



Trabajo Final de Grado - Proyecto de Diseño

*Desarrollo editorial para adultos mayores
como sujetos activos en sociedad.*

*Editorial development for senior citizens
as active participants in society*

Carrera: Licenciatura en Diseño Gráfico

Línea temática estratégica: Diseño adaptado al usuario

Nombre: Melina Belén Rochelle

Legajo: DGR 01831

DNI: 40.717.725

Nombre y Módulo de SAM: M4 - Documento Final

Córdoba, Argentina 2021

Docente: Rosa Palamary

Índice

Resumen	5
Abstract	6
Problema de Diseño	7
Objetivo General	13
Objetivos Específicos	13
Justificación	14
Marco Teórico	15
Adultos mayores	15
Adultos mayores como sujetos de derecho y recreación.	15
Adultos mayores y adultocentrismo	16
Diseño Gráfico Editorial y Gerontodiseño	17
Gerontodiseño ¿Qué es?	17
Gerontodiseño, demencia y semiótica	18
Microzine	19
Aspectos formales y compositivos de la revista	20
Identidad Editorial	20
Portada	20
La retícula	21
La tipografía	22
Color	24
Método de diseño	27
Antecedentes - Casos de estudio	29
Síntesis cada Caso	33
Conclusiones del análisis	35
Programa de Diseño	38
Concepto Gráfico	43
Cronograma de trabajo	44
Propuesta de diseño	46
Análisis de costos	62
Costo de proyecto y honorarios	62
Conclusiones	65

Índice de figuras

Figura 1 , Atkinson Hiperlegible Font	22
Figura 2 , Programa del color.	24
Figura 3 , Metodología del diseño.	27
Figura 4 , Análisis de Caso - Revista Palabras Mayores.	29
Figura 5 , Análisis de Caso - Adulto Mayor, El Valor de la Experiencia.	30
Figura 6 , Análisis de Caso - Revista Gente Grande.	31
Figura 7 , Programa de diseño.	38
Figura 8 , Cronograma de trabajo.	43
Figura 9 , Primeros Bocetos	45
Figura 10 , Bocetos Avanzados	46
Figura 11 , Ideas de Naming	46
Figura 12 , Paleta Cromática	47
Figura 13 , Tipografía	48
Figura 14 , Identificador	49
Figura 15 , Fotografías	50
Figura 16 , Ilustraciones	51
Figura 17 , Reticula Modular y Tipográfica	52
Figura 18 , Reticula Aplicada	53
Figura 19 , Cubierta	54
Figura 20 , Cubierta II	55
Figura 21 , Mockup I	58
Figura 22 , Mockup II	58
Figura 23 , Mockup III	59
Figura 24 , Mockup IV	59
Figura 25 , Mockup V	60
Figura 26 , Mockup VI	60
Figura 27 , Mockup VII	61
Figura 28 , Mockup VIII	61
Figura 29 , Mockup IX	62
Figura 30 , Mockup X	62
Figura 31 , Mockup XI	63
Figura 32 , Mockup XII	63
Figura 33 , Mockup XIII	64
Figura 34 , Mockup XIV	64
Figura 35 , Mockup XV	65
Figura 36 , Mockup XVI	65
Figura 37 , Análisis de costos	66
Figura 38 , Honorarios	67
Figura 39 , Costo de producción	67
Figura 40 , Costo de proyecto	68

Agradecimientos y dedicatoria

En primer lugar me gustaría agradecer a mi familia, por acompañarme en todo el proceso. Por apoyarme en mis estudios y en todo lo que siempre quise ser y hacer. Por impulsarme a soñar en grande y alentarme a seguir adelante. Por incentivarme a dar lo mejor de mí, por cobijarme cuando sentía que no podía.

A mis abuelos, por ser los más gigantes. Por inspirarme, por aconsejarme. Por dejar en mí, huellas imborrables. Porque en cada una de estas páginas, hay un poquito de ellos.

A mis amigos y amigas, que son todo lo que alguna vez podría haber pedido. Sosteniéndome cuando sentía que me caía; celebrándome los logros por más pequeños que sean, haciéndome sentir gigante. Por confiar más en mí que yo misma, muchas veces.

Quiero agradecer también a Casona del Claret, por permitirme habitar su espacio y su día a día. A sus residentes, por dejarme adentrar sus mundos, por compartirme sus experiencias, sus historias. Por su participación activa, por su honestidad, su escucha. Gracias por ser tan genuinos, por recibirme siempre con una sonrisa. Por dejarme conocerlos.

A todos mis profes de la facu por aportar, cada uno a su manera, su granito de arena en mi formación profesional. Especialmente a Rosa Palamary por acompañarme en todo el proceso del trabajo final; a Diego Yorbandi por motivarme y darme fuerzas para el último tirón de la carrera.

Y por último pero no menos importante, quiero agradecerme a mí. Por creer en mi proceso y en mis motivaciones, en mis luchas. Por darme el tiempo y el lugar. Por ponerle corazón, convicción y esfuerzo.

Sinceramente creo que no existen los logros individuales, sin el apoyo de todas estas personas, nada de esto podría haber sido posible. Así que nuevamente: gracias, gracias y miles de gracias.

Resumen

La población de la tercera edad es, lamentablemente, un grupo de usuarios generalmente desatendidos, considerados como objetos de cuidado o simplemente estorbos, y a su vez, invisibilizados en materia de derechos. El presente manuscrito comprendió el desarrollo de un proyecto editorial enfocado en lograr una óptima experiencia de uso para los adultos mayores, apuntando no sólo a atender las características de accesibilidad requeridas, sino, además, a generar contenido de real interés que conciba una verdadera identificación y conexión con el público. De esta manera, se brindó un espacio de expresión que a su vez pretende lograr, poco a poco, una sociedad más inclusiva. Para el mismo se llevó a cabo la creación de una metodología de diseño basada en los autores Papanek y Munari, y, como resultado, se logró una revista accesible, integralmente pensada con el usuario puesto en el centro; y un estilo editorial amable y acogedor, que sirvió como espacio de entretenimiento, expresión y visibilidad de y para los adultos.

Palabras clave

Gerontodiseño - Diseño Editorial - Adultos Mayores - Demencia - Accesibilidad

Abstract

The old-age population is, unfortunately, a group of users that are generally disregarded, considered objects of care or simply a nuisance, and, all the same, neglected in terms of rights. The present document has comprised the development of an editorial project focused on achieving an optimal user experience for senior citizens. The project aimed not only at taking care of the audience's accessibility requirements but also at generating truly relevant content to build a true identification and connection with the public. In this way, the elderly were offered a space of expression that, at the same time, intends to achieve, little by little, a more inclusive society. For this project, the creation of a design methodology based on Papanek's and Munari's theories was carried out. The result was the achievement of an accessible magazine, designed in a comprehensive way by putting the user at its center, and of a friendly and cozy editorial style that served as a space of entertainment, expression, and visibility for and of the adults.

Keywords

Gerontodesign - Editorial Design - Senior Citizens - Dementia - Accessibility

Problema de Diseño

Hoy en día es sabido que la sociedad está atravesando el fenómeno de envejecimiento demográfico. Actualmente, la mayor parte de la población tiene una esperanza de vida igual o superior a los 60 años (OMS, 2018). Este suceso puede ser catalogado como logro, debido a que es fruto de avances científicos, médicos y sociales; pero al mismo tiempo, se trata de un desafío para los gobiernos y comunidades actuales, el asegurar una vida plena y segura para los adultos mayores, así como también reforzar su particular atención, participación y escucha activa en las poblaciones que residen.

La ampliación de la esperanza de vida ofrece oportunidades, no solo para las personas mayores y sus familias, sino también para las sociedades en su conjunto. Sin embargo, el alcance de las mismas depende en gran medida de un factor: la salud. Desde un punto de vista biológico, el envejecimiento es la consecuencia de la acumulación de una gran variedad de daños moleculares y celulares a lo largo del tiempo, lo que lleva a un descenso gradual de las capacidades físicas y mentales, un aumento del riesgo de enfermedad, y finalmente a la muerte (OMS, 2018).

De igual modo, cabe considerar que estos cambios no son lineales ni afectan a todas las personas de igual manera, ni siquiera su vinculación con respecto a la edad es objetiva. En este sentido, el envejecimiento también está ligado a otras instancias de la vida como la jubilación, el traslado a residencias, la muerte de allegados y la calidad de vida en general, tanto psicológica, como social-económica y fisiológica (Butinof, Guri, Rodriguez, Abraham, Vera, & Gasmann, 2013).

Es por todo esto, que al formular una acción/respuesta de salud pública a la ancianidad, es importante tener en cuenta no sólo las cuestiones en relación a la

medicina biológica; sino también aquellas que puedan afectar a su participación en sociedad como sujetos de derecho. Siguiendo estas líneas, expone Sandra Huenchuán

Considerar a los adultos mayores ya no como un grupo vulnerable que es objeto de protección, sino como titulares de derechos (...) Asegurar la integridad y la dignidad de los mismos, la ampliación de la protección efectiva de sus derechos humanos en condiciones de igualdad y sin discriminación alguna, así como el fortalecimiento de su autonomía y la ética de la solidaridad.

La creación de los Principios de las Naciones Unidas en favor de los Ancianos aprobados en la Asamblea General de las Naciones Unidas el 16 de diciembre de 1991, constituye un hito en este sentido, planteando cinco principios para la acción política: la independencia, la participación, los cuidados, la autorrealización y la dignidad. Posteriormente, Ciuro Caldani, incorpora otros tres principios fundamentales, los de continuidad vital, privacidad y participación. (citada por Butinof et al. p.4, 2013)

Dentro de este orden de ideas, es conveniente notar que desde la década del '70 y producto del envejecimiento poblacional mencionado anteriormente, se viene produciendo en Argentina una masificación de las residencias gerontológicas, incrementándose año a año el número de adultas/os que en ellas habitan (Oliveri, 2020).

El censo nacional de 2010 (último disponible) identificó 3.584 residencias de larga estadía (RLE) para personas mayores (...) Según

proyecciones, hoy las personas mayores [N. de la R: a partir de 60 años] representan el 15,4% del total de la población y, de ellas, alrededor de 1,9% vive en residencias.

Teniendo en cuenta esta aproximación y las proyecciones de población del INDEC para 2020, alrededor de 135 mil personas mayores vivirían en residencias, explicó Mariana Rodríguez. (Chequeado, 2020, párr. 3 y 4)

Resulta importante leer este acontecimiento desde distintas aristas, ya que responden a signos de la época que debieran ser analizados.

Según dice Davobe, “las residencias geriátricas se presentan como una alternativa para habitar la ancianidad, se presentan [sic] ante los sujetos como sus nuevos hogares: se convierten en el espacio en el que los ancianos despliegan su cotidiano.” (citada por Butinof et al., 2013)

Aún así, si bien la decisión de vivir en una residencia puede ser del mismo anciano/a, los efectos de este habitar traen claras consecuencias: no solo se ven modificadas sus rutinas diarias y lugares en los que el sujeto se desempeña, sino que también su grado de autonomía e independencia se reducen y el locus de control puede percibirse modificado -entendido según dice la Teoría del Aprendizaje Social de Rotter (1966) como el “grado en el cual las personas sienten que tienen o no el control sobre los acontecimientos que influyen en sus vidas” (citado por Vergara, s.f., párr. 1)

Las residencias geriátricas, aparecen como modo de tutelar, controlar, cuidar a los adultos mayores que allí viven. Como bien dice Bayer, este hecho no es aislado, sino que tiene raigambre en la sociedad, puesto que el adulto mayor (previo al ingreso a la

institución) ya se encuentra marginado, es visto de manera negativa y él mismo adopta esa perspectiva. (Butinof et al., 2013)

La población de la tercera edad, ha sido históricamente relegada y excluida y no es novedad. Sus derechos han sido vistos completamente vulnerados, ni que hablar si se produce interseccionalidad de condiciones sociales (género, clase, etnia). Si a esto se le suma el contexto actual de COVID-19 (distanciamiento, cuarentena y pérdida de allegados) la situación se torna más difícil.

Es el deber de la ciudadanía, no solo proteger a esta población “fragilizada”, sino también empoderarla, visibilizarla, apoyarla en sus luchas y acompañarla en su búsqueda de ser nuevamente concebida como sujeta de derechos.

En particular en esta investigación, se tomará como modelo de aplicación el caso “Casona de Claret”, un hogar gerontológico de la Zona Norte de Córdoba cuyo objetivo radica en trabajar al servicio del bienestar psicofísico de sus pacientes, siendo una residencia para adultos con orientación en salud mental. (Casona del Claret, s.f.)

Una de las encargadas del lugar Lic. Sangiorgio Marysel, Directora Operativa y Psicológica, da cuenta del fenómeno social de vulnerabilización y alterización que las poblaciones ponen sobre los adultos mayores; frente a el cual toma una filosofía opuesta. En la residencia se brinda una gran cantidad de actividades recreativas como huerta, alfabetización digital, laborterapia, yoga, entre otras, que ponen al anciano en el centro. (Casona del Claret, s.f.)

Es en este punto de la problemática donde la disciplina del Diseño Gráfico no queda exceptuada de posibles contribuciones. Como comunicadores, permiten poner el foco y visibilizar diferentes asuntos que involucran a la comunidad, dar voz a sectores vulnerados, y no sólo a cuestiones empresariales y/o corporativas. Este es un hecho que

merece la pena, debido al inmenso aporte tanto ético como profesional, que se le puede dar a la sociedad en la que desenvuelven sus servicios.

En particular, una de las disciplinas del Diseño en las que este documento encuentra potenciales soluciones es el Diseño Editorial, entendido como la rama del diseño gráfico que se dedica a la diagramación y producción de diferentes piezas, como libros, revistas, periódicos, fanzines, catálogos, etc. (Eguaras, 2018). En especial las revistas, son publicaciones periódicas de contenidos y tipologías muy variadas, compuestas por notas editadas y agrupadas según los intereses de los públicos, que dan lugar a la expresión de diferentes autores (Yorbandi, s.f.). Al respecto, brindar un espacio a los residentes geriátricos dentro de una publicación de esta índole, puede ser una gran oportunidad para que se sientan valiosos, tanto internamente (una revista institucional para ellos mismos) como para sus familias, allegados y la población interesada en general. Si a todo esto, se le agrega la potencial impresión de la misma, se podrá definir como el medio por excelencia para este público, quienes resultan estar mucho más familiarizados con los medios impresos que con los digitales.

Finalmente y a partir de todo lo anteriormente planteado, surgen los siguientes interrogantes:

- ❖ ¿De qué manera el diseño gráfico puede colaborar en la problemática de segregación de adultos mayores geriátricos en la sociedad?

Y en específico,

- ➔ ¿Cuáles son las principales temáticas e intereses que atraviesan a los residentes de la Casona del Claret?

- ¿De qué forma pueden, los residentes geriátricos de Casona del Claret, sentirse identificados y representados?
- ¿Qué se debe tener en cuenta, desde el enfoque de diseño y usabilidad, para que un proyecto gráfico se adapte de forma exitosa a las diferentes capacidades de los adultos mayores?

Objetivo General

- Desarrollar un proyecto editorial que contribuya con el reconocimiento de los adultos mayores como sujetos activos y de derecho en la sociedad.

Objetivos Específicos

- Describir las temáticas e intereses de los residentes de la Casona del Claret.
- Determinar qué elementos gráficos pueden resultar representativos de los residentes geriátricos de Casona del Claret, teniendo en cuenta el dinamismo y la variedad en sus identidades.
- Establecer qué medidas de diseño, diagramación y producción son necesarias para la correcta legibilidad, lecturabilidad y usabilidad del proyecto por parte de los adultos mayores.

Justificación

La importancia de esta investigación radica en generar un antecedente en Diseño Gráfico, para un público que se tiene generalmente relegado: los adultos mayores. Sentar bases y precedentes para un diseño gráfico enfocado en la tercera edad, contribuyendo así, a una sociedad más inclusiva.

Además, el proyecto busca brindar un espacio activo y de expresión para el público, alimentando sus motivaciones y a su vez, resaltando sus cualidades e intereses. De este modo, lograr ser reconocidos como sujetos de derecho y no meros receptores de cuidado.

Por otra parte, se buscará mejorar las relaciones intergeneracionales, acercando al residente a sus familiares, generando presencia y habilitando un nuevo medio de comunicación entre las familias y los hogares/residencias.

Finalmente, el modelo prototipo a ser desarrollado en el geriátrico Casona del Claret, ya fue habilitado por su factibilidad económica y de distribución. Esta residencia cuenta con una visión de los adultos alineada con la del proyecto y considera relevante invertir en actividades recreativas y de inclusión para los adultos mayores.

Marco Teórico

En este apartado se dará inicio a la explicación de contenidos teóricos que aportarán en el desarrollo del proyecto de diseño editorial abocado a los adultos mayores residentes de geriátricos.

Particularmente, se clasificará el marco en los siguientes subtemas: Adultos Mayores, Gerontodiseño, Diseño Editorial y Aspectos Formales y Compositivos.

Adultos mayores

Adultos mayores como sujetos de derecho y recreación.

Como se ha mencionado a lo largo de todo el proyecto, para generar una sociedad más inclusiva resulta indispensable el cambio de paradigma en lo que respecta a los adultos mayores como objetos de cuidado *vs.* sujetos receptores de derecho.

A partir de este concepto, se despliega el entendimiento de que la idea de “envejecimiento” no es sinónimo de una vida rutinaria, estática y sedentaria; sino todo lo contrario, dependiendo de cómo el adulto mayor desate su estilo de vida (y según como el entorno se lo permita).

Durante la etapa productiva del adulto prima el culto al trabajo, mientras que en la ancianidad pudiera ser el culto al ocio. La recreación para mejorar la calidad de vida en las personas de la tercera edad se justifica, porque ofrece al anciano un buen uso del tiempo libre que antes ocupaba en el trabajo, aprende a recrearse y a sentirse verdaderamente confortable, tanto física como espiritualmente. (Giai, 2015, pág. 69)

En este orden de ideas, es primordial tanto que el adulto mayor tenga las motivaciones y el interés de mantener un estilo de vida activo, como que el entorno le propicie las condiciones para desenvolverse en un entorno rico, estimulante e inclusivo para su edad.

Adultos mayores y adultocentrismo

Las poblaciones actuales, al tratar problemáticas de orden social, están acostumbradas a abordarlas desde una perspectiva “desde arriba” o superior. Ejemplos de esto resultan el machismo/patriarcado (entendido como la supremacía del hombre por sobre la mujer), el especismo (haciendo referencia a la supremacía del animal humano frente al no humano), y en este caso al que comete la investigación, el *adultocentrismo*.

Este fenómeno puede ser explicado como “la existencia de un tipo de hegemonía, una relación social asimétrica entre las personas adultas –que ostentan el poder y son el modelo de referencia para la visión del mundo–, y otras personas generalmente infancias, adolescencias, juventudes o personas mayores.” (Morales, 2020, párr. 1).

Es debido a esto que el objetivo de este proyecto no culmina en visibilizar la problemática de marginación de la tercera edad en la sociedad cayendo en los posibles efectos del adultocentrismo; sino en encontrar un espacio en el que las personas mayores puedan, realmente, desenvolverse como sujetos y sujetas activos, creadores de sus propias realidades. El foco de este estudio está puesto en ellos y en devolverles esa “cuota de protagonismo” que necesitan para desplegarse libremente y potenciar su

calidad de vida, la cual, como sostiene Krzeimen, se da en la medida en que logren reconocimiento a partir de relaciones sociales significativas. De este modo, esta etapa será vivida como prolongación y continuación de un proceso vital y no como una fase de declinación funcional y aislamiento social del adulto mayor (citado por Vera, 2007).

Diseño Gráfico Editorial y Gerontodiseño

Gerontodiseño ¿Qué es?

Esta investigación busca analizar y aprovechar la oportunidad de comunicación visual que ofrece el diseño gráfico y su correspondiente aplicación de elementos como tipografía, color e imágenes, en un segmento que más de una vez no ha sido tenido en cuenta: los adultos mayores. En tal sentido, el *gerontodiseño* llega para cambiar los modelos paradigmáticos que como sociedad se tiene del envejecimiento, buscando a su vez, eliminar su estigmatización.

Como su nombre lo dice, es la unión de la gerontología con el diseño, con el fin de transformar los sistemas y productos existentes, proyectándolos y desarrollándolos exclusivamente para el adulto mayor, con el fin de brindarle una calidad de vida óptima. (Rivero, 2013)

Cabe destacar, que el gerontodiseño implica una visión integral que vaya más allá de la funcionalidad del objeto, pues como menciona Maya Rivero en *El diseño para adultos mayores: un enfoque centrado en la persona* (2020) pareciera que al hablar de vejez inmediatamente el ser humano perdiera, ante los ojos del diseñador, todas las características particulares que lo conforman y se redujera a un usuario con problemas

funcionales o déficits biológicos. En tal sentido, no solo se dará uso de la ergonomía y la antropometría -que aluden a lo utilitario del objeto-, sino también (y esencialmente), se busca que contribuya a fortalecer y promover los aspectos culturales, económicos, emocionales y sociales de la persona mayor. (Rivero & Rubio Toledo, 2017, p. 2)

Gerontodiseño, demencia y semiótica

La Semiótica o Semiología se encuentra definida por Saussure como la "ciencia general de todos los sistemas de signos (o de símbolos) gracias a los cuales los hombres se comunican entre ellos". Esta definición hace de la Semiología una ciencia social y presupone que los signos se constituyen en sistemas sobre el modelo de la lengua. (citado por Zecchetto, 2005)

En tal sentido -y alineados con la temática de esta investigación- existen estudios asociados a la significación y el diseño para personas mayores con algún grado de demencia, que dan cuenta de la suma complejidad que implica generar productos, servicios o experiencias para dicho público objetivo, puesto que al hablar de demencia hablamos de pérdida de identidad.

Así es como estos proyectos ayudan a observar de cerca la importancia de un verdadero enfoque centrado en usuario "(...) que *probablemente* requiera algún tipo de ayuda funcional pero *siempre* necesitará algo que le signifique, con lo que pueda reflejarse y mantenerse vigente". (Rivero, 2020, p. 152)

En este orden de ideas, y como menciona Maya Rivero, se observa que cuando la enfermedad avanza es cuando el objeto se convierte en la única ventana de comunicación y de recuerdo y, de este modo, ejercen el rol de *promotores* de una

reflexión de identidad, “como espejos que permanecen presentes ante la persona para de alguna manera recordarle quien es.” (2020)

De aquí deriva la importancia de diseñar pensando no sólo en la función y en la accesibilidad del producto, sino en un orden de significaciones mediante los cuales el adulto mayor pueda sentirse realmente identificado y representado.

Microzine

Un microzine es una revista especializada de tirada corta y bajo presupuesto, de carácter independiente y contenidos y tipologías muy variadas (Zappaterra, 2008, p. 8).

En lo referente a su estructura posee características diferenciales en todas ellas, como una producción de calidad, el uso abundante de fotografías y un especial y gran cuidado el diseño. En lo que se refiere a los titulares, son prácticamente inexistentes consiguiendo así una portada más limpia y llamativa. También cabe destacar la escasez de publicidad. Esto se debe a que son revistas arbitradas y suelen recibir fondos de organizaciones o universidades para cubrir sus gastos. (Rubio, 2013-2014, p.10)

Como fue mencionado anteriormente, el proyecto se enfocará en el diseño editorial como una posible contribución a la problemática de los adultos mayores. En particular, se definió el diseño de una revista o *microzine* como tipología indicada para este público, no solo por su potencial carácter impreso (medio con el cual están más familiarizados los adultos mayores), sino también por su amplia gama de formatos, temáticas y materiales por medio de los cuales puede ser enfrentado.

Aspectos formales y compositivos de la revista

Identidad Editorial

A la hora de realizar cualquier proyecto editorial, es prioritario definir el público al cual se va a dirigir, ya que, a partir de ello, podremos determinar el estilo que se le quiere dar, las sensaciones que se buscarán transmitir y la personalidad que va a adoptar el mismo. A partir de ello, se definirá el nombre, su logotipo, el tono, si tendrá slogan o bajada, el estilo editorial, la tipografía, tipo de imágenes y el color, que aportarán a la identidad de la misma y su respectiva representación con el público lector. (Pérez Caamaño, 2017)

Cabe considerar, por otra parte y como menciona Zappaterra, que si el proyecto cuenta con una marca emisora previa, la identidad de la revista debe poder ser coherente con lo que representa y significa, tanto para la editorial como para el destinatario y, por ende, representar también sus mensajes y valores. (citada por Candia, 2011, p. 45)

Portada

Es la primer parte y la más importante de toda producción editorial, ya que en ella recae el deber de transmitir el mensaje y los valores de la revista, ser llamativa, informativa y destacar por sobre la competencia (Zappaterra, 2008, p.29). En el fanzine la portada es crucial, ya que permite autodefinirse mediante la estética, la descripción de contenidos, la representación gráfica de una idea y además, atrae a los posibles lectores afines que propaguen su mensaje. (Magán, s,f,)

Particularmente en este análisis, el diseño y la diagramación de la portada debe enfocarse de lleno en la función de identificación con el público. Saber reconocer y

distinguir cuáles son los objetos y recursos gráficos con los cuales los adultos se sienten más representados para que, de esta forma, puedan apropiarse de la revista de un modo completamente integral.

La retícula

La retícula es una herramienta de suma utilidad en el diseño editorial, ya que permite diagramar la ubicación y el uso de los diferentes componentes de la revista, como ser el texto, las imágenes, los márgenes, los blancos de página y los folios. (Zappaterra, 2008, p.117). De este modo, genera continuidad sin caer en la monotonía, dejando un margen de dinamismo en el diseño y además, aporta cierta organización de los textos, permitiendo evidenciar el orden de lectura y la jerarquía de lo expuesto. Asimismo, las retículas permiten definir y componer de forma serializada todos los elementos del diseño, permitiendo así ser más eficientes en la producción de este tipo de proyectos. (Yorbandi & Siglo 21, s.f.)

Existen diferentes modelos de retículas, cada uno ligado a una función de diseño en específico. Para este proyecto se utilizará el tipo de retícula modular, ya que es la más versátil (y a su vez, compleja) de las estructuras, pero cuyo beneficio radica en que permite combinar textos e imágenes de diferentes formatos y tamaños. Su forma se deriva de la conjugación de columnas y filas, mediante las cuales se obtiene un tipo de enrejado, compuesto por varios cuadrados o rectángulos que forman módulos, en los cuales se distribuyen tanto los blancos, como las imágenes y los textos. (Eguaras, 2019)

En definitiva, utilizar una retícula permite la serialización de los proyectos, organizando y dinamizando la lectura y generando un orden entre los elementos de la página de una forma armoniosa, que garantice su correcta legibilidad.

La tipografía

Un buen uso de la tipografía es indispensable para la correcta legibilidad de los textos. Resulta clave en este sentido, tener en claro el soporte en el cual se va a visualizar, la distancia a la cual va a leerse y las características particulares del público al cual van dirigidos.

Independientemente de la fuente que se elija, como dice Soto Miño, es conveniente tener en cuenta tres principios claves para que pueda cumplir su objetivo:

- El contraste entre figura (la letra) y fondo (el soporte). Para adultos mayores se recomienda un mínimo de contraste entre un elemento y su fondo de 50:1,
- el tipo de fuente y su forma, teniendo en cuenta que si tienen terminación *sans serif* van a resultar más legibles y diferenciables entre sí, factor clave cuando la visión se ve reducida,
- y el tamaño y el peso de los caracteres, que deben tener un mínimo de 12 puntos y negros y blancos equilibrados. (Soto Miño, 2013)

Por otro lado, Carie Fisher en su artículo *Diseño Contenido Accesible: Tipografía, Estilo de Fuente y Estructura* (2018), agrega diferentes características tipográficas a tener en cuenta a la hora de elegir una fuente para adultos mayores, con dislexia o visibilidad reducida:

- Ascendentes prominentes (verticales de las letras b, d, f, h, k, l, t)
- Descendentes prominentes (líneas por debajo de las letras j, p, q, y).

- Una combinación d/b o p/q fácilmente identificable, que no sean unas espejo de las otras.
- Las letras *I mayúsculas*, *l minúsculas* y *l* que presenten características diferenciables entre sí.
- Evitar fuentes con interletra reducido, ya que dificulta la lectura a algunos usuarios.

Entre algunas otras, una de las tipografías que cumple con todas estas características es *Atkinson Hiperlegible*, creada por Applied Design Works con el asesoramiento de la ONG Braille Institute, en 2020.

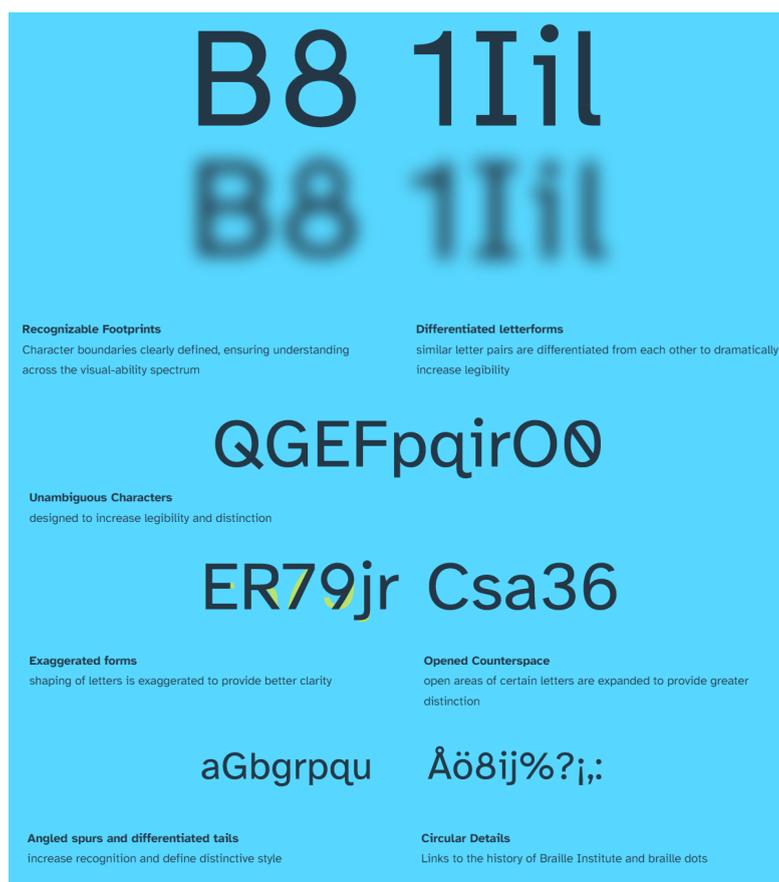


Figura 1 - Atkinson Hiperlegible Font

Fuente: elaboración propia. Imagen: Captura de pantalla de Braille Institute (s.f.) brailleinstitute.org/freefont

Color

El color es un aspecto morfológico del diseño gráfico que no debe subestimarse, ya que es una herramienta de fuerte impacto visual y un rol comunicativo intenso. En estas líneas cabe mencionar, como explica Muñoz (2020)

Estudios ergonómicos deben estar presente en el proceso de selección de color, por ejemplo, si el producto posee una pantalla, o el modo de uso, utiliza la visión del ser humano, se deben condicionar una selección de tintas, las cuales evitan cansancio visual, y establecen una óptima legibilidad de las tipografías. (...) No se debe diseñar para la propia satisfacción del diseñador. El producto, se ubica en un contexto vivo y cambiante. Este contexto, y múltiples factores, llevan a la selección de color de un objeto. (citado por Lopreite, 2021)

Al respecto, la misma profesora Muñoz dictamina ciertos parámetros a tener en cuenta a la hora de la selección del color. Estos son:

- Unión o diferenciación: las propuestas cromáticas oscilan entre el asemejarse a los productos de sus categorías o la diferenciación completa de las mismas. Adecuarse a los colores *proprios* o bien tradicionales, que la sociedad considera *correctos* para el usuario o arriesgarse e innovar.
- El color corporativo: resulta de la identidad empresaria global. Puede emplearse tanto para diferenciarse de otras marcas, como para confundirse con una marca de mejor calidad o que ya está impuesta en el mercado.

- Limitaciones ergonómicas: Los estudios ergonómicos pueden condicionar la selección de tintas ya que analizan la relación del color en el entorno para evitar el cansancio visual o para atenuar situaciones adversas. Asimismo permite establecer escalas de legibilidad de tipografía de color sobre distintos fondos.
- Color y producción: el color viable - Frecuentemente surgen restricciones de fabricación que influyen en la selección de color. (Muñoz, Lopez Coronel, Torroja, Varela & Legaria, 2020)

Frente a todas estas consideraciones, presenta una tabla que permite al diseñador/a ordenarse y fundamentar la aplicación de color en distintos productos.

DECISIONES DE DISEÑO Y CONDICIONES DEL COMITENTE			MAPA DE SITUACIÓN		Tonos en la gama de:																			
					Blanco	Negro	Gris	Rojo	Naranja	Amarillo	Am. Limón	Verde	Turquesa	Azul	Violeta	Marrón	Dorado	Plateado	Otros					
Decisiones de unificar/diferenciar	¿Se desea que los objetos se integren con el entorno?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	¿Qué colores conforman el entorno de los objetos?*																				
	¿Se desea destacar los productos de los de la competencia?	Si <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Mucho <input type="checkbox"/> Más o menos <input type="checkbox"/> Poco	No <input type="checkbox"/>	¿Qué colores emplea la competencia?*																			
	¿Se desea producir un quiebre respecto al color tradicional del producto?	Si <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Mucho <input type="checkbox"/> Más o menos <input type="checkbox"/> Poco	No <input type="checkbox"/>	¿Cuál es el color "clásico" para este tipo de objetos?*																			
Datos de mercado	¿A qué usuario está dirigido el producto, o cuál es el concepto a destacar?			¿Cuáles colores identifican al usuario o al concepto a destacar?																				
	¿Existen colores corporativos y/o colores específicos del logotipo de la empresa?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si existen colores corporativos, ¿cuáles son?																				
Datos funcionales / tecnológicos	Existen limitaciones funcionales o ergonómicas?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	En función de éstas: ¿Cuáles colores debieran evitarse?																				
	¿Cómo se prevee aplicar el color a los productos?	<input type="checkbox"/> Incorporado al material <input type="checkbox"/> Aplicado sobre el material		Si esto representa alguna limitación, ¿en qué colores?																				
* Indicar los roles que cumplen en el producto, su valor y saturación																								

Figura 2, Programa del color.

Fuente: Muñoz et al., 2020.

Del mismo modo, resulta clave tomar herramientas y consideraciones de color para un diseño accesible para, por ejemplo, personas con visión reducida o daltonismo, como pudieran ser los adultos mayores.

En este sentido utilizar simuladores de color para medir relaciones de contraste como el WCAG, seleccionar fondos para texto sólidos, elegir colores en los extremos opuestos del color espectro (evitando combinaciones rojo/verde, azul/amarillo) y tener cuidado con los tonos claros de color ya que son difíciles de ver para personas con baja visión, deben ser premisas claves a la hora de selección de la paleta de colores. (Fisher, 2018)

Método de diseño

Para comenzar a desarrollar este apartado, en primer lugar es necesario comprender a qué refiere el concepto *Método de diseño*.

Procedimiento específico para resolver un problema de diseño. No es una receta ni un conjunto de instrucciones mecánicas infalibles. Es un Instrumento o Herramienta FLEXIBLE. Puede decirse que es *como* resuelvo determinado problema o situación de diseño.

Los métodos de diseño pueden considerarse en general como todo modo de trabajo para elaborar un diseño (...) los procedimientos, técnicas, herramientas, instrumentos que ayudan a lograr un diseño determinado y a su vez, son las distintas clases de actividades que el diseñador utiliza y combina entre sí en un proceso general de diseño. (Nacif, s.f.)

Resulta importante recalcar la idea de que es un instrumento flexible, en la medida en que no existe un sólo camino correcto, sino que va a depender de la necesidad/problema en específico y de los objetivos a los que apunte el proyecto. Es por eso que en este caso en particular, se tendrán en cuenta dos procesos de diseño metodológico: el de Victor Papanek en *Design for the real World* (1971) y el de Bruno Munari en *Cómo nacen los objetos* (1983).

Por un lado, Papanek y su perspectiva de *diseño social*. Allí, concibe como una responsabilidad ética del diseñador, la de hacerle la vida más fácil a los grupos que han sido marginados por la sociedad. En este orden de ideas, Papanek expone que “la función primordial del diseñador consiste en solucionar problemas” (citado por

Marrero & Vigil, 2021, p. 3) y de este modo, como también menciona Julián Bueno en su artículo sobre el *complejo funcional* de Papanek, olvidarse de la distracción, irresponsabilidad y superficialidad asociada al diseño puramente comercial, basando su proceso en 6 parámetros interdependientes y no lineales: el método, la utilización, la necesidad, la telesis, la asociación y la estética. (2020)

Por otra parte, Bruno Munari plantea una metodología proyectual para la resolución de problemas con la premisa de “Cuando un problema no puede resolverse, no es un problema. Cuando un problema puede resolverse, no es un problema” de su amigo Antonio Rebolini, haciendo alusión a que “Todo problema tiene solución” (citado por Luzón García, 2016). Su método apunta a la descomposición del problema principal en subproblemas, siguiendo operaciones precisas y manteniendo un orden lógico para su resolución; lo que no quita que pueda ser modificable en la práctica.

A continuación, se exponen ambas metodologías a modo de esquema para luego crear un nuevo método que permita enlazarlas.

Victor Papanek	Bruno Munari	Método propio
<p>1. Método: Herramientas y materiales que se usarán óptima, económica y eficientemente.</p> <p>2. Utilización: ¿sirve al usuario?</p> <p>3. Necesidad: Se refiere a verdaderas exigencias económicas, psicológicas, espirituales, tecnológicas e intelectuales - necesidades vitales, no</p>	<p>1. Problema</p> <p>2. Definición del Problema</p> <p>3. Componentes del Problema</p> <p>4. Recopilación de datos</p> <p>5. Análisis de datos</p> <p>6. Creatividad</p> <p>7. Técnicas y materiales</p>	<p>1. Problema 1.1 Definición del problema 1.2 Componentes</p> <p>2. Usuario 2.1 Necesidad 2.2 Telesis 2.3 Asociación</p> <p>3. Creatividad 3.1 Uso de técnicas creativas 3.2 Concepto</p> <p>4. Gráfica</p>

<p>superfluas.</p> <p>4. Telesis: Reflejo de las condiciones que dan lugar a un diseño para que éste se ajuste al orden socioeconómico donde va a actuar. Diseñar según el contexto.</p> <p>5. Asociación: Valores “asociacionales” del diseño. La función y la forma están asociados a valores, a culturas, a significados que generan un condicionamiento psicológico y cultural.</p> <p>6. Estética: Configuración de formas y colores que resulta en entidades significativas. Entender la estética como una herramienta del diseñador y no como una simple expresión personal.</p>	<p>8. Experimentación</p> <p>9. Modelos</p> <p>10. Verificación</p> <p>11. Dibujos constructivos</p> <p>12. Solución</p>	<p>4.1 Manifestación del concepto y la identidad en elementos gráficos</p> <p>4.2 Retícula y diagramación</p> <p>5. Modelos</p> <p>5.1 Técnicas y materiales</p> <p>5.2 Prototipos</p> <p>6. Verificación</p> <p>6.1 Utilización, ¿sirve al usuario?</p> <p>6.2 Ajustes</p> <p>7. Solución</p>
--	---	---

Figura 3, Metodología del diseño.
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Antecedentes - Casos de estudio

En la presente, se desarrollarán y analizarán diferentes casos de proyectos editoriales que tienen como usuario y consumidor final a la tercera edad. El objetivo será integrarlos con la teoría anteriormente descrita y de este modo, dilucidar posibles errores y aciertos en su puesta en práctica.

Caso 1: Revista Palabras mayores	
	<p>Revista institucional de la Secretaría de Desarrollo Humano y Familia de Comodoro, de edición cuatrimestral, en la cual se desarrollan temas de interés para la tercera edad y la comunidad en general. La idea y producción está a cargo de los Adultos Mayores que asisten al Taller de Periodismo del mismo gobierno, guiados por profesionales de la comunicación y el periodismo y se distribuye de manera gratuita en espacios públicos, instituciones, hospitales, centro de jubilados, centros de día, y lugares afines.</p>
Link de acceso	<p>https://flowpaper.com/online-pdf-viewer/?theme=dark&pdf=http://www.comodoro.gov.ar/desarrollohumano/wp-content/uploads/2018/08/01_revistamayores-3.pdf&wp-hosted=1&title=&header=&singlepage=auto&thumbs=1&modified=1808151208#page=1</p>
Nombre de la Revista	<p>Palabras Mayores - Arriba, centrado, de tamaño medio. Dispuesto en una sola línea y en color blanco, dotando de pulcritud y luz a las palabras.</p>
Portada e interior	
Tipografía	<p>Se registran dos fuentes tipográficas para establecer jerarquías: una palo seco para texto y otra display, para títulos. Ambas poseen buena legibilidad gracias a la distinción de sus formas y un interletra e interlínea adecuados.</p>
Colores	<p>La portada no posee una paleta sistémica entre edición y edición. En este caso en particular, se presenta un contraste entre la fotografía (de colores más bien fríos) y los titulares, entre amarillo y blanco. En el interior de la revista, se diferencian las secciones por medio de los colores: celeste, azul, violeta y cálidos como el rojo.</p>
Formato y Materiales	<p>Formato A4 - Edición Digital</p>
Retícula	<p>La retícula consta de márgenes angostos, módulos de imagen a sangre y páginas diagramadas en 2 y 3 columnas. Se visualiza el nombre de la sección en el margen exterior superior, y la numeración de página, en el exterior.</p>

Figura 4, Análisis de Caso - Revista Palabras Mayores. Fuente: Elaboración propia, 2021.

Caso 2: Adulto mayor, El valor de la experiencia.	
	<p>“Medio de comunicación creado para informar e incentivar la participación de los Adultos Mayores de México en todas las actividades socioculturales que la iniciativa privada y gubernamental impulsan para mejorar su calidad de vida. Nuestro objetivo es generar conciencia de que la vejez no es una etapa de la vida para preocuparse sino para ocuparse, para alcanzar plenitud y libertad como seres humanos.”</p>
Link de acceso	https://issuu.com/r_adultomayor
Nombre de la Revista	<p>Adulto mayor - Arriba centrado, tamaño grande. Combina dos colores cálidos (rojo y amarillo), pero esto varía según la edición sin criterio aparente, oscilando entre las combinaciones de azul y fucsia - fucsia y blanco - rosa y celeste.</p>
Portada e interior	 <p>The image shows the cover and interior pages of the magazine 'Adulto Mayor'. The cover features a photograph of an elderly woman and a younger woman smiling together. The title 'ADULTO MAYOR' is prominently displayed in large, bold, red and yellow letters. Below the title, there is a subtitle 'EL VALOR DE LA EXPERIENCIA'. The cover also includes a main article title: '¿Cómo combatir el envejecimiento? ¿POR QUÉ DEBEMOS IR CON EL PSICÓLOGO EN LA TERCERA EDAD? ¡Felicidades mamá y papá!'. The interior pages show a grid layout with various articles, including one titled '¿Quieres ser los abuelos de hoy? Sus nuevas roles' and another '¿Por qué el envejecimiento es una etapa de la vida para preocuparse?'. The text is arranged in columns with varying font sizes and colors (red, yellow, black) used for emphasis and section breaks.</p>
Tipografía	<p>Convivencia de variadas fuentes tipográficas para titulares sin una paleta tipográfica identitaria; todas lo suficientemente legibles, pero generando ruido visual en cuanto a jerarquías. En textos se mantiene la misma tipografía, también de palo seco, en todas las ediciones. Permite su correcta legibilidad pero genera mucha mancha tipográfica, haciendo que el lector pueda perderse de línea en línea.</p>
Colores	<p>Salvo en ediciones particulares, se mantienen los colores cálidos (rojo y amarillo) para distinguir secciones, y el blanco y negro generando alto contraste en áreas de texto de corrido.</p>
Formato y Materiales	<p>Formato A4 - Edición digital</p>
Retícula	<p>Márgenes estrechos: en el superior se distinguen las secciones y posee el logo de la revista, en el inferior se designa la foliación de página. Consta de 1 o 2 módulos para columnas de texto o imágenes según la página cuente o no con publicidad.</p>

Figura 5, Análisis de Caso - Adulto Mayor, El Valor de la Experiencia.

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Caso 3: Revista Gente Grande.	
<p>Revista Institucional del SENAMA (Servicio Nacional del Adulto Mayor) de Chile, de distribución gratuita con contenidos de noticias actuales y temáticas de interés.</p>	
<p>Link de acceso</p>	<p>http://www.senama.gob.cl/storage/docs/GenteGrande_156.pdf</p>
<p>Nombre de la revista</p>	<p>Gente Grande - Arriba centrado, de tamaño prominente. Se visualiza en color rojo, independientemente de la fotografía del fondo. Se utiliza una sola "G" para expresar "gente" y "grande"</p>
<p>Portada e interior</p>	
<p>Tipografía</p>	<p>Fuente tipográfica redonda de palo seco, de ojos grandes. Se diferencia en bold de un tamaño grande para titulares y regular bastante más pequeño, para texto para generar jerarquía visual. Interletra e interlínea adecuados, manifestando una mancha tipográfica dinámica.</p>
<p>Colores</p>	<p>Predominan el rojo, azul, blanco y negro y sus diversas tonalidades, las cuales sirven para orientar el ojo, generar dinamismo en la lectura y producir páginas armónicas. Los fondos de color suave colaboran en una lectura sin cansancio de vista, sin perder el contraste entre figura y fondo.</p>

Formato y Materiales	Formato A4 - Edición Digital
Retícula	<p>Retícula dispuesta con 3 módulos entre los cuales se distinguen imágenes y textos intercalados, generando una mancha tipográfica dinámica, dinamizando la lectura y permitiendo diferentes puntos de entrada al texto.</p> <p>Imágenes de diferentes tamaños y formatos, algunas dispuestas a sangre y otras entre los módulos.</p> <p>En los márgenes superiores exteriores se ubica la sección y el nombre de la Institución y en los inferiores, la numeración de página.</p>

Figura 6, Análisis de Caso - Revista Gente Grande. Fuente: Elaboración propia, 2021.

Síntesis de cada Caso

- Caso 1, Palabras Mayores

La revista cuenta con una muy buena disposición de jerarquías visuales y puntos de entrada de lectura, generando una lectura dinámica.

Si bien consta de tipografías palo seco que por sí mismas permiten su correcta legibilidad, presenta una distribución en tres columnas que, para el tamaño del punto tipográfico, produce una lectura fragmentada.

La portada es figurativa, presenta una imagen que busca empatizar con el público destinatario, el logo de la revista y las notas principales como subtítulos.

El identificador de la marca *Palabras Mayores* se encuentra centrado en la parte superior, en color blanco y con una sombra reflejada que permite separarlo del fondo. Este nomenclador pudiera connotar la importancia de las palabras de los adultos, como palabras grandes, palabras con experiencia, palabras que necesitan de ser oídas. A su vez, el blanco connota pureza, luz, bondad, palabras asociadas a la vejez.

- Caso 2, Adulto mayor; El valor de la experiencia.

En este caso, la portada de la revista también es figurativa buscando una representación del público. Presenta una paleta de color y tipográfica amplia que desorienta al lector, quien termina por no entender las distintas jerarquías.

Si bien el nombre de la revista no presenta vuelta creativa, refiriendo a los adultos mayores de manera directa, su bajada “El valor de la experiencia” connota la relevancia de las historias vividas por los adultos mayores, de alguna forma alude al dicho “no tropezar dos veces con la misma piedra”, haciendo valer sus voces en la experiencia actual de los más jóvenes.

Los colores del identificador son estridentes, connotando vida y energía. Por un lado el amarillo, representa alegría, felicidad y el rojo, la pasión, la sangre y la fortaleza, siendo un color muy fuerte emocionalmente. Sin embargo, no presenta buen contraste con el fondo, por lo cual se ve disminuído su potencial significado.

El interior de la revista presenta una mancha tipográfica muy uniforme, lo que genera una lectura monótona que tiende a aburrir. Tampoco se insertan imágenes ni entresacados, por lo cual el punto de entrada es sólo uno.

Presenta varias publicidades que permiten su sustento económico.

- *Caso 3, Gente Grande*

Este proyecto cuenta con una portada que, como las 2 anteriores, también es figurativa, pero con muchos más elementos visuales que aportan a su identidad (nombre de la revista, paleta roja y azul, logo del instituto).

En cuanto a los colores marcarios, el rojo connota la pasión, la sangre y la fortaleza como dijimos anteriormente; mientras que el azul da la impresión de

tranquilidad, protección, salud, entendimiento, encontrándose en el plano de lo sagrado e *inmortal*. Sin embargo, el color del logo junto a la fotografía, dificulta su contraste por lo cual termina perdiéndose en el fondo, minimizando el poder comunicacional de estos colores.

Su nombre, *Gente Grande* alude no sólo a la definición etaria, sino a la *grandeza*, valga la redundancia, como cualidad moral de la persona. De esta forma se refiere a la “Gente Grande” como gente bondadosa, noble, elevada, generosa.

La portada presenta un titular grande y claro, como el principal en la revista.

Su interior manifiesta un alto grado de dinamismo con una retícula modular, incorporando imágenes, entresacados, gráficos, infografías y demás elementos visuales que colaboran con una lectura más amena y una mancha tipográfica más suave. Sin embargo, el tamaño del punto tipográfico para el usuario al que se apunta, puede resultar muy pequeño.

Conclusiones del análisis

Luego de lo analizado en los 3 casos se visualiza una fuerte tendencia a la realización de portadas figurativas, siendo representadas por primeros planos o planos medios de adultos mayores. Esto puede deberse a que teniendo una imagen de usuarios semejantes a ellos sea más fácil la identificación de la revista, haciendo más directo su *call to action*.

En cuanto a los nombres de los tres proyectos, hacen alusión al empoderamiento de la palabra o de la experiencia del adulto mayor. Esto resulta positivo para la sociedad

ya que es un primer paso para hacerla más inclusiva y termina por alinearse con los objetivos de este trabajo, considerando a los adultos mayores como sujetos activos y de derecho, manifestando la importancia de alzar su voz y compartir sus historias.

Al mismo tiempo, si bien la gráfica del logo en la portada, manifiesta una buena resolución en cuanto a legibilidad y visualización en el primer caso, en los otros dos presenta complicaciones. Para ilustrar esto, cabe mencionar que el contraste figura fondo no se encuentra bien resuelto: a pesar de que el tamaño tipográfico sea lo suficientemente grande, el uso de colores sin mucho brillo frente al fondo fotográfico termina afectando a los bordes del título, impidiendo su correcta legibilidad e identificación.

Por otra parte y siguiendo con el análisis de la portada, si bien el caso 1 logró una buena disposición de los titulares principales de la revista, tiene ciertos problemas de contraste; lo mismo sucede con el caso 2, pero a este se le agrega una falta de jerarquías y mucho ruido visual que entorpece la lectura. Al contrario, el caso 3 de la revista Gente Grande es quien mejor logró la síntesis visual, gracias a la presentación de un solo titular grande con una sombra que lo separa del fondo; sin embargo, no es la mejor resolución, ya sigue sin respetar el contraste 50:1 entre figura-fondo al cual hace referencia Soto Miño para una buena experiencia de lectura para los adultos mayores.

Seguidamente, pasando al examen del interior de las revistas, se pueden resaltar varios puntos. Por un lado, la diagramación. El primer caso presenta una retícula lo suficientemente dinámica, permitiendo la disposición de imágenes, entresacados y distintos puntos de entrada en la lectura. En el segundo, se presenta una retícula simple: una o dos columnas, que generan una oscura mancha tipográfica lo cual lleva la distracción y a la pérdida en la lectura. Por último, el tercer caso resulta el mejor

diagramado, presentando la superposición de retículas o *retículas múltiples*, lo cual dota de mayor variedad y dinamismo entre página y página.

Por otra parte, se alude a la tipografía del interior de ambas revistas. Si bien las 3 presentan una buena elección de la fuente, existen mejores decisiones que otras en cuanto al tamaño tipográfico. Resulta que, al ser los adultos mayores personas que muy probablemente presenten una reducción en su capacidad visual, es importante considerar un punto tipográfico lo suficientemente accesible. Como menciona Soto Miño (2013), el tamaño ideal dependiendo del tipo de letra, es el de 12 pt., el cual en el caso de Gente Grande, termina siendo muy pequeño. Sin embargo, tanto en Adultos Mayores como en Palabras Mayores, se encuentran lo suficientemente legibles para tales usuarios .

Por último, se logra destacar en los 3 proyectos, el uso de paletas de colores variadas. Esto permite no solo dividir por secciones, sino también refrescar la lectura, sin caer en la estridencia que cansa la vista. Cabe resaltar que en ningún proyecto se utilizan colores asociados a la tristeza ni al desgano, sino que son lo suficientemente vibrantes para acompañar el sentido de los proyectos: dotar de vida, recreación y entusiasmo a la noción que se tiene en sociedad de los adultos mayores.

Programa de Diseño

El programa cobra importancia ya que funciona como síntesis del problema detectado y es un primer paso que apunta a su solución, presentando la visión inicial desde la perspectiva del diseño gráfico. Visto así, incorpora pautas y directrices que parten de los objetivos del proyecto y que dan por resultado premisas dirigidas a la resolución del problema. (Palamary, 2021, p.16)

En este sentido, se recapitularán los objetivos de la investigación para el posterior desarrollo de sus condicionantes, requerimientos y posibles alternativas y soluciones del diseño en particular.

Objetivo General

- Desarrollar un **proyecto editorial** que contribuya con el reconocimiento de los **adultos mayores** como sujetos activos y de derecho en la sociedad.

Objetivos Específicos

- Describir las **temáticas e intereses** de los residentes de la Casona del Claret.
- Determinar qué elementos gráficos pueden resultar **representativos** de los residentes geriátricos de Casona del Claret, teniendo en cuenta el dinamismo y la variedad en sus identidades.
- Establecer qué **medidas de diseño**, diagramación y producción son necesarias para la correcta **legibilidad, lecturabilidad y usabilidad** del proyecto por parte de los **adultos mayores**.

Condicionantes	Requerimientos	Premisas
<p>Proyecto editorial dirigido a adultos mayores</p>	<p>Revista formato microzine dirigida a adultos mayores</p> <p>Como mencionan Zappaterra y Rubio, un microzine es una revista especializada de tirada corta y bajo presupuesto, de carácter independiente y contenidos y tipologías muy variadas; en la cual se destaca su alto cuidado por el diseño, la escasez de la publicidad y su amplia gama de formatos.</p>	<p>Revista formato microzine dirigida a adultos mayores</p> <p>Para este proyecto se decidió utilizar el formato de revista microzine debido a varios factores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - En primer lugar, su potencial carácter impreso (medio con el cual generalmente están más familiarizados los adultos mayores). - Por otro lado, su amplia gama de temáticas, que permitirá incluir secciones de tipologías muy variadas y según los intereses de cada residente. - Por último, su posibilidad de publicación y periodicidad variable, según necesidades y presupuesto de la residencia.
<p>Intereses y representaciones características de los residentes geriátricos</p>	<p>Identidad</p> <p>La identidad de una marca o producto editorial abarca, entre tantas cosas: su nombre, logotipo, tono, si tendrá slogan o bajada, el estilo editorial, la tipografía, tipo de imágenes y el color. Todos estos elementos apuntarán a un público objetivo, transmitiendo un mensaje de marca coherente y previamente determinado.</p>	<p>Identidad de la revista para Casona del Claret</p> <p>Por un lado, la identidad de la revista deberá tener en cuenta ciertos parámetros predefinidos en la identidad de la organización, como lo es el imago tipo y la paleta de colores propia.</p> <p>Además, contará con un nombre simbólico lo suficientemente fuerte como para revalorizar la palabra y la experiencias del adulto mayor, ser pregnante, memorable y realmente identificadorio del público al que representa.</p> <p>Asimismo, se empleará un tono que busque acoger y ser amable con el lector, y a su vez pueda</p>

		<p>entretenerlo e informarle. Por último, se utilizarán tanto imágenes fotográficas que cuenten historias y transmitan emociones; como ilustraciones que generen y aporten contenido de orden más gestual.</p>
	<p>Símbolos</p> <p>Según se ha desarrollado, a la hora de diseñar para adultos mayores con demencia, resulta importante notar que existen objetos que funcionan como promotores de una reflexión de identidad, como espejos que permanecen presentes ante la persona para de alguna manera recordarle quien es. Este tipo de objetos (sobre todo indumentaria y objetos de uso personal) confirman que es necesario que el diseño para personas mayores vaya más allá de la función y la accesibilidad. (Rivero, 2020)</p>	<p>Símbolos</p> <p>Al desarrollar este proyecto y generar espacios de conversación y convivencia con los adultos residentes de la Casona, se encuentran ciertos objetos en los cuales los usuarios se ven reflejados. Muchos de ellos tienen que ver con hobbies que llevaban a cabo en su juventud y que perduran aún hoy, otros se relacionan con accesorios que les han sido regalados o heredados, algunos están asociados a sus profesiones; pero todos, de un modo u otro, se relacionan con la personalidad de los adultos apuntando a su re-descubrimiento e identificación. Aquí es donde se demuestra la importancia de la utilización de elementos formales que hablen de significados culturales, tradiciones, costumbres y apegos y acerquen el producto a la misma identidad del usuario.</p>
	<p>Contenido</p> <p>“Toda publicación se divide en diferentes áreas que siguen, en líneas generales, un formato establecido para el género al que pertenecen”. (Zappaterra, 2009, p. 47)</p>	<p>Contenido</p> <p>En este proyecto, la revista tendrá secciones y contenidos muy variados, asociados a los intereses de los lectores adultos mayores. Entre ellos, se encontrarán secciones de historias contadas y</p>

		entrevistas, juegos, glosarios simbólicos de significaciones, cartas al lector, superlativos (premios a personas destacadas), notas asociadas al arte y la cultura, a la salud y a la actualidad, según se requiera en la edición en particular.
Usabilidad y lecturabilidad en adultos mayores	<p>Tipografía</p> <p>En el uso de la tipografía radica tanto el éxito como el fracaso de una publicación editorial. En tal sentido, tomar nota de las necesidades específicas del usuario, resulta ineludible si queremos lograr su correcta usabilidad y legibilidad.</p>	<p>Tipografía</p> <p>Para los cuerpos de textos de este proyecto, se utilizará la fuente <i>Atkinson Hiperlegible</i>, creada por Applied Design Works. Esta tipo fue elegida gracias a su minucioso estudio del usuario con visibilidad reducida, que permitió generar una fuente totalmente inclusiva y adaptada a las necesidades específicas del mismo.</p>
	<p>Color</p> <p>El color como elemento gráfico, tiene un rol comunicativo intenso y un fuerte impacto visual. Además, determinará junto a la tipografía, la correcta legibilidad de los textos y una mayor o menor identificación por parte del público.</p>	<p>Color</p> <p>Se buscará la utilización de colores vivos pero no estridentes para no generar cansancio visual. A su vez, se mantendrá el color azul corporativo de la Casona para fortalecer su identidad. Por último, las secciones de la revista estarán diferenciadas por distintos colores dentro de la paleta elegida, para permitir su fácil distinción y acceso.</p>
	<p>Retícula</p> <p>La retícula permite diagramar la ubicación y el uso de los diferentes componentes de la revista, como ser el texto, las</p>	<p>Retícula modular</p> <p>Para este proyecto se utilizará el tipo de retícula modular, ya que es la más versátil (y a su vez, compleja) de las estructuras, pero cuyo beneficio radica en que</p>

	<p>imágenes, los márgenes, los blancos de página y los folios. (Zappaterra, 2008, p.117). De este modo, genera continuidad sin caer en la monotonía al dejar un margen de dinamismo en el diseño, aporta cierta organización de los textos, permitiendo evidenciar el orden de lectura y la jerarquía de lo expuesto y serializa las diferentes ediciones para que puedan ser percibidas como un todo.</p>	<p>permite combinar textos e imágenes de diferentes formatos y tamaños. Su forma se deriva de la conjugación de columnas y filas, mediante las cuales se obtiene un tipo de enrejado, compuesto por varios cuadrados o rectángulos que forman módulos, en los cuales se distribuyen tanto los blancos, como las imágenes y los textos.</p>
	<p>Formato y tamaño</p> <p>Andrew Haslam (2007) define al formato como la relación entre ancho y alto de una página y plantea tres tipos: el vertical, el apaisado y el cuadrado; cada uno de los cuales deberá ser elegido en función de las necesidades del usuario y las condiciones de uso/lectura del producto. Por otro lado, tamaño se fue regulando según diferentes zonas geográficas para así estandarizar su impresión, utilizando, en general, las medidas ISO serie A.</p>	<p>Formato y tamaño</p> <p>Para este proyecto se definió una revista de formato vertical y tamaño a4. Esto es debido a distintas cuestiones a nombrarse a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La estandarización del tamaño reducirá sus costos. - Es un formato fácilmente maniobrable. - Permite un tamaño tipográfico accesible para el público al cual se dirigirá el proyecto y la extensión de las diferentes notas.

Figura 7, Programa de diseño.
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Concepto Gráfico

El proyecto editorial se encuentra destinado a los adultos mayores residentes de la Casona del Claret, funcionando como un modelo de diseño que luego puede ser aplicado -con ciertos ajustes- en otras instituciones destinadas al trabajo con la ancianidad.

La idea principal está basada en generar un espacio de expresión, reflexión y visibilidad por y para los adultos mayores, y es aquí donde radica la importancia de una verdadera identificación por parte de este público. Gran parte de los residentes cuentan con un grado (en mayor o menor medida) de demencia, por lo cual, como se mencionó anteriormente, es indispensable una correcta selección de los objetos y símbolos gráficos ya que de ello dependerá el nivel de representación que perciban sus destinatarios.

El concepto gráfico se centrará en construir esta identificación y que los adultos realmente se sientan parte del proyecto. Para lograrlo, se utilizarán imágenes representativas e ilustraciones que funcionen como contenido de orden gestual y que aporten valor a este objetivo; hojas de estilo con amplios espacios en blanco para mejorar la experiencia de lectura de los usuarios; secciones con contenido de interés y bien demarcadas para una buena navegación por la revista; y un estilo editorial amable y acogedor, que sirva como espacio de entretenimiento y haga alusión a su historia y el valor de sus experiencias.

Cronograma de trabajo

En este apartado se esquematizará el cronograma de trabajo con los diferentes pasos de la metodología de diseño anteriormente propuesta para la investigación y sus respectivas semanas o fechas de ejecución.

Semana	Período	Entrega	Método de diseño
Semana 1	09/08/2021 13/08/2021	Entrega 1	1. Problema
Semana 2	16/08/2021 20/08/2021		1.1 Definición del problema 1.2 Componentes
Semana 3	23/08/2021 27/08/2021		
Semana 4	30/08/2021 03/09/2021		2. Usuario 2.1 Necesidad
Semana 5	06/09/2021 10/09/2021		
Semana 6	13/09/2021 17/09/2021	Entrega 2	2.2 Telesis 2.3 Asociación
Semana 7	20/09/2021 24/09/2021		
Semana 8	27/09/2021 01/10/2021		
Semana 9	04/10/2021 08/10/2021	Entrega 3	3. Creatividad 3.1 Uso de técnicas creativas
Semana 10	11/10/2021 15/10/2021		3.2 Concepto
Semana 11	18/10/2021		4. Gráfica

	22/10/2021		4.1 Manifestación del concepto y la identidad en elementos gráficos
Semana 12	25/10/2021 29/10/2021	Entrega 4	4.2 Retícula y diagramación
Semana 13	01/11/2021 05/11/2021		5. Modelos 5.1 Técnicas y materiales 5.2 Prototipos
Semana 14	08/11/2021 12/11/2021		6. Verificación 6.1 Utilización, ¿sirve al usuario? 6.2 Ajustes
Semana 15	15/11/2021 19/11/2021	C.A.E.	7. Solución

Figura 8, Cronograma de trabajo.
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Propuesta de diseño

La sección de la propuesta de diseño es el momento donde se comienzan a desplegar las facetas creativas, dando lugar a las primeras ideas que se aproximarán al trabajo final.

A continuación, se mostrará parte del proceso desarrollado.

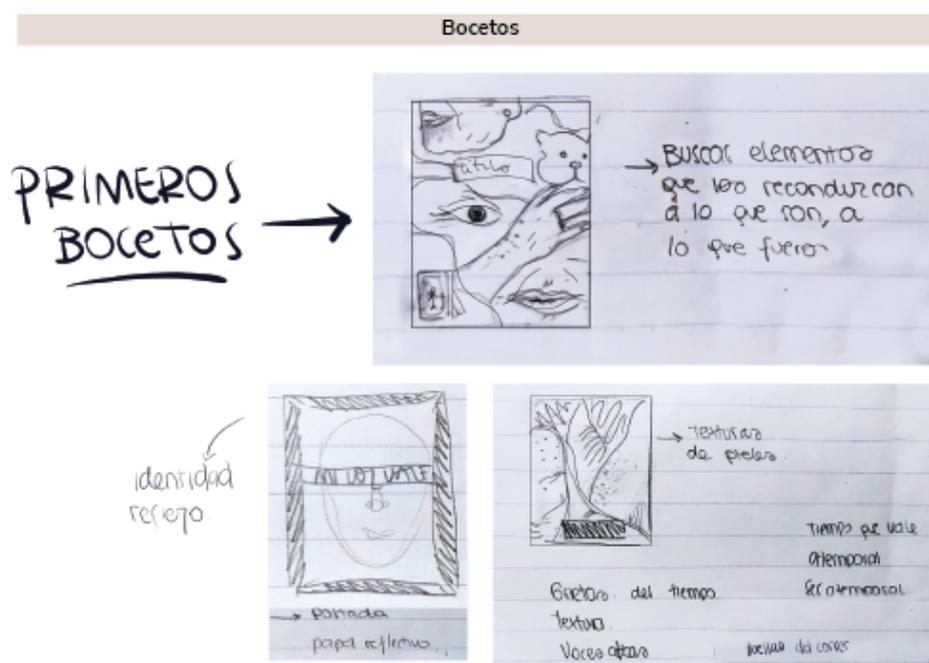


Figura 9, Primeros Bocetos.
Fuente: Elaboración propia, 2021.

La búsqueda en estos primeros bocetos manuales tomó base del ya mencionado concepto de re-identificación del adulto mayor. La intención partía de un collage, para probar desde diferentes tipos de imágenes (ilustraciones/fotografías) hasta diferentes materiales que logren reflejar la pluralidad de personalidades existentes en los adultos, resaltar aspectos, características y memorias que los remonten a lo que son y a lo que fueron.



Figura 10, Bocetos Avanzados.
Fuente: Elaboración propia, 2021.

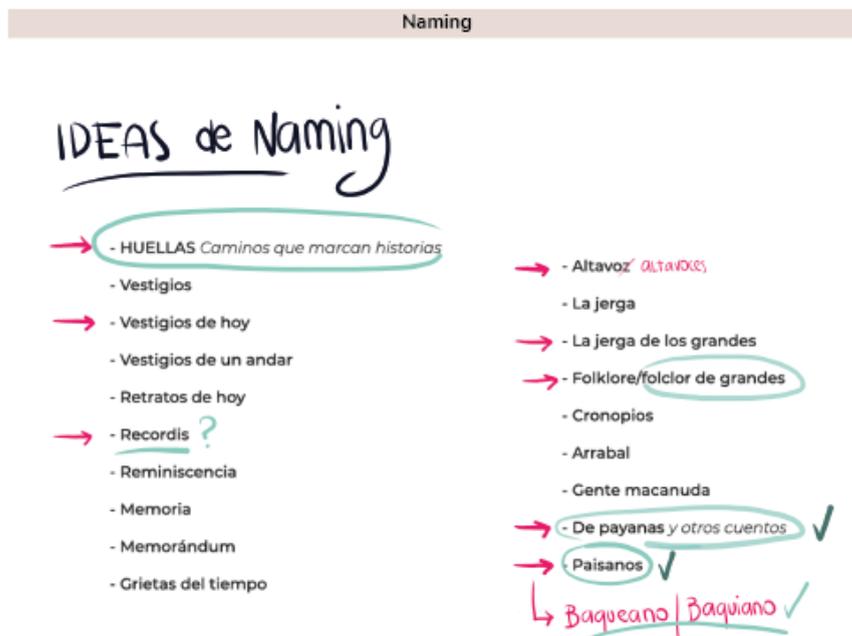


Figura 11, Ideas de Naming.
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Las ideas de naming rondaron desde denominaciones que hacen alusión a la memoria, al camino, la experiencia, la huella del recorrido, la trayectoria; hasta expresiones comunes en el público, haciendo asociaciones al tango, al campo, al Martín Fierro, el barrio, entre otras; para, finalmente, llegar a la denominación *Baquiano*. Este concepto resulta ideal para el proyecto que se busca desarrollar debido a que “Baqueano o baquiano, es un término utilizado para designar a una persona conocedora de los caminos y atajos de un terreno, sus características físicas y el idioma y costumbres de su población, a la que habitualmente pertenece.” (Wikipedia, 2021)

De esta forma, se resalta al adulto mayor como “conocedor de caminos”, pero no una mera alusión a su pasado, sino actualizando esa característica al presente. A su vez, se utiliza la expresión “Baquiano” en lugar de “Baqueano”, para generar cierta cotidianeidad, informalidad y cercanía con el público, de una manera más coloquial.



Figura 12, Paleta cromática. Fuente: Elaboración propia, 2021.

La paleta cromática fue elegida respetando los colores identitarios de la Casona, ya que resultan ser colores vivos sin caer en la estridencia que cansa la lectura. Englobados por el color blanco de la hoja y demarcados por el negro del cuerpo de texto, generan un contraste agradable a la vista. A esta paleta base se le agregó el rosado, de modo de salir de la gama análoga de los celestes, azules y verdes y generar mayor diferenciación. A su vez, se generaron gradientes para realizar más detalles en las ilustraciones.



Figura 13, Tipografía. Fuente: Elaboración propia, 2021.

La tipografía predilecta para este proyecto es la *Atkinson Hyperlegible*, que, como fue mencionado en el programa de diseño, cuenta con un minucioso estudio del usuario con visibilidad reducida, lo que permitió generar una fuente totalmente inclusiva y adaptada a las necesidades específicas del mismo. El cuerpo de texto se desarrollará con la variable *regular*, los títulos con *bold* y los copetes y entresacados con la itálica, modificando además, los tamaños según la jerarquía en el texto.



Figura 14, Identificador. Fuente: Elaboración propia, 2021.

Para el desarrollo del identificador se utilizó la misma tipografía que en el resto de la revista, en formato *bold*. El color elegido para esta primera edición fue el rosado, pero dependerá de los colores que, en próximas entregas, adquiera el fondo.

Este nombre es fácilmente legible, con espacios blancos y negros equilibrados y una estructura limpia. El punto al final denota fuerza y reafirmación, una de las búsquedas conceptuales a la hora de presentar características de la revista.

Fotografías



Figura 15, Fotografías. Fuente: Elaboración propia, 2021.

Las fotografías para esta revista fueron capturadas un día normal en la residencia. Se busca en las mismas, expresar naturalidad, simpleza, alegría y frescura; velando por la comodidad y el consentimiento de los adultos. Existen desde planos completos, medios y hasta planos detalle cargados de expresión. Por otra parte, también se capturaron objetos importantes para ellos, que funcionarán, como fue aludido con anterioridad, de espejos que reflejen parte de su identidad.



Figura 16, Ilustraciones. Fuente: Elaboración propia, 2021.

Se desarrollaron cuantiosas ilustraciones buscando representar de manera lo más fidedigna posible, los retratos y elementos capturados. En las mismas, se utilizó el predominante blanco y negro, un trazo ondulado y colores de la paleta cromática para resaltar detalles.

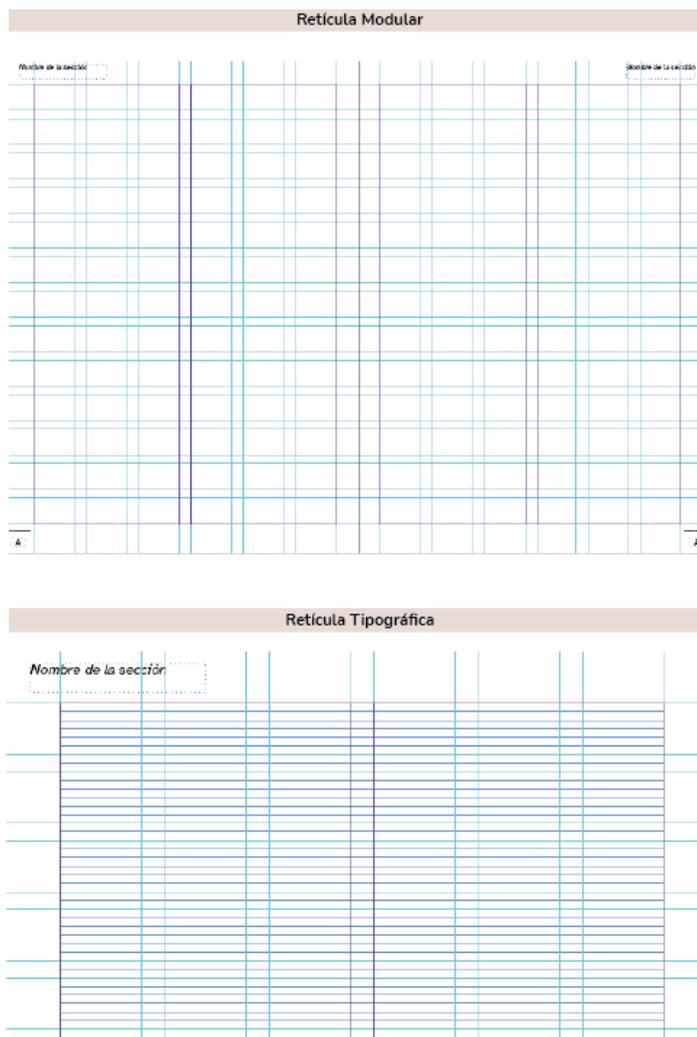


Figura 17, Retícula Modular y Tipográfica. Fuente: Elaboración propia, 2021.

A la hora de estructurar esta revista, se diseñó una retícula modular que permita articular los contenidos con cierto dinamismo, permitiendo incorporar imágenes de distintos tamaños y formatos, pero sin caer en una desorientación del lector. La misma cuenta con la posibilidad de organizar los textos en 1, 2 o incluso 3 columnas, siendo separadas por módulos. Los márgenes internos son levemente más angostos que los externos para permitir un mejor agarre de la revista. La foliación de página se encuentra estandarizada en los márgenes externos inferiores y el nombre de las diferentes secciones, en los superiores.

La retícula tipográfica se encuentra dispuesta con una relación de aumento de la mitad del alto de la fuente de texto, para así permitir más dinamismo a la hora de jerarquizar por tamaño, permitiendo una disposición más flexible.

Retícula aplicada

Ho'oponopono.

El Ho'oponopono es una palabra del idioma de las islas de Hawái que significa "perdonar".

En este idioma, el perdón es un acto de amor que se realiza a través de la comunicación con los dioses.

Ho significa "Causa" y Oponopono, "Perfección". Esto quiere decir "volver al estado original, o "corregir el error".



¿Cómo usar el Ho'oponopono?

Debes tener conciencia de que todo lo que pasa a nuestro alrededor ha sido creado por nuestros pensamientos. Debemos volver a repetir las palabras que nos ayudan.

1. Identifica qué es lo que quieres cambiar.
2. Repite las palabras "Lo siento, Perdóname, Gracias" cuando veas una señal, cuando estés en el tráfico, cuando estés en el trabajo, cuando estés con alguien que te hace sentir mal, cuando estés con alguien que te hace sentir bien.

Lo siento. Perdóname. Gracias.

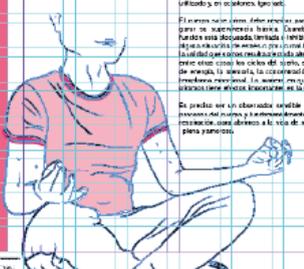
Te amo.

Retícula aplicada

Saber respirar.

Respirar a través de la nariz puede ayudarte a relajarte y a reducir el estrés. Esto se debe a que la respiración nasal ayuda a filtrar el aire y a mantenerlo húmedo y tibio.

El derecho lapa produce el dióxido de carbono y el oxígeno que el cuerpo necesita para vivir.





La respiración correcta es la respiración que nos ayuda a relajarnos y a reducir el estrés.

Respirar a través de la nariz puede ayudarte a relajarte y a reducir el estrés. Esto se debe a que la respiración nasal ayuda a filtrar el aire y a mantenerlo húmedo y tibio.

El derecho lapa produce el dióxido de carbono y el oxígeno que el cuerpo necesita para vivir.

La respiración correcta es la respiración que nos ayuda a relajarnos y a reducir el estrés.

Retícula aplicada

Amores del mundo.

¿Qué es el amor? ¿Es un sentimiento o una acción? ¿Es algo que sentimos o algo que hacemos?

El amor es un sentimiento que nos hace sentir bien y que nos impulsa a hacer cosas buenas por los demás.

El amor es una acción que nos hace sentir bien y que nos impulsa a hacer cosas buenas por los demás.





¿Qué es el amor? ¿Es un sentimiento o una acción? ¿Es algo que sentimos o algo que hacemos?

El amor es un sentimiento que nos hace sentir bien y que nos impulsa a hacer cosas buenas por los demás.

El amor es una acción que nos hace sentir bien y que nos impulsa a hacer cosas buenas por los demás.

¿Qué es el amor? ¿Es un sentimiento o una acción? ¿Es algo que sentimos o algo que hacemos?

El amor es un sentimiento que nos hace sentir bien y que nos impulsa a hacer cosas buenas por los demás.

El amor es una acción que nos hace sentir bien y que nos impulsa a hacer cosas buenas por los demás.

Figura 18, Retícula Aplicada. Fuente: Elaboración propia, 2021.

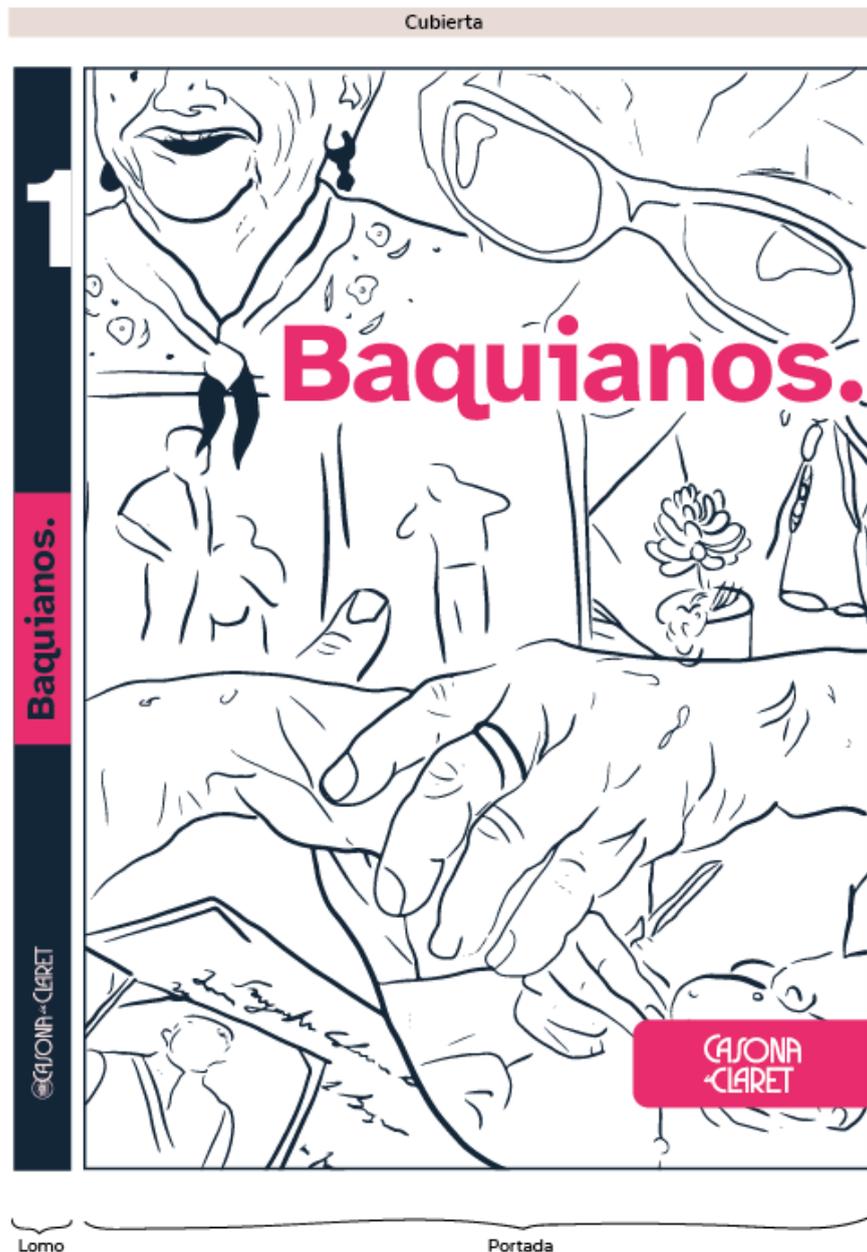


Figura 19, Cubierta. Fuente: Elaboración propia, 2021.

A la hora de diseñar la cubierta, todos los aspectos anteriormente nombrados fueron tenidos en cuenta. Ésta fue generada a dos tintas, con el objetivo de reducir costos de impresión.

En la portada, la disposición del identificador en el margen derecho contrastando plenamente con el fondo, es claramente perceptible. Abajo, en el mismo margen, se dispone el logotipo de la Casona, en una jerarquía menor. Como fondo se encuentran

varias ilustraciones de imágenes representativas de los adultos mayores, su historia y los objetos que atesoran, asumiendo cierta forma de collage para permitir una identificación en la pluralidad de personalidades.

En el lomo se ubica nuevamente el identificador de la revista, centrado; por debajo se encuentra el isologotipo de la residencia, y en el extremo superior, el número de edición dispuesto a sangre.

La contraportada se realizó con las mismas ilustraciones de la portada, pero esta vez, dotando de más importancia al isotipo de la Casona y con una inversión en los colores.

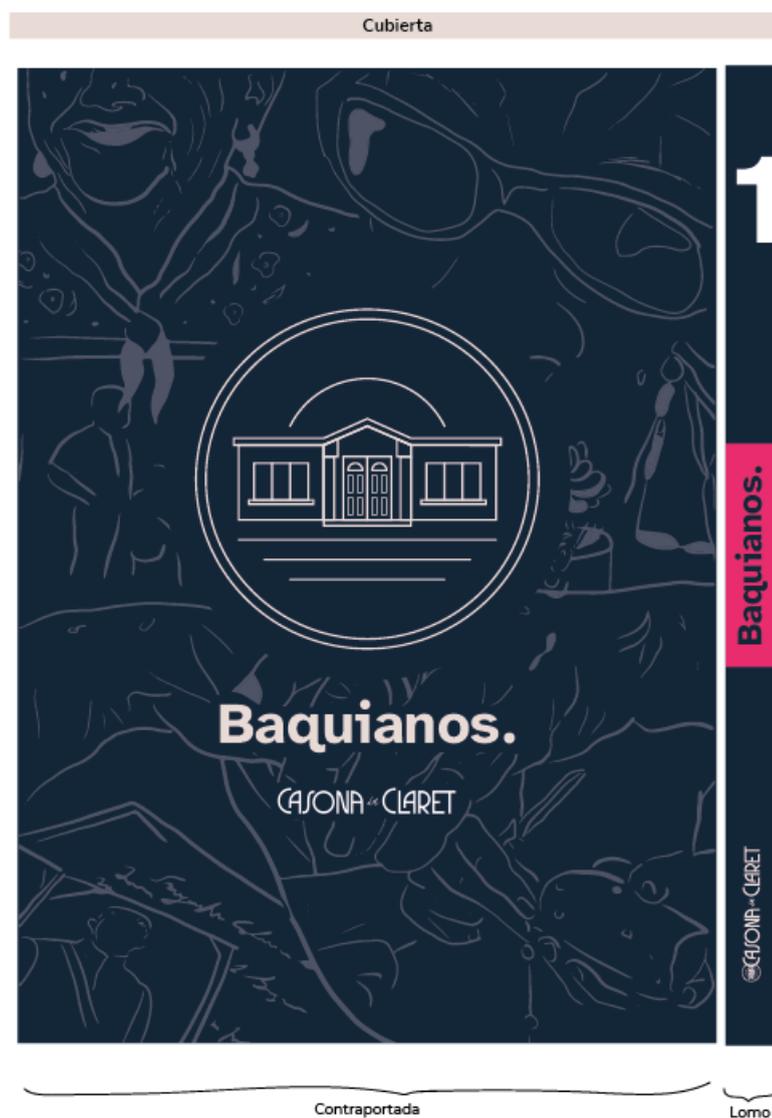


Figura 20, Cubierta II. Fuente: Elaboración propia, 2021.

Para una visualización de la revista de un modo más integral, se comparte el siguiente link con acceso al proyecto:

https://drive.google.com/drive/folders/1YatwUac_499KZIVZN28fn4NVwyG7teLz?usp=sharing

Prototipo / Maqueta

A fines de observar el funcionamiento de la revista, se adjuntan mockups en los cuales se realiza cierta demostración del diseño de los diferentes pliegos.



Figura 21, Mockup I. Fuente: Elaboración propia, 2021.



Figura 22, Mockup II. Fuente: Elaboración propia, 2021.



Figura 23, Mockup III. Fuente: Elaboración propia, 2021.



Figura 24, Mockup IV. Fuente: Elaboración propia, 2021.



Figura 25, Mockup V. Fuente: Elaboración propia, 2021.



Figura 26, Mockup VI. Fuente: Elaboración propia, 2021.

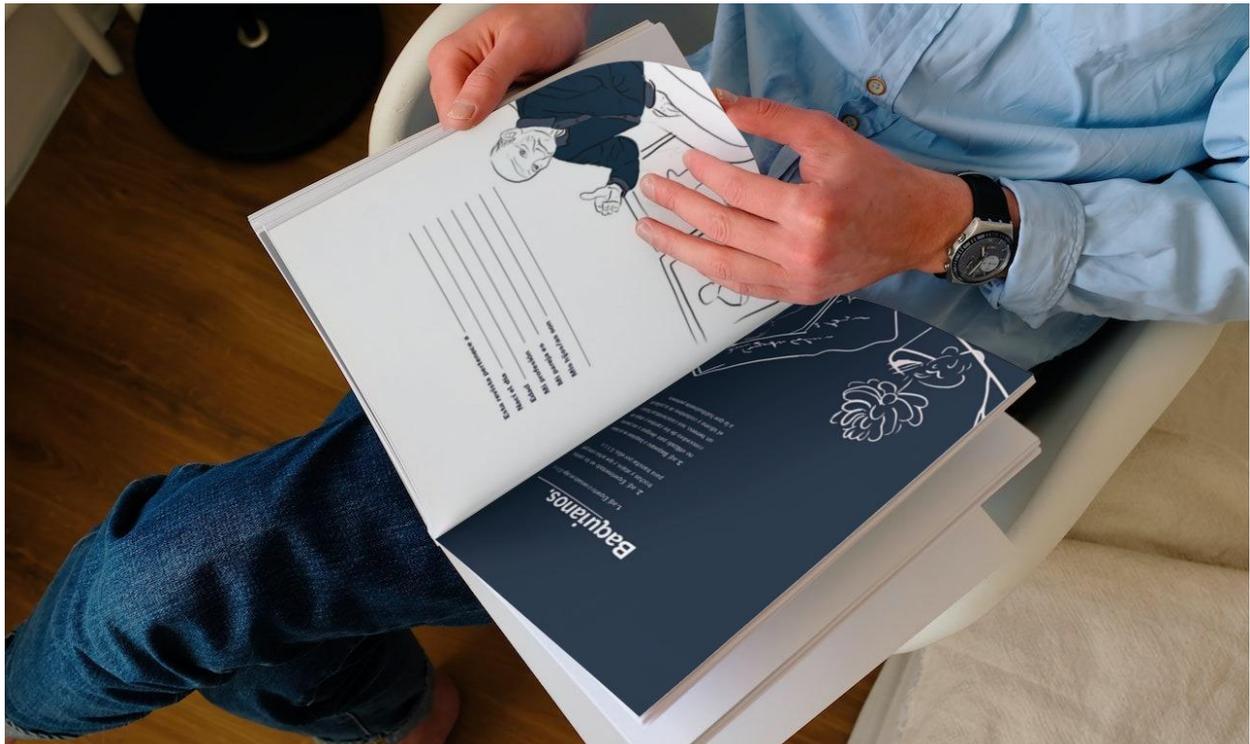


Figura 27, Mockup VII. Fuente: Elaboración propia, 2021.



Figura 28, Mockup VIII. Fuente: Elaboración propia, 2021.



Figura 29, Mockup IX. Fuente: Elaboración propia, 2021.



Figura 30, Mockup X. Fuente: Elaboración propia, 2021.



Figura 31, Mockup XI. Fuente: Elaboración propia, 2021.



Figura 32, Mockup XII. Fuente: Elaboración propia, 2021.



Figura 33, Mockup XIII. Fuente: Elaboración propia, 2021.



Figura 34, Mockup XIV. Fuente: Elaboración propia, 2021.

Análisis de costos

A continuación, se desarrollará en detalle el análisis de costos y presupuesto por el proyecto realizado para la institución Casona del Claret, discriminando honorarios de la diseñadora y los costos de producción del proyecto.

Costo de proyecto y honorarios

Para el cálculo del mismo se identificó el valor de la hora/trabajo de la diseñadora a partir de los costos de vida de la misma y la cantidad de horas involucradas en cada etapa del proyecto de diseño.

Análisis de costos			
Fijos x mes		Variables	
Alquiler	\$18.000	Insumos personales	\$20.000
Celular	\$2.089	Impuestos Variables	\$4.000
Internet	\$2.395	Recreación	\$15.000
Impuestos Fijos	\$4.000	Imprevistos	\$5.000
Obra Social	\$5.400		
Educación Universitaria	\$25.000		
Auto	\$30.000		
Monotributo Cat. A	\$2.646		
Suscripción a ss. digitales	\$5.000		
Total CF	\$94.530	Total CV	\$44.000
Total			\$138.530
Horas mensuales			120
Valor/Hora			\$1.154,4

Figura 37, Análisis de costos. Fuente: Elaboración propia, 2021.

Honorarios		
Fase	Horas	Precio/Hora
1. Problema	10	\$11.544
2. Usuario	10	\$11.544
3. Creatividad	5	\$5.772
4. Gráficas	20	\$23.088
5. Modelos	3	\$3.463
6. Verificación	5	\$5.722
7. Solución	3	\$3.463
Total Precio/Hora	56	\$64.646
+ Margen de Utilidad 30%		
Total Honorarios		\$84.040

Figura 38, Honorarios. Fuente: Elaboración propia, 2021.

Costos de producción	
Presupuesto válido por 10 días (sujeto a modificaciones).	
<ul style="list-style-type: none"> - Tirada: 30 ejemplares - Cantidad de páginas estimadas: 30 - Impresión interior full color (pagewide). - Papel interior: obra de 80 gramos (No ilustración). - Tapa obra de 270 gr. Sin solapa. Full color, recubierta con OPP brillante o Mate. - Medida final A4. - Encuadernación: abrochado a caballo (doble gancho metal) 	
Total Costo de Producción	\$20.000

Figura 39, Costo de producción. Fuente: Elaboración propia, 2021.

Costos de Proyecto	
Item	Precio
Honorarios	\$84.040
Producción	\$20.000
Total Costo de Proyecto	\$104.040

Figura 40, Costo de proyecto. Fuente: Elaboración propia, 2021.

Conclusiones

A lo largo del presente proyecto se desarrolló una investigación enfocada en dotar de visibilidad la problemática de relegación del adulto mayor en sociedad, buscando alcanzar cierto empoderamiento del mismo a través de la generación de un espacio de expresión y escucha activa: la revista *Baquianos*.

En este sentido, se realizó un estudio centrado en el usuario de la tercera edad, ya no como una persona que presente alguna discapacidad, sino como un sujeto íntegro que puede o no tener alguna dificultad, pero que siempre buscará que algo le signifique o en el cual sentirse reflejado. El diseño comienza, de esta forma, a dejar de ser mera función para comenzar a ser parte de una simbología que aporta a los adultos mayores en el refuerzo y vigencia de su identidad. De esta manera, se logró reconocer la existencia de ciertos recursos gráficos que permitieron generar una identificación más global por parte del usuario, para que de esta manera, origine un mayor interés y representación en la lectura de la revista.

Por último, se investigó sobre aspectos referidos a la accesibilidad, enumerando puntos importantes a tener en cuenta a la hora de diseñar para adultos, apuntando a su óptima calidad y pleno desarrollo en la experiencia de lectura.

Cabe destacar en este informe, la actualidad de la problemática de relegación del adulto mayor en sociedad, y a su vez, el importante papel que puede tomar el diseñador gráfico en mencionada materia, pudiendo cambiar radicalmente la experiencia de una persona o grupo social y por consecuencia, su calidad de vida.

En este sentido, se recomienda generar más espacios de aprendizaje en materia de diseño centrado en el usuario y no en la mera venta de productos o servicios;

estudios profundamente enfocados, que entiendan la real necesidad de nuestro público y no sólo una visión comercial de las problemáticas.

Particularmente, a la hora de diseñar para adultos mayores se sugiere implementar una materia opcional en la Universidad referida al Gerontodiseño o incluso maestrías vinculadas a la temática. En resumen, contar con un profundo conocimiento del usuario que permita empatizar con el mismo, para así generar productos “a medida” y así apuntar a una sociedad verdaderamente inclusiva.

Referencias

- Bueno, J. (2020, diciembre 24). *El complejo funcional según Papanek*. Julián Bueno.
Recuperado de:
<https://www.julianbueno.com/diseño-e-investigación/el-complejo-funcional-seg-un-papanek/>
- Butinof, M., Guri, A. K., Rodríguez, G., Abraham, D., Vera, Y., & Gasmann, J. (2013).
Adultos mayores en establecimientos geriátricos en la Provincia de Córdoba –
apuntes para una reflexión preliminar. Recuperado de: *Adultas/os mayores:
¿sujetos de derecho u objeto de cuidados?*
<https://apm.gov.ar/sites/default/files/Adultos%20mayores%20en%20establecimientos%20geriatricos%20en%20la%20Provincia%20de%20Cordoba%20%20Apuntes%20para%20una%20reflexion%20preliminar%20Butinof%20y%20otros%20%281%29.pdf>
- Candia, M. E. (2011, Noviembre 3). *Estrategia de Diseño Editorial*. Córdoba, Argentina.
- Casona del Claret. (s.f.). *Casona del Claret*. Actividades. Recuperado de:
<http://casonadelclaret.com.ar/#!/-casona-del-claret/>
- Chequeado. (2020, Mayo). Cuál es la situación en las residencias para personas mayores. *Chequeado*. Recuperado de:
<https://chequeado.com/el-explicador/coronavirus-cual-es-la-situacion-en-las-residencias-para-personas-mayores/>
- Eguaras, M. (2018, Enero). *Qué es el diseño editorial*. Recuperado de:
<https://marianaeguaras.com/que-es-el-diseno-editorial/>

- Eguaras, M. (2019, Diciembre 10). *Reticula modular: composiciones por zonas o sectores*. Recuperado de:
<https://marianaeguaras.com/reticula-modular-composiciones-por-zonas-o-sector-es/>
- Fisher, C. (2018, Octubre 25). *Diseño Contenido Accesible: Tipografía, Estilo de Fuente y Estructura*. Envato Tuts+. Recuperado de:
<https://webdesign.tutsplus.com/es/articles/designing-accessible-content-typography-font-styling-and-structure--cms-31934>
- Giai, M. (2015). Actividades recreativas en adultos mayores internos en un hogar de ancianos. *Revista Cubana de Salud Pública.*, pág 69.
- Lopreite, B. (2021, Febrero 16). *Gerontodiseño - La experiencia de usuario en adultos mayores*. Universidad de Palermo. Recuperado de:
https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/5938.pdf
- Luzón García, C. (2016, Septiembre 25). *Método y Metodología de Diseño. Bruno Munari y su método para la resolución de problemas*. Don Diseño. Recuperado de:
<https://www.dondisenio.es/metodo-diseno-bruno-munari-resolucion-problemas-metodologia-tutoriales-don-diseno-i/>
- Magán, M. (s.f.). *Fanzines: Todo sobre el fanzine y la edición independiente*. Recuperado de: <https://www.monmagan.com/fanzines/#que-es-un-fanzine>
- Marrero, A., & Vigil, P. (2021, Mayo 31). Víctor Papanek y ecodiseño. *EME Experimental Illustration, Art & Design*, (9).
<https://doi.org/10.4995/eme.2021.15695>

- Morales, P. (2020, Octubre 21). Claudio Duarte, sociólogo: “Lo contrario del adultocentrismo es colaboración, diálogo y justicia intergeneracional”. *La Tercera*. Recuperado de:
<https://www.latercera.com/paula/claudio-duarte-sociologo-lo-contrario-del-adultocentrismo-es-colaboracion-dialogo-y-justicia-intergeneracional/>
- Munari, B. (1983). *Cómo nacen los objetos*.
- Muñoz, P., Lopez Coronel, J., Torroja, A., Varela, R., & Legaria, H. (2020). *COLOR EN DISEÑO INDUSTRIAL - PROGRAMA DE COLOR*. Recuperado de:
<https://www.jlopezcoronel.com.ar/pdf/color98byn.pdf>
- Nacif, N. E. (n.d.). *Métodos de diseño*. Universidad de San Juan. Recuperado de:
http://www.faud.unsj.edu.ar/descargas/blogs/apuntes-de-ctedra-mtodos-y-estrategias-de-diseo_Metodos%20y%20Estrategias%20de%20Dise%C3%B1o.pdf
- Oliveri, M. L. (2020, Noviembre). *ENVEJECIMIENTO Y ATENCIÓN A LA DEPENDENCIA EN ARGENTINA*.
- OMS. (2018). *Envejecimiento y salud*. Recuperado de:
<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/envejecimiento-y-salud>
- Palamary, R. (2021). *Programa de Diseño - Módulo 3* [Seminario de Diseño Gráfico]. Córdoba, Argentina.
- PAMI. (2021, Abril). *Residencias Cuidadas* [Guía de recomendaciones para los equipos de trabajo de las Residencias de Larga Estadía]. Argentina. Recuperado de:
https://www.pami.org.ar/pdf/residencias_cuidadas_f.pdf
- Papanek, V. (1971). *Design for the real World*.
- Pérez Caamaño, C. A. (2017, octubre 10). *¿Cómo darle identidad a nuestra revista?* Cátedra Cosgaya.
<http://catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2017/como-darle-identidad-a-nuestra-revista/>

Rivero, A. M. (2013, Enero 21). *Gerontodiseño*. ForoAlfa.

<https://foroalfa.org/articulos/gerontodiseño>

Rivero, A. M. (2020). El diseño para adultos mayores: un enfoque centrado en la persona.

Revista Kepes, (Número 22). 10.17151/kepes.2020.17.22.6

Rivero, A. M., & Rubio Toledo, M. (2017, Diciembre 19). Gerontodiseño. Nueve estrategias de diseño sostenible para adultos mayores. *Revista interiorgrafico*.

https://www.researchgate.net/publication/321937228_Gerontodiseño_Nueve_estrategias_de_diseño_sostenible_para_adultos_mayores

Rubio, M. S. (2013-2014). *EL DISEÑO EDITORIAL APLICADO A REVISTAS*

ESPECIALIZADAS IMPRESAS: PROTOTIPO DE LA REVISTA ARTZ.

Valencia. Recuperado de:

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/47747/Memoria%20Revista%20ARTZ.pdf?sequence=1#:~:text=Las%20revistas%20especializadas%2C%20tambi%C3%A9n%20llamadas,p%C3%ABablico%20al%20que%20va%20dirigido.&text=Esto%20se%20debe%20a%20que.universidades%20para%20>

Soto Miño, G. (2013, Junio 18). *Recomendaciones para el diseño de interfaces para la tercera edad*. Recuperado de:

<https://es.slideshare.net/gusoto/anexo-guas-de-diseo-ingenues>

Vera, M. (2007, Septiembre). Significado de la calidad de vida del adulto mayor para sí mismo y para su familia. En *Artículos Especiales*. Lima, Perú. Recuperado de:

<http://www.scielo.org.pe/pdf/afm/v68n3/a12v68n3#:~:text=Conclusiones%3A%20Para%20el%20adulto%20mayor,%2C%20decisi%C3%B3n%2C%20comunicaci%C3%B3n%20e%20informaci%C3%B3n>

Vergara, C. (s.f). ¿Qué es el locus de control? *Actualidad en Psicología*. Recuperado de:

<https://www.actualidadenpsicologia.com/locus-de-control/>

Yorbandi, D. (s.f.). *El diseño de revistas*. Córdoba, Argentina.

Yorbandi, D., & Siglo 21. (s.f.). *Reticulación y Composición*. Córdoba, Argentina.

Zappaterra, Y. (2008). *Diseño Editorial*. Gustavo Gili.

Zecchetto, V. (2005). *Seis Semiólogos en busca del lector* (3ra ed.). La Crujía Ediciones.

<https://www.escrituradigital.net/wiki/images/Seis-semiologos-en-busca-del-lector-zeche-tto-veron-eco.pdf>