



EL DISEÑO GRÁFICO EDITORIAL



El diseño gráfico editorial por Belkis Camacaro - UCAB, está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Conocer cómo aplicar el diseño gráfico al mundo editorial a partir de la regulación de los elementos gráficos y visuales que se establecen en el manual gráfico con la finalidad de orientar el trabajo del diseñador gráfico en una editorial.



TABLA DE CONTENIDO

- 
- > Introducción
 - 01** Usos del logotipo
 - 02** Tipografía
 - 03** Color
 - 04** Matriz de diseño y diagramación
 - > Cierre
 - > Referencias



En este tema hallarás los aspectos fundamentales que te servirán para conocer cómo se concibe el **proceso de maquetación y composición de publicaciones** para el logro de armonía entre los elementos fundamentales del diseño gráfico editorial, a saber, texto, imagen, diseño y diagramación a fin de proporcionar una personalidad que pueda comunicar al público lector un contenido visual utilizando un diseño y herramientas para la elaboración de diversas publicaciones, con un buen resultado gráfico y editorial desde una perspectiva profesional.



Las publicaciones editoriales, en opinión de Guerrero (2016), tienen como objetivo **comunicar y transmitir una idea** o narración mediante la organización y presentación de imágenes con textos. Adicionalmente, pueden desempeñar diversas funciones, por ejemplo, "dotar de expresión y personalidad al contenido con la finalidad de atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida" (p.30); sin embargo, se requiere que posean un valor estético, que permita darle un impulso comercial a la publicación.

Otro aspecto a considerar en la creación de un producto editorial consiste en el logotipo y su uso, y al respecto Harada (2014) expresa que "el término logotipo o logo se refiere a nombres propios, completos o abreviados, y, por consiguiente, a letras, cifras y palabras escritas con cierta clase de fuente" (p. 37-38). Harada (2014) lo simplifica al expresar que el "**logotipo = nombre + diseño**" (p.38) (ver Figura 1).



Fuente: (1) Ejemplos de logotipos. Adaptado de Harada (2014)

Por otra parte, cabe destacar que en el mercado editorial, el **logotipo** por lo general es el mismo que el del sello editorial, y en ese sentido, opina Orozco (2003) que el logotipo "debe sintetizar gráficamente el espíritu del proyecto y expresar el estilo de los tiempos" (p.63), por tal motivo, se suelen indicar en los manuales de identidad gráfica o visual los colores, versiones, dimensiones y cualquier otra especificación.

En tanto que un **isotipo**, según Harada (2014), es "un símbolo pictográfico, un ícono o, en general, una imagen que acompaña a los logotipos, pero que es diferente de estos, pues no incluye caracteres, números o voces, sino que es algo puramente visual" (p.38). Por eso, un isotipo puede ser reconocido y comprendido, pero no pronunciado: esa es la diferencia con respecto al logotipo, por lo cual, el autor concluye que un isotipo es "un identificador visual o gráfico compuesto (exclusivamente) por imágenes" (p. 38).



Los isotipos, según Harada (2014), pueden ser figurativos o abstractos. Los **isotipos figurativos** representan, en opinión del autor, "un aspecto reconocible de la realidad o son fácilmente asociables a personas, animales, objetos, entre otros, debido al hecho de que se encuentran dibujadas siluetas y contornos, pues se eliminan todos los rasgos innecesarios para la identificación visual" (p. 38) (ver Figura 2).



Fuente: (2) Ejemplos de isotipos figurativos. Adaptado de Harada (2014)

Con respecto a los **isotipos abstractos**, expresa Harada (2014), que son "aquellos en los que no existe una relación evidente con algún aspecto de la realidad visible, pues lo que se trata de sugerir o provocar con ellos son ideas, conceptos, valores o emociones" (p.40). Se trata de un símbolo que la RAE (como se citó en Harada, 2014) define como "representación sensorialmente perceptible de una realidad, en virtud de rasgos que se asocian con esta por una convención socialmente aceptada" (p. 41) (ver Figura 3).



Fuente: (3) Ejemplo de logotipo e isotipo. Adaptado de Harada (2014)

Otros términos que conviene tener en cuenta son los **imagotipos e isologos**, y al respecto Harada (2014) opina que "se habla de imagotipo, también llamado logosímbolo, cuando lo que hay es un logotipo y un isotipo acoplados, pero claramente diferenciados" (p. 44). Por ejemplo, uno se encuentra arriba y el otro abajo o uno a la derecha y el otro a la izquierda, de manera que pueden funcionar y ser utilizados por separado (ver Figura 4).



Fuente: (4) Ejemplos de imagotipo. Adaptado de Harada (2014)

En síntesis, de acuerdo al autor, el logotipo consiste en letras o cifras sin ícono o imagen, en tanto que el isotipo se fundamenta en íconos o imágenes sin letras o cifras, mientras que el imagotipo consiste en una combinación de un logotipo con un isotipo, es decir, de letras o cifras con íconos o imágenes, pero como elementos separados.

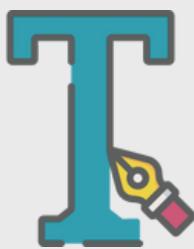


La **tipografía es otro elemento que junto al logotipo también forma parte del manual de diseño gráfico** y su importancia ha llegado hasta tal punto que influye en el mensaje, tal y como lo expresa Gutiérrez (2003). Al respecto Morison (citado por García et al., 2014), expresa que la tipografía es el arte de disponer correctamente el material de imprimir, de acuerdo con un propósito específico: el de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto escrito verbalmente. De acuerdo a ello, el autor, puntualiza que la tipografía se refiere "al método de impresión que hace uso de tipos, en contraposición a otros métodos existentes, como impresión offset, impresión digital, etc" (p. 34).



Por otra parte, es importante **considerar el aspecto de los textos**, sobre todo si estamos hablando de formatos electrónicos, ya que de ello depende la buena experiencia del lector con el texto. Por tal motivo, Gutiérrez (2003) opina que es muy importante cuidar el aspecto de los textos que aparecerán en pantalla y sugiere "huir de tipos de letra poco legibles y tratar de elegir una fuente cuyo aspecto esté en la línea de la temática que se expone y de nuestros objetivos comunicativos y educativos" (p.103). En tal sentido, te podría surgir la siguiente interrogante: ¿qué tipografía se debería elegir, especialmente si se trata de un libro impreso?

En función de lo anteriormente planteado, García et al. (2014), expresan que existen aspectos que además de la tipografía confieren legibilidad al texto, entre ellos se encuentran "la luminosidad del blanco del papel, el ancho de las columnas, el tamaño o cuerpo de los caracteres, el espaciado que hay entre ellos o interletraje, el espacio entre línea y línea o interlineado y el color, entre otros" (p.35).



Ante ello, recomiendan los citados autores el uso de **tipografías serif** para "textos impresos extensos, como libros, periódicos y revistas, ya que facilitan la lectura porque crean en el ojo la ilusión de una línea horizontal" (García et al., 2014), por tal motivo, ten en cuenta este detalle porque crea en el lector una experiencia agradable.

Por otra parte, los referidos autores así como sugieren el uso de tipografías serif, también recomiendan que en páginas web "deben emplearse las **tipografías sans serif** porque se distinguen de mejor manera sobre una pantalla" (García et al., 2014). Este aspecto es muy importante porque las tipografías sans serif o de palo seco, como también se les conoce, son fáciles de leer al haber espacio entre ellas, son muy actuales, frescas y captan la atención del lector.

Como cada tipografía tiene su propósito, así tenemos que las tipografías serif son decoradas, mientras que las sans serif son si se quiere planas, en tanto que con las tipografías *script* se debe tener cierta prudencia con su uso porque ciertamente son muy bonitas y elegantes, pero a veces entorpecen la lectura, usa este tipo de tipografía para cosas muy específicas. En el caso de las tipografías *graphic* la sugerencia es no emplearla en textos grandes: como es muy decorada y fantasiosa se usa con fines muy específicos; las tipografías monospace, por su parte, poseen el mismo ancho entre caracteres.

Conviene señalar que los referidos autores opinan que "una misma fuente puede presentar variaciones, es lo que se conoce como **familia tipográfica**, a saber, regular, itálica y bold que sirven para llamar la atención del lector" (García et al., 2014) (ver Figura 5).

Georgia (regular o redonda)
Georgia (itálica o cursiva)
Georgia (bold o negrita)

Fuente: (5) Ejemplos de familias tipográficas.
Elaboración propia (s.f.)

En lo referente a la elección tipográfica, según García et al. (2014), **no existe un estándar que se pueda aplicar para los libros**, ya que ello depende del tamaño del mismo, del ancho de las columnas y de los márgenes, y de la tipografía misma, porque cada letra ocupa un espacio diferente en la línea. A ello agregan que, generalmente, un cuerpo de letra entre 12 y 13 es un tamaño correcto, respetando el interlineado por defecto de la tipografía, sin embargo, si se desea que el libro sea más extenso se estila aumentar el interlineado y así ganar espacio página a página, pero conviene tener presente la cantidad de caracteres que entran en un renglón de texto. Por ello se recomienda que sea entre 60 y 80 caracteres por renglón, "ya que la vista debe realizar frecuentes saltos de línea para leer un libro y en los renglones largos el ojo debe realizar un recorrido excesivamente largo que termina cansando la lectura" (p.36).





El color es un aspecto fundamental en el diseño gráfico editorial, ya que **permite establecer simbolismos**; de ahí que el uso del color se considere con toda la seriedad que ello requiere en la labor del día a día en las editoriales, tanto en logotipos como en el producto editorial, pues no solamente se trata de identidad corporativa, sino de imagen y de un mundo de sensaciones y percepciones que despierta o suscita en el lector. Pero ¿qué es el color? Según Blanc (2021), "el color es una experiencia sensorial visual, provocada por la luz al reflejarse en un objeto. Cada objeto absorbe una cantidad de luz, o propiamente dicho, del espectro lumínico" (Blanc, 2021, sección ¿Qué es el color?, párr. 1).

En lo referente al color hay que considerar el tono, la luz, la intensidad del color y los colores primarios y secundarios. Este último aspecto es el que reviste mucho interés en el diseño gráfico editorial, ya que utilizamos con mucha frecuencia algo que se denomina impresión por cuatricromía. De acuerdo a Blanc (2021), en diseño gráfico "hay muchos modelos de colores primarios, pero los más usados y con menos limitaciones son el modo de **color RGB y CMYK**" (Blanc, 2021, sección Características y Significados del Color en el Diseño Gráfico, párr. 4).

El color, como se explicó anteriormente, es una impresión producida por nuestro sentido de la visión; por ello los colores tienen diferentes significados y están vinculados a diversas emociones. Sin embargo, cuando llega el momento de la impresión, no solo debemos considerar el simbolismo del color, sino que hay que decidir qué técnica de impresión es más conveniente.

A veces nos gustaría trabajar en impresión a seis u ocho colores o hasta con Pantone porque deseamos una riqueza cromática muy variada de colores luminosos, pero en la práctica se ha podido constatar que resulta costoso y, por lo general, se trabaja con cuatricromía, que produce excelentes resultados. Al respecto Blandino (2019) afirma que "esta técnica de impresión se denomina cuatricromía porque se basa en el uso de cuatro colores, los llamados colores CMYK" (Blandino, 2019, sección Impresión en cuatricromía: ¿cómo funciona?, párr. 1). La impresión cuatricromía, de acuerdo a Blandino "mezcla cuatro colores: cian (*cyan* en inglés), magenta (*magenta*), amarillo (*yellow*) y negro (*key*). De las iniciales inglesas nace la ya famosa sigla CMYK" (Blandino, 2019, sección ¿Cómo funciona la impresión en cuatricromía?, párr. 1).



La impresión en cuatricromía actualmente goza de mucha popularidad, ya que según Blandino "mediante el uso de estos colores, se puede reproducir en papel casi el 70% de los colores visibles por el ojo humano" (Blandino, 2019, sección Impresión en cuatricromía: ¿cómo funciona?, párr. 1), y en opinión de García et al. (2014), "en el modo CMYK, a cada píxel se le asigna un valor de porcentaje para las tintas de cuatricromía, (Azul ciano o *Cyan*, Rojo Magenta, Amarillo o *Yellow*, y Negro o *Black*)" (p. 45).

Por otra parte, en publicaciones digitales suele utilizarse RGB, que en inglés significa *Red, Green, Blue* y en español se traduce como rojo, verde y azul. Al combinarse dan diversas tonalidades y matices, esa es la razón por la cual en la imprenta, según Tavares (2017), no solamente hablan de cuatricromía, sino de:

- a) monocromía: una tinta (negra);
- b) bicromía: dos tintas;
- c) tricromía: tres tintas;
- d) cuatricromía: cuatro tintas (CMYK);
- e) bitono; dos tonos en una misma tinta;
- f) diapositiva: impresión en negativo;

g)	duotonos: reproducción de una imagen a dos tintas;
h)	sobreimpresión: impresión de un elemento sobre otro.

Lo anteriormente expresado se traduce, según García et al. (2014), en un código para identificar los colores a fin de facilitar la comunicación e impedir que se cometan errores, y comentan, a manera de ejemplo, que cuando le digamos el impresor "quiero imprimir en color rosa 1767C", el resultado será justo el que deseamos; podría suceder que si el cliente dice que el fondo del dibujo es de color verde, estaríamos en capacidad de mostrarle el **Pantone** con la finalidad que pueda seleccionar el tono de verde que tiene en mente, que además es exacto.





Toparse con un libro y hojearlo, luce muy sencillo y cotidiano, es algo que con cierta frecuencia hacemos; pero observar con atención las ilustraciones o imágenes y ciertos detalles que van de la mano del texto, tales como el color, disposición del texto, la portada, el tipo de papel, entre otros, hace que centremos nuestra atención y efectivamente leamos el libro. Pero existe otro aspecto no menos importante: la **diagramación o maquetación**, que de acuerdo a Ramírez (2013), consiste en "organizar en un espacio, contenidos, visuales y en algunos casos audiovisuales en medios impresos y electrónicos como libros, diarios y revistas" (Ramírez, 2013), es decir, **distribuir los elementos** en un espacio determinado de la página.

La diagramación o maquetación profesional, en opinión de Egularas (2015), "no se limita a colocar el texto y objetos, ya que requiere de una pericia específica que mezcla conceptos del diseño gráfico, el diseño editorial y la edición, además del sentido común" (Egularas, 2015, párr. 3), en su opinión, la citada autora expresa que consiste en "maquetar, componer, diagramar, los elementos textuales y gráficos que componen el contenido de la publicación" (Egularas, 2015, párr. 3), conforme a un diseño previo en donde realizar la labor, lo cual implica, según Egularas (2015), tener el diseño de la maqueta por un lado, y por el otro, la composición de la misma.

En función de lo anteriormente expresado, cabe señalar que en algunas las editoriales, **el diseñador y el maquetador no son la misma persona**, pero otras editoriales optan por hacer recaer las labores del diseñador y maquetador en un mismo profesional, y al respecto Egularas (ob.cit.), expresa que ambas tareas son desarrolladas por un solo profesional y que estas funciones suelen estar divididas en dos departamentos, en tal sentido, la tarea del diagramador o maquetador, según la referida autora, se fundamenta en "componer el contenido sobre las páginas de acuerdo a lo estipulado por el diseño. Y hacer que esa composición posea lógica y armonía editorial" (Egularas, ob.cit. sección qué hace el diseñador y qué el maquetador, párr. 6).





La diagramación o maquetación profesional, puede hacerse según Egularas, teniendo presentes **cinco (5) principios:**

A

Doble página, donde según Egularas "deben considerarse las dos páginas, la izquierda al lado de la derecha, sobre todo para establecer los márgenes y ubicar el folio explicativo y la numeración de página, a fin de evitar problemas de espacio para la encuadernación y otorgar unidad visual a la publicación" (Egularas, 2015, sección Doble Página, párr. 2) (ver Figura 6).

B

Retículas y márgenes, que según Egularas, "existen varios sistemas por los cuales se establece una retícula para un libro, y expresa que este trabajo consiste en definir en tamaño de los márgenes y el espacio resultante para la caja de texto" (Egularas, 2015, sección Retículas y Márgenes, párr. 1) (ver Figura 6).

C

Cuadrícula o rejilla base, en InDesign, un software especializado en maquetación y diseño se distinguen, según Egularas, dos (2) cuadrículas, a saber, una base y otra del documento, y a ello añade la referida autora que es "fundamental utilizar la cuadrícula o rejilla base para que las páginas encajen visualmente de manera armoniosa, para que no queden las líneas de una página desniveladas respecto a la otra" (Egularas, 2015, sección Cuadrícula o Rejilla Base, párr. 1), y a ello añade que "todas las páginas de un libro deben tener la misma cantidad de renglones y estar situados a la misma altura" (Egularas, 2015, sección Cuadrícula o Rejilla Base, párr. 2) (ver Figura 6).





D

Última línea base. este principio se relaciona con el hecho de no terminar las páginas en la última línea y ello aunque no lo creas afecta la elegancia y la estética de cualquier libro, por muy bueno que sea. De ahí que Eguaras exprese que "todas las páginas deben cerrar en la última línea base de la cuadricula" (Eguaras, 2015, sección Última Línea Base, párr. 1). La única excepción para que las páginas no terminen en la misma línea consiste en el final de un capítulo, allí sí que está permitido que la página en donde culmina el capítulo termine por encima de la última línea base, pero de resto no es recomendable ir contra esta norma. Eguaras expresa que "no es propio de una maquetación profesional que algunas páginas terminen una o dos líneas por encima de esta línea base; independientemente de si se maqueta en Word o en InDesign" (Eguaras, 2015, sección Última Línea Base, párr. 2) (ver Figura 6).

E

Viudas y huérfanas. este principio es aplicable a la última línea del párrafo que por un error en la maquetación quedó aislada, sola, iniciando una página: es lo que se conoce en diseño editorial como viuda. Desde el punto de vista estético resta elegancia al libro y se traduce en una incomodidad al leer porque el lector podría llegar a sentir que falta algo, o simplemente vuelve a la página anterior para verificar si la línea que quedó sola pertenece al párrafo que cierra esa página (ver Figura 6).

Si llegas al final de la página y decides empezar un párrafo allí, por supuesto que tendrás que continuar en la siguiente página, este fenómeno se conoce como línea huérfana porque quedó sola finalizando una página, pero abriendo un párrafo, que tampoco es recomendable hacer porque sucede lo mismo que con la línea viuda, y hasta peor porque comienzas el párrafo y después se produce un corte, porque el lector debe detener la lectura para seguir leyendo en la siguiente página el desarrollo del párrafo que se abrió en la última línea de la página anterior (ver Figura 6).

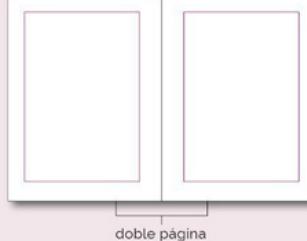


Te estarás preguntando por qué no se debe realizar la maquetación con líneas viudas y huérfanas y la razón reside en que **todas las páginas no coinciden al mismo nivel**, es decir, en la última línea de la página. Por favor no pases por alto el principio de la línea base, tan importante y delicado que Eguaras expresa que "las viudas y huérfanas harán que no todas las páginas cierren perfectamente en la última línea base" (Eguaras, 2015, sección Viudas y Huérfanas, párr. 2).

En función de lo anteriormente expresado, las líneas viudas y huérfanas resultan aburridas para el lector y sobre todo si se convierte en algo reiterativo durante la lectura del libro: tal vez una viuda y huérfana en una página de un total de cien páginas que tenga el libro podría ser insignificante para el lector, pero que esta práctica se repita en todo el libro ya sería un atentado contra una buena, grata y placentera experiencia del lector. En todo caso **no debe ocurrir ni en una página**, recuerda que el libro es para el lector.

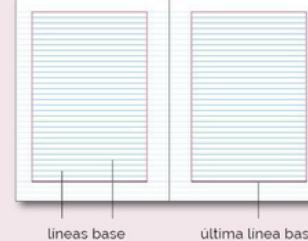
Principios básicos de una maquetación profesional de libros impresos

1 DOBLE PÁGINA



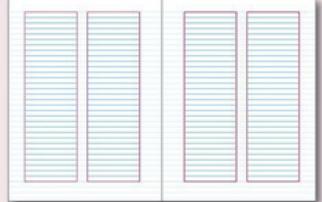
doble página

2 RETÍCULAS MÁRGENES



líneas base

última línea base



composición de doble página a dos columnas

3 CUADRÍCULA REJILLA BASE

viuda y huérfana	renglón blanco
esta disposición a matar a otro sin humanidad. Los años siguientes me encontraron en la trama de combate entre a nivel laboral y profesional. Me casé un poco antes de los 30 años, tuve dos hijos y, posteriormente, viví en un apartamento que no era mi propiedad, ubicado en el distrito del hogar en mi vida. En cada situación era posible desgracia de una terrible enfermedad. Algunas luché por un mundo más justo y mejor para todos. Días a días me vi padeciendo, «fiz la lo que quería convenientemente hacer con todo», así que no me quedó otra opción que hacerlo, ya que quedé con media vida más tarde de lo que realmente quería, y por último, una de las peores de mi vida, todo siempre, esas lo que importa de la vida. Hoy lo intento de ejemplo para motivar a la integración social, porque la salud y la honestidad son cosas valiosas dignas a descubrir en estos tiempos, y en todos los tiempos.	este punto de vista. Y, por otro lado, me topo con Internet, algo que hoy no supone ninguna novedad ni sorpresa, pero en ese momento me resultó revolucionario. Internet llegó a mi vida por impulso y, consciente, algo que no me había ocurrido jamás. Me maravilló como un detalle importante, lo pequeño a posteriori, como lo secundaria, las malas de compatriotas, mis obligaciones a entregar, y ese conocimiento previo no permitió hacer un análisis detallado de las situaciones que tenía. El proceso de transformación que pasé en mi vida, a partir de ahí, desde este punto de vista. Y, por otro lado, me topo con Internet, algo que hoy no supone ninguna novedad ni sorpresa, pero en ese momento me resultó revolucionario. Internet llegó a mi vida por impulso y, consciente, algo que no me había ocurrido jamás. Me maravilló como un detalle importante, lo pequeño a posteriori, como lo secundaria, las malas de compatriotas, mis obligaciones a entregar, y ese conocimiento previo no permitió hacer un análisis detallado de las situaciones que tenía. El proceso de transformación que pasé en mi vida, a partir de ahí, desde este punto de vista. Y, por otro lado, me topo con Internet, algo que hoy no supone ninguna novedad ni sorpresa, pero en ese momento me resultó revolucionario. Internet llegó a mi vida por impulso y, consciente, algo que no me había ocurrido jamás. Me maravilló como un detalle importante, lo pequeño a posteriori, como lo secundaria, las malas de compatriotas, mis obligaciones a entregar, y ese conocimiento previo no permitió hacer un análisis detallado de las situaciones que tenía. El proceso de transformación que pasé en mi vida, a partir de ahí, desde este punto de vista. Y, por otro lado, me topo con Internet, algo que hoy no supone ninguna novedad ni sorpresa, pero en ese momento me resultó revolucionario. Internet llegó a mi vida por impulso y, consciente, algo que no me había ocurrido jamás. Me maravilló como un detalle importante, lo pequeño a posteriori, como lo secundaria, las malas de compatriotas, mis obligaciones a entregar, y ese conocimiento previo no permitió hacer un análisis detallado de las situaciones que tenía.

4 ÚLTIMA LÍNEA BASE

5 VIUDAS Y HUÉRFANAS

Maquetación profesional de páginas de un libro impreso que respeta los principios básicos de composición editorial

que aquél en donde se nombran de tu patria, este dispuesto a matar a otro sin humanidad.	que hoy no supone ninguna novedad ni sorpresa, pero en ese momento me resultó revolucionario. Internet llegó a mi vida por impulso y, consciente, algo que no me había ocurrido jamás. Me maravilló como un detalle importante, lo pequeño a posteriori, como lo secundaria, las malas de compatriotas, mis obligaciones a entregar, y ese conocimiento previo no permitió hacer un análisis detallado de las situaciones que tenía.	que hoy no supone ninguna novedad ni sorpresa, pero en ese momento me resultó revolucionario. Internet llegó a mi vida por impulso y, consciente, algo que no me había ocurrido jamás. Me maravilló como un detalle importante, lo pequeño a posteriori, como lo secundaria, las malas de compatriotas, mis obligaciones a entregar, y ese conocimiento previo no permitió hacer un análisis detallado de las situaciones que tenía.
los años siguientes me encontraron en la trama de combate entre a nivel laboral y profesional. Me casé un poco antes de los 30 años, tuve dos hijos y, posteriormente, viví en un apartamento que no era mi propiedad, ubicado en el distrito del hogar en mi vida. En cada situación era posible desgracia de una terrible enfermedad. Algunas luché por un mundo más justo y mejor para todos. Días a días me vi padeciendo, «fiz la lo que quería convenientemente hacer con todo», así que no me quedó otra opción que hacerlo, ya que quedé con media vida más tarde de lo que realmente quería, y por último, una de las	que hoy no supone ninguna novedad ni sorpresa, pero en ese momento me resultó revolucionario. Internet llegó a mi vida por impulso y, consciente, algo que no me había ocurrido jamás. Me maravilló como un detalle importante, lo pequeño a posteriori, como lo secundaria, las malas de compatriotas, mis obligaciones a entregar, y ese conocimiento previo no permitió hacer un análisis detallado de las situaciones que tenía.	que hoy no supone ninguna novedad ni sorpresa, pero en ese momento me resultó revolucionario. Internet llegó a mi vida por impulso y, consciente, algo que no me había ocurrido jamás. Me maravilló como un detalle importante, lo pequeño a posteriori, como lo secundaria, las malas de compatriotas, mis obligaciones a entregar, y ese conocimiento previo no permitió hacer un análisis detallado de las situaciones que tenía.



Hasta aquí has aprendido lo que significa el **diseño gráfico editorial** y cómo aplicarlo a partir de aspectos fundamentales que te servirán para concebir el proceso de maquetación y composición de publicaciones. Recuerda que los elementos fundamentales del diseño gráfico editorial, a saber, texto, imagen, diseño y diagramación, no solo deben comunicar visualmente una personalidad sino también ser **armoniosos**, tomando como punto de partida el manual gráfico.





Blanc (22 de febrero de 2021). Teoría y significado de los colores.
<https://blancfestival.com/significado-colores/>

Blandino, G. (24 de enero de 2019). Impresión en cuatricromía: ¿Cómo funciona?. <https://www.pixartprinting.es/blog/cmyk-quaticromia/>

Eguaras,M. (27 de octubre de 2015). *Maquetación profesional: Cinco principios básicos*.

<https://marianaeguarias.com/maquetacion-profesional-cinco-principios-basicos/>

García, M., Gómez, G., Loera, R., López, M., Ochoa, K., Ornelas, R., Ramírez, B., Rangel, J. y Soto, J. (2014). *Manual de diseño editorial profesional*. Aguascalientes, México: Imprenta Evolución.

Guerrero, L. (2016). *El diseño editorial. Guía para la realización de libros y revistas*. Trabajo de Grado de Master Universitario en Diseño. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.

Gutiérrez, X. (2003). *Alfabetización digital. Algo más que ratones y teclas*. Barcelona, España: Gedisa.

Harada, E. (2014). Logotipos, isotipos, imagotipos e isologos: una aclaración terminológica. *Mixcoac*, 2 (33), 36-77.

Orozco, E. (2003). *Edición de diarios. Una estrategia para el diseño de periódicos*. Caracas, Venezuela: En Grupo.



Ramírez, X. (20 de julio de 2013). *Diferencia entre maquetación y diagramación.*

<http://alavistademimundo.blogspot.com/2013/07/diferencia-entre-maquetacion-y.html>

Reinoso, N. (1997). *Diseño Publicitario*. Quito, Ecuador: Centro Gráfico de Producción Gráfica del Instituto Tecnológico Metropolitano de Diseño.

Tavares, R. (15 de febrero de 2017). Capítulo 10: *El manual gráfico*.
<https://procesoseditoriales>.

blogs.sapo.pt/capitulo-10-el-manual-grafico-3166



**Has culminado la revisión
del tema**



El diseño gráfico editorial por Belkis Camacaro - UCAB, está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.