed, en 12 puntos sobre 16,4 puntos de interlineado, sin interletraje y su tabulación varia con el primer dato a la izquierda y el resto a la derecha. Incluye filete inferior de 0,2 puntos con desplazamiento de 10%. El color del texto variará según el fondo, al 100% de opacidad y 100% de intensidad.

*Para el descriptor:* Se utiliza Helvética Neue LT Std Medium Condensed Oblique, en 12 puntos sobre 16,4 puntos de interlineado, sin interletraje y su alineación varia según el tipo de tabla y la data. El color del texto variará según el fondo, al 100% de opacidad y 100% de intensidad.

*Para el identificador:* Se utiliza Helvética Neue LT Std Heavy, en mayúsculas, con 14 puntos de tamaño sobre 16,4 puntos de interlineado, sin interletraje y su

alineación varia según el tipo de tabla y la data. El color del texto variará según el fondo, al 100% de opacidad y 100% de intensidad.

*Para el título:* Se utiliza Helvética Neue LT Std Heavy, en mayúsculas y con 26 puntos de tamaño sobre 24 puntos de interlineado, sin interletraje y su alineación varia según el tipo de tabla y la data. El color del texto variará según el fondo, al 100% de opacidad y 100% de intensidad.

Las infografías de mayor envergadura e impacto visual son facilitadas por colaboradores a quienes se les solicita que envíen archivos editables, con el fin de modificar la tipografía y el color a los estilos de **11 amigos**.

Ejemplo de infografías y tablas:

**SEDES**

<b>JUJUY</b> Estadio 22 de Agosto Cap: 23.000	<b>SALTA</b> Estadio Patricio Emery Martínez Cap: 26.400	<b>SAN JUAN</b> Estadio del Bicentenario Cap: 25.000	<b>MEDIOZA</b> Estadio Argentino Argentinos Cap: 45.000
<b>CORDOBA</b> Estadio Mario Alberto Kempes Cap: 37.000	<b>SALTA FE</b> Estadio Rogelio Godoy Ledesma Cap: 17.000	<b>BIENOS AIRES</b> Estadio Antonio Gasparini (J. Sanja) Cap: 65.400	<b>LA PLATA</b> Estadio César Onofre Diez Cap: 35.000

**CALENDARIO**

**GRUPO A**  
ARGENTINA, BOLIVIA, COLOMBIA Y JAPÓN

**GRUPO B**  
BRASIL, PARAGUAY, VENEZUELA Y ESTADOS UNIDOS

**GRUPO C**  
CHILE, URUGUAY, PERÚ Y URUGUAY

**CUARTOS DE FINAL**

**SEMIFINALES**

**FINAL**

**SEDES**

<b>JUJUY</b> Estadio 22 de Agosto Cap: 23.000	<b>SALTA</b> Estadio Patricio Emery Martínez Cap: 26.400	<b>SAN JUAN</b> Estadio del Bicentenario Cap: 25.000	<b>MEDIOZA</b> Estadio Argentino Argentinos Cap: 45.000	<b>CORDOBA</b> Estadio Mario Alberto Kempes Cap: 37.000	<b>SALTA FE</b> Estadio Rogelio Godoy Ledesma Cap: 17.000	<b>BIENOS AIRES</b> Estadio Antonio Gasparini (J. Sanja) Cap: 65.400	<b>LA PLATA</b> Estadio César Onofre Diez Cap: 35.000
---	--	--	---	---	---	--	---

**CALENDARIO**

**GRUPO A**  
ARGENTINA, BOLIVIA, COLOMBIA Y JAPÓN

**GRUPO B**  
BRASIL, PARAGUAY, VENEZUELA Y ESTADOS UNIDOS

**GRUPO C**  
CHILE, URUGUAY, PERÚ Y URUGUAY

**CUARTOS DE FINAL**

**SEMIFINALES**

**FINAL**

**Videos: 11 amigos** incluye videos como parte de sus temas para enriquecer la experiencia del usuario. Al ser una aplicación de descarga, los videos son incrustados dentro de la aplicación. Esto implica un aumento considerable en su peso y, por ende, en el tiempo de descarga de cada número de la revista. Por esto se maneja un promedio de entre 5 y 10 videos por edición de la revista. El número 0 cargó 6 videos.

**11 amigos** utiliza la botonera de reproducción para videos original del *iPad* y el icono de videos de la compañía encargada del desarrollo Yudu Media. Los videos se envían en formato MP4 y con una resolución promedio de 425 pixeles por 324 pixeles y tienen una duración de entre 3 y 6 minutos. Los desarrolladores son los responsables de incrustar los videos en el lienzo.

Sin embargo, el diseño contempla un marco específico para contener los videos. Este es un archivo vectorial, en formato EPS, de 300 pixeles de resolución y de color variado según las necesidades del diseño. Sus dimensiones son de 466 pixeles de ancho, por 355 pixeles de altura.



Ejemplo de marco para video:



Sonidos: 11 amigos también contempla la utilización de sonidos, como parte de su oferta mediática. Esos sonidos no tienen botonera, solo se pueden iniciar y parar. Para que el usuario pueda ubicar la presencia de sonidos se diseñó un icono visual que los identifica. Para incluir estos archivos dentro de cada aplicación, se deben enviar a Yudu Media por separado e identificados en cuanto a sus posición, en formato MP4. La revista también incluye sonidos en la publicidad. En el número 0 se incluyó un sonido en el aviso promocional de las señas de Twitter.

## Ejemplo de pagina con inclusión de sonidos y acercamiento del icono:



Simbología e iconos: El diseño de 11 amigos incluye el uso de iconos e identificadores que ayudan al usuario a ubicarse dentro de la aplicación con respecto a la navegación y los contenidos. Los iconos fueron diseñados en Adobe Illustrator CS3, como archivos vectoriales en formato EPS a 300 DPI de resolución, con unas dimensiones de 44 pixeles de ancho, por 44 pixeles de altura. Estas son las medidas recomendadas para diseñar iconos de navegación en iPad, ya que facilitan al usuario la manipulación táctil del dispositivo.

## Ejemplo de iconos diseñados para **11 amigos**



SONIDO



INICIO  
VIDEO



NAVEGACIÓN  
IZQUIERDA



NAVEGACIÓN  
DERECHA

Entretanto, las etiquetas o identificadores se diseñaron en QuarXpress 8, utilizando la paleta de colores de **11 amigos**. Muchos de los iconos diseñados no se utilizaron en el montaje final de la revista. Por ello, solo incluiremos tres en este apartado para la apreciación del estilo.

Muestra de las etiquetas utilizadas en **11 amigos**:



## Diseño del quiosco digital Con Sencillo

**11 amigos** es una revista digital en aplicación para *iPad* que se puede descargar de manera gratuita desde el App Store de *Apple*. Pero su alojamiento está en el quiosco digital Con Sencillo. Este quiosco presenta todas las ediciones de la revista, además de otras aplicaciones que requieran de este servicio. El quiosco digital hace las veces de un quisco tradicional en el mundo cibernético.

La construcción del quiosco Con Sencillo permite que el usuario lo descargue a su dispositivo y pueda acceder a todas las aplicaciones que allí se alojan. Es pues, una aplicación que aloja a las demás. El diseño visual de Con Sencillo se realiza como parte de este proyecto. Sin embargo, posee una identidad propia que trasciende la de 11amigos.

El diseño de Con Sencillo se realizó considerando las especificaciones técnicas que necesitaba la empresa desarrolladora Yudu Media para su desarrollo. Estas especificaciones son las siguientes:

**Iconos:** Diseño de tres iconos de distintas dimensiones. El primero de 57 pixeles de ancho por 57 pixeles de altura, el segundo de 72 pixeles de ancho por 72 pixeles de altura y el tercero de 512 pixeles de ancho por 512 pixeles de altura. Todos en formato PNG de 24 bits, con resolución de 72 DPI, modo de color RGB y sin transparencias.

**Página Mis Ediciones:** Esta es la página de fondo del quiosco y su diseño se hizo tomando en cuenta el volteo de pantalla. Las dimensiones de la versión vertical son 768 píxeles de ancho por 1004 píxeles de altura. Sin embargo, al acostar la tableta este fondo se centra. Sus especificaciones técnicas son formato PNG de 24 bits, con resolución de 72 DPI, modo de color RGB y sin transparencias. También se pueden enviar en formato JPG.

**Defecto / página de carga:** Es la primera pantalla que visualiza el usuario. Para ello se requiere el diseño de tres imágenes con las siguientes dimensiones: La primera de 768 píxeles de ancho por 1004 píxeles de altura; la segunda, de 748 píxeles de ancho, por 1024 píxeles de altura; y la tercera, que es especial para *iPods*, de 320 píxeles de ancho por 460 píxeles de altura. Todas en formato PNG de 24 bits, con resolución de 72 DPI, modo de color RGB y sin transparencias.

**Página de bienvenida:** es la primera página que ven los usuarios después de que se lanza la aplicación. Es muy parecida a la página de registro de los sitios web e incluye un sumario de bienvenida, un botón de navegación a otras páginas, las ediciones que se alojan en el quiosco y la portada de la última edición publicada. De esta página se diseña solamente el fondo y se escoge entre cuatro formatos preestablecidos de desarrollo. Este diseño debe considerar la posición de los elementos antes mencionados. También se deben evitar grafismos exagerados que dificulten su lectura. Sus dimensiones son de 768 píxeles de ancho, por 1004 píxeles de altura, en formato PNG de 24 bits, con resolución de 72 DPI, modo de color RGB y sin transparencias.

Una vez aclarados los requerimientos de formato, se conceptualizó el diseño del quisco. Se escogió el nombre Con Sencillo, un requerimiento necesario para realizar compras en los quiscos tradicionales. Este nombre evoca una realidad de país, al tiempo que infiere la adquisición de varios tipos de productos. Con base al nombre se creó el logotipo.

**El logotipo:** Para diseñar este logotipo se utilizó Adobe PhotoShop CS3 para hacer un collage de recortes de tipografías sobre un fondo de color #99002<sup>a</sup> en modo RGB. Se disminuyó la opacidad del collage para crear el efecto visual de una marca de agua. Luego se acopló este archivo en formato EPS. Las dimensiones del fondo son de 1024 pixeles por 1024 pixeles, a 300 DPI de resolución. Este fondo se llevó a un lienzo vectorial de Adobe Illustrator CS3. Aquí se incluyó la composición fotográfica de una torre de monedas y los una manos que hace pinza a un Bolívar Fuerte (BsF: 1,00), moneda utilizada en el país. Se trabajaron las dimensiones para crear la percepción de que la mano está posando una moneda en el lote.

Esta composición se utilizó como sustitución a la letra “i” de la palabra sencillo. Se trabajó el nombre CON SENCILLO con las tipografías Helvética Neue LT Std Thin Extended, para la palabra “CON”; y Helvética Neue LT Std Bold Condensed, para la palabra “SENCILLO”. Estas tipografías se transformaron en objetos vectoriales y se deformaron para ganar redondez en los bordes. Se les aplicó el color blanco en modo RGB. Las dimensiones de este archivo vectorial son de 768 pixeles, por 768 pixeles, en modo color RGB y formato EPS.

Muestra del logotipo final de Con Sencillo:



A partir de este diseño se conceptualizaron los iconos y pantallas necesarias para materializar el diseño visual del quisco . Todos los fondos fueron diseñados con Adobe PhotoShop CS3, A continuación explicaremos los detalles de diseño:

**Iconos:** Se utilizó el mismo logo del quisco, en las dimensiones y formatos requeridos.

Muestra final de los iconos:



512 PÍXELES X 512 PÍXELES



72 PÍXELES  
X 72 PÍXELES



57 PÍXELES  
X 57 PÍXELES

**Página Mis Ediciones:** Para diseñar la imagen de la página Mis Ediciones, se tomó como base el logotipo Con Sencillo. Al collage de fondo se le aumentaron las dimensiones y se les añadió un degradado de negro a transparente en la parte superior en una altura de 80 milímetros para la versión vertical y 63 milímetros para versión horizontal. Sobre este nuevo fondo se colocó una versión recortada del logotipo de manera centrada y con efecto de resplandor en los bordes. Las especificaciones finales de formato son las requeridas por la empresa desarrolladora.



Muestra final de página Mis Ediciones:



1004 PÍXELES X 768 PÍXELES

768 PÍXELES X 768 PÍXELES

Defecto / página de carga: Para diseñar las tres versiones de la página de carga se varió el diseño del logotipo de la siguiente manera: para el formato vertical, se modificó el collage de fondo del logotipo y se le incluyó un degradado de negro a transparente en la parte superior. Luego se construyó un listón con el mismo fondo, pero aumentando el contraste y colocando de fondo el color #8A1629 modo RGB. Este listón tiene una altura de 80 milímetros. Se modificó el logotipo a una versión lineal de texto, se recortó la torre de monedas y se le hizo efecto de movimiento a la moneda que está sujeta a la mano. Esta composición se apoyó en el inicio del degradado negro. El mismo diseño se utilizó en las dimensiones para *iPod*.

La versión horizontal de la página de carga se diseñó de manera similar, pero con la variación de que se mantuvieron las dimensiones del listón de la versión vertical a una altura de 63 milímetros y se le colocó de manera centrada sobre un fondo del color #991A2E del modo RGB. Las especificaciones finales de formato son las requeridas por la empresa desarrolladora.

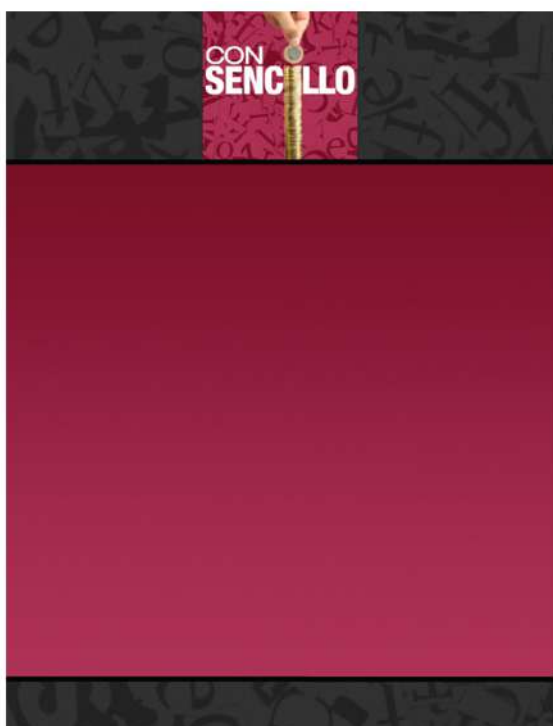
Muestra final de las tres versiones de la página de carga:



Fondo de la página de bienvenida: Para el diseño de este fondo se realizaron variaciones en el diseño original del fondo del logotipo en negro. Se recortó el collage en dos secciones: la superior con una altura de 73 milímetros, la inferior con una altura de 30 milímetros. Se cambió su color de fondo de por negro y se preservó el nivel de transparencia para seguir generando el efecto de marca de agua. Se remataron los bordes con una línea de color negro, modo RGB de 12 puntos de espesor y se rellenó la parte central con un

degradado lineal de los colores #791025 a #AD3355. En la parte superior y de manera centrada se colocó el logotipo del quiosco en versión original. Las especificaciones finales de formato son las requeridas por la empresa desarrolladora.

Muestra final del fondo:



FONDO  
DE BIENVENIDA

768 PÍXELES  
X 768 PÍXELES

## Desarrollo de la aplicación

Cuando se comenzó a diseñar **11 amigos** aún no se había escogido la empresa que se encargaría de desarrollar la aplicación. Con la aspiración de lanzar el número 0 en fechas que coincidieran con el inicio del torneo de fútbol Copa América, se adelantó la investigación y el diseño de la revista se realizó con las premisas generales que se deben tener en cuenta para generar estos contenidos.

Esta circunstancia implicó que no hubo coordinación con la compañía desarrolladora al momento de crear los estilos y gestionar los recursos que componen **11 amigos**. Con un diseño a medio hacer y una estructura de navegación ya estructurada en base a la capacidad del dispositivo, se suscribió contrato con la empresa multinacional Yudu Media ([www.yudu.com](http://www.yudu.com)), con un costo de ocho mil dólares (\$ 8.000,00 USD)

Este contrato incluye la obtención de la licencia para la aplicación de **11 amigos** y su desarrollo, la licencia y desarrollo del quiosco Con Sencillo, ensamblaje de las ediciones, soporte técnico, sociedad (partnership) en la comercialización de las aplicaciones y asesoría de productos. También se incluye el desarrollo de 600 páginas al año. Dentro del contrato se contempla una cuota de mantenimiento anual de un mil seiscientos dólares (\$ 1.600,00 USD).

Si bien Yudu Media participa las mejoras en desarrollo para implementarlas en el tiempo a los productos, para el momento del desarrollo de **11 amigos** hubo que redefinir las expectativas que se tenían con el producto final de la revista. A continuación se describen los aspectos que se modificaron con respecto al plan original de navegabilidad e interactividad en los que se basó el diseño visual de la revista:

**La navegación:** la estructura de navegación de **11 amigos** se planificó de manera horizontal entre temas y vertical dentro del mismo tema. De allí se partió en el diseño para desarrollar iconos que ubicaran al lector con la dirección del barrido de pantalla. También se consideró la vinculación directa desde la página de contenido al tema de lectura, por ello se diseñaron las etiquetas o identificadores en la esquina superior izquierda de cada página, para que el lector pudiese identificar con facilidad en que sección se ubicaba después de cada toque. También se diseñó la página de contenido en forma de cuadrícula, para facilitar la labor de desarrollo de esta operación.

Lamentablemente, Yudu Media no está en la capacidad de desarrollar la doble navegación, lo que obligó a escoger un solo sentido de barrido de página. Se optó por el barrido horizontal, de derecha a izquierda. Esto causó modificaciones en el diseño de la revista una vez que estaba hecha en un 90%, ya que hubo que modificar la simbología de navegación a un solo sentido.

En cuanto a la vinculación directa de la página de contenido con los temas de lectura, Yudu Media carecía de los recursos para este desarrollo al momento

de la producción del número 0, aunque afirman estar trabajando para lograr este paso. Sin embargo, se mantuvieron los identificadores porque ayudan a ubicar al lector. También se mantuvo el diseño de la página de contenido en forma de cuadrícula, ya que se aspira llegar a ese desarrollo en el futuro.

**Interactividad:** Los desarrolladores de Yudu Media no poseen licencia de QuarkXpress 8, por ende el envío de archivos se realiza en formato PDF. Esto limita las piezas interactivas que se pueden diseñar, ya que estos PDF no son editables para ellos. Desde el proceso de diseño no se pueden producir piezas animadas como carruseles, infografías interactivas, etcétera. Tampoco se acepta el uso de transparencias, ni efectos especiales como sombras y resplandores hechos con el programa de diseño. Todos los archivos vectoriales y las imágenes deben estar acopladas al momento de enviar los PDF. Estas limitaciones generaron una nueva revisión del diseño, ya que se habían utilizado transparencias y efectos en QuarkXpress 8.

**El color:** La paleta de color de **11 amigos** se creó con colores en modo RGB con la característica de ser seguros para web. Esta característica asegura que el color del producto final no variará de aquél escogido para por el diseñador. Sin embargo, Yudu Media no trabaja con colores que tienen esta característica. Entonces hubo que cambiar la paleta completa en la plantilla madre y en las páginas diseñadas, y versionar los colores a RGB simple.

**Volteo de Pantalla:** El número 0 de **11 amigos** se diseñó bajo el concepto de transformación para el volteo de pantalla, esto implica que la misma página que

se visualiza de manera vertical, se rediseñe para que se transforme en un lienzo horizontal al momento que el usuario gire la tableta. Yudu Media aún no posee la tecnología que permite lograr este efecto. Este dato se conoció una vez que se había diseñado el número 0 en sus dos versiones: horizontal y vertical.

**Especificaciones de envío y desarrollo:** Los archivos diseñados en QuarkXpress 8 deben ser exportados como formato PDF, con la compresión de todos los archivos a 150 DPI de resolución e incrustación de fuentes. Estos archivos se compilan en un libro formato PDF en la estricta numeración que corresponde a la posición de las páginas dentro de la edición a desarrollar. Este libro se envía de manera digital por medio de un FTP (File Transfer Protocol) auspiciado por Yudu Media. Allí también se colocan los videos y los sonidos, debidamente identificados y de manera digital se giran las instrucciones de acoplamiento. El proceso de desarrollo de la aplicación tarda un aproximado de cinco (5) días, durante los cuales se muestran partes del proceso. Luego Yudu Media publica un borrador para que sea revisado por los interesados y aprobado antes de su publicación final en el quiosco.

## Conclusiones

Esta iniciativa nació de la intención de diseñar una edición piloto de una revista en aplicación para *iPads*, de circulación bimestral, con contenidos informativos de carácter internacional y dedicados al fútbol como disciplina deportiva, que resultara atractiva para su consumo en esta plataforma. Con este objetivo en mente se comenzó a investigar las características del dispositivo, los requerimientos necesarios desde el punto de vista tecnológico y gráfico para realizar la aplicación, las experiencias de quienes ya se habían aventurado a hacer aplicaciones para *iPhones* y *iPads* y los recursos necesarios para realizar el proyecto.

Se diseñó la estructura de contenidos para la revista según sus lineamientos editoriales y tomando en cuenta las características del dispositivo. Para ello se observaron revistas y otras aplicaciones para *iPads* y otros tablets como el *Playbook* de *Blackberry*, tomando en consideración factores como la navegabilidad, usabilidad, interactividad, multimedialidad, estructura de la información y manejo gráfico. Como resultado se estableció un plan de navegación para la aplicación. También se diseñaron iconos e identificadores para los contenidos.

Se probaron programas de diseño gráfico y se seleccionaron aquellos que satisfacían las necesidades operativas para el diseño de **11 amigos** y todos sus recursos. Luego se comenzó a experimentar con tipografías, colores, retículas y estilos gráficos para lograr la identidad visual de **11 amigos** y del quiosco



**Con Sencillo.** Esto permitió crear los lineamientos del diseño de la información en una aplicación para estos dispositivos, jerarquizando la vinculación de temas, textos, gráficos y elementos multimedia, de manera de aprovechar las cualidades propias de la plataforma y ofrecer un producto de calidad capaz de competir en el mercado de las aplicaciones para *iPad*.

También se coordinó con Hans Graf, el editor de la revista, la estructura de los contenidos y se estableció contacto con los colaboradores que se encargaron de proveerlos. Se pudo establecer la longitud de los textos y conversar estos temas para determinar su estilo. Esto permitió detectar las necesidades de diseño de **11 amigos** y establecer contactos y negociaciones con los proveedores de los recursos necesarios para satisfacer estas necesidades. Estos recursos hicieron posible diseñar contenidos gráficos y multimedia asociados a los temas y con ello enriquecer la experiencia del usuario.

Como todo producto, **11 amigos** debe tener personalidad jurídica. En el círculo de las publicaciones digitales esto implica realizar un registro de la marca, establecer los dominios electrónicos y adquirir el *International Standard Serial Number* (ISSN) de la publicación. Se comenzaron las diligencias legales para cumplir con los requisitos jurídicos establecidos por Ley. Su característica de aplicación para iPads también supone cumplir con los requerimientos de producto y las licencias de la empresa *Apple*. Para estas diligencias se contó con la asesoría de la compañía Yudu Media, que ofrece este servicio como parte del contrato que se estableció para el desarrollo de la aplicación.

Se realizaron revisiones y adaptaciones al diseño final para adecuar la revista a las realidades del desarrollo de la aplicación. Esto condujo a un diseño conciente de las limitaciones operativas y un poco más conservador, ya que no solo se consideraron las cualidades del dispositivo, sino que también las limitaciones del desarrollo, la capacidad de producción de los recursos como videos y sonidos, los tiempos de entrega de materiales y la logística operativa de **11 amigos**.

En julio de este año, en coincidencia con el torneo Copa América 2011 que se realizó en Argentina, se publicó el número 0 de **11 amigos**, una revista dedica al deporte de fútbol y su acontecer noticioso, concebida y diseñada como aplicación de descarga para los dispositivos iPad. La aplicación se puede descargar de manera gratuita desde el quisco digital Con Sencillo que se encuentra en Newsstand o directamente desde el App Store de *Apple*. También se puede disfrutar de su versión FLV en [www.11amigos.com](http://www.11amigos.com).

## Recomendaciones

Cuando se comenzó con este proyecto la intención era diseñar una revista digital en aplicación para iPads. Sin embargo, al transcurrir el proceso de investigación y de producción de **11 amigos** se pueden reconocer ciertos factores que resultaron problemáticos, a los que se les buscó solución. Estos impases se generaron por falta de conocimiento y limitaciones de los recursos. La experiencia de publicación del número 0 de **11 amigos**, permite hacer sugerencias para ediciones futuras.

**Elaborar diseños en sincronía con el desarrollo de la aplicación.** Los diseños aspiracionales son poco funcionales y pueden resultar en pérdida de tiempo y revisiones. Cuando se diseña una aplicación no solo se debe considerar las cualidades del dispositivos, sino que también debe tener importancia la realidad de su desarrollo como aplicación. En este sentido, es conveniente mantener comunicación abierta con los desarrolladores al momento de plantearse los planes de navegación y de planificar los recursos visuales de la revista. Hacer un recorrido fotográfico de 360 grados carece de sentido si luego no se puede incrustar el contenido en la aplicación.

La comunicación con los desarrolladores también permitirá introducir innovaciones una vez que su programación esté trabajando correctamente. Ellos también compiten para hacerlo cada vez mejor.

**Diseñar para los dedos.** El iPad es una tableta táctil y, por ende, el usuario interactuará con la aplicación utilizando sus manos. Los iconos muy pequeños o alienados a los bordes pueden entorpecer la navegación del usuario. Al momento de diseñar se deben considerar las dimensiones de los recursos que generan interactividad. Si a el usuario le resulta difícil o incómodo interactuar con la aplicación, la abandonará.

**Menos cantidad, más calidad.** Las aplicaciones como **11 amigos** se diseñan con la intención de que el usuario descargue toda la revista a su *iPad*. Y la cantidad de los recursos audiovisuales que se incrusten en la revista afectará el tiempo de descarga de la aplicación y la velocidad d carga de cada edición. La incrustación de videos y sonidos se debe hacer tomando en cuenta este factor. También se debe considerara la capacidad de generación de contenidos cuando se planifique la estructura de la información de ediciones futuras.

**Diseñar para la lectura.** El *iPad* es una tableta con muchas cualidades a desde el punto de vista de la apreciación visual. Esto hacen que diseñar para este dispositivo resulte un reto atractivo. El proceso de diseño de ediciones futuras de **11 amigos** debe siempre tener en cuenta que se trata de una aplicación para la lectura. Su presentación gráfica debe ser serena para permitir que el usuario se centre en leer los contenidos y no caiga en la tentación de “brincar” por la diferentes secciones de la aplicación.

**Mantener los estilos.** Es importante mantener los estilos gráficos que se manejaron en el número 0, cuando se diseñen futuras ediciones de **11 amigos**. Las simbologías y los códigos de uso e identificación se generan con la repetición. Si estos recursos varían de edición a edición, no cumplirán su objetivo de facilitarle al usuario la navegación por la aplicación.

## Fuentes consultadas

Carney, R. (Ed.). (08 de 2010). Not just a big iPhone. *Computer Arts*, 114.

López, M. (02 de 11 de 2010). *Applesfera*. Obtenido de [www.Applesfera.com](http://www.Applesfera.com).

19-01-2011, a. (19 de 01 de 2011). Obtenido de [adlatina.com](http://www.adlatina.com) :  
[http://www.adlatina.com/notas/noticia.php?id\\_noticia=3959](http://www.adlatina.com/notas/noticia.php?id_noticia=3959)

Austin, T., & Doust, R. (2007). *New Media Design*. (A. Pipes, Ed.) Londres, Southampton, Inglaterra: Laurence King Publishing.

Booth, M. (08 de 2010). Design a website fit for *iPad*. (R. Carney, Ed.) *Computer arts*, 112.

Budiu, R., & Nielsen, J. (2010). Usability of *iPad* Apps and Websites First Research Findings 1st edition. Nielsen Norman Group. Fremont:  
[www.nngroup.com](http://www.nngroup.com).

Eccher, C., Hunley, E., & Simmons, E. (2005). *Creación y diseño web profesional*. (J. I. Tena, Ed.) Madrid, España: Anaya.

Ives, N. (22 de 10 de 2010). *Mediaworks*. Obtenido de [www.adage.com](http://www.adage.com).

Johns, S. (19 de 01 de 2011). *authoradventures.blogspot.com*. Obtenido de [authoradventures.blogspot.com](http://authoradventures.blogspot.com).

Martín González, J. C., & Merlo Vega, J. A. (2003). Las revistas electrónicas: características, fuentes de información y medios de acceso. (U. d. Murcia, Ed.) *Aanles De Documentación* (Nº 6,), 155-186.

Sanchez, J. (11 de 06 de 2010). Usos del *iPad*: Navegar por Internet . Obtenido de *Appleweblog.com*: <http://Appleweblog.com/2010/06/usos-del-iPad-navegar-por-internet>

The Daily. (02 de 02 de 2011). The Daily. Obtenido de *thedaily.com*: <http://www.thedaily.com/launch>

Ingram, M. (10 de 10 de 2010) *Too Many Magazine Apps Are Still Walled Gardens..* <http://gigaom.com/2010/10/09/too-many-magazine-apps-are-still-walled-gardens/>

Apple. (s.f.). <http://www.Apple.com/es/iPad/specs/>. Recuperado el 01 de 07 de 2011, de <http://www.Apple.com>.