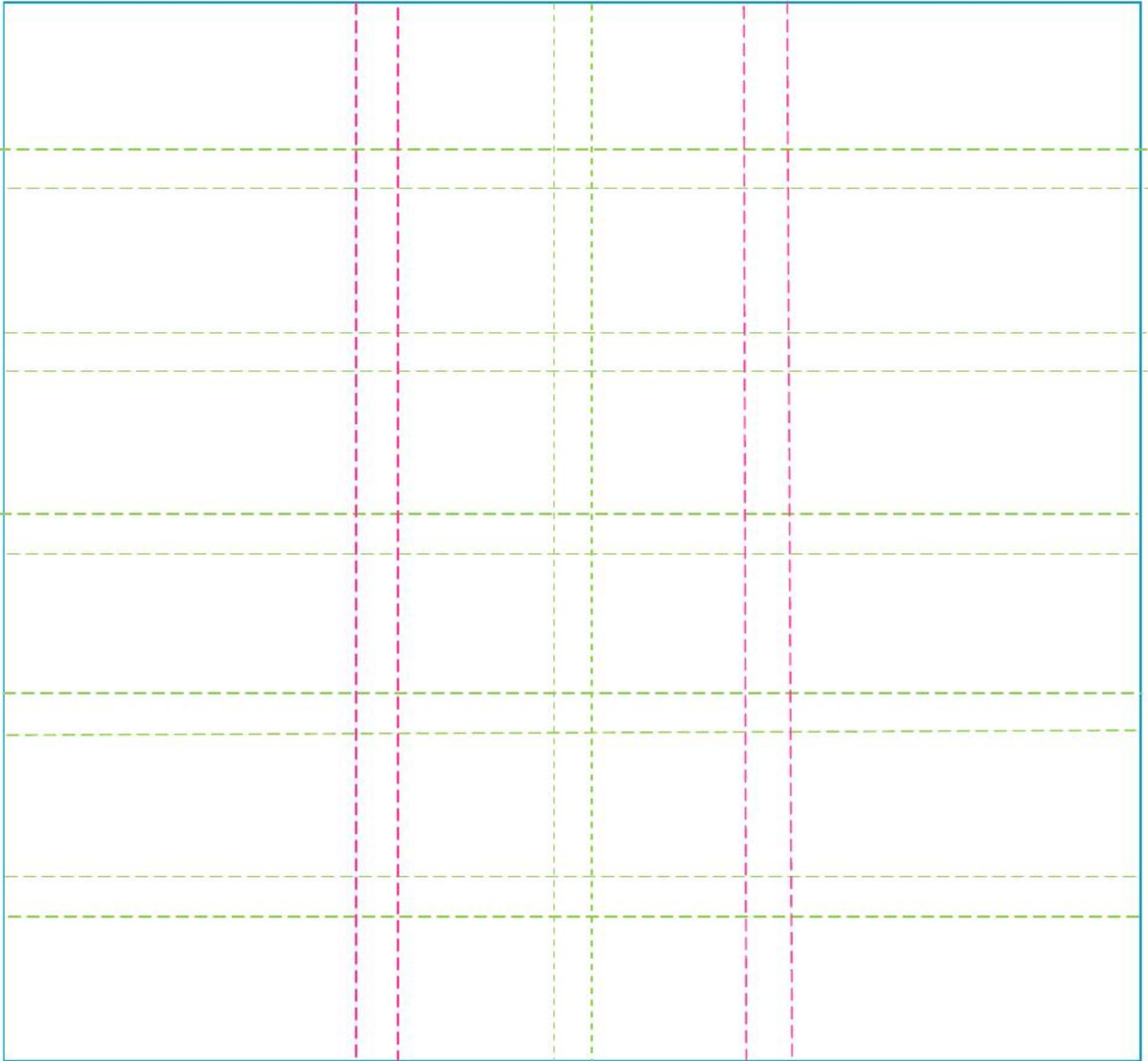


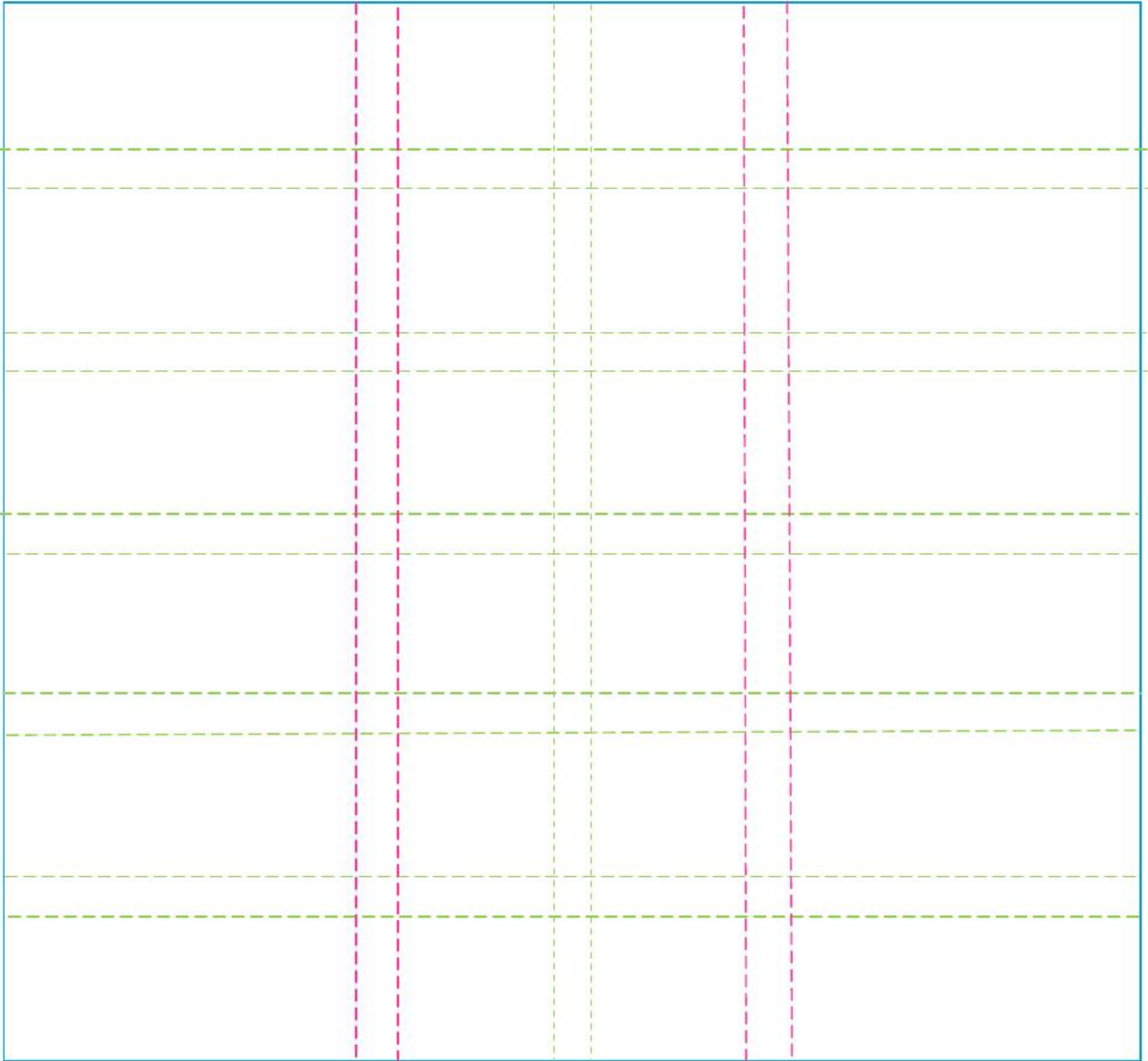
The background of the page is a vibrant, abstract composition of vertical stripes in various colors including green, blue, yellow, red, and purple. Overlaid on this is a grid of dashed lines in blue, red, and green, which serves as a design template. The main title is centered within this grid.

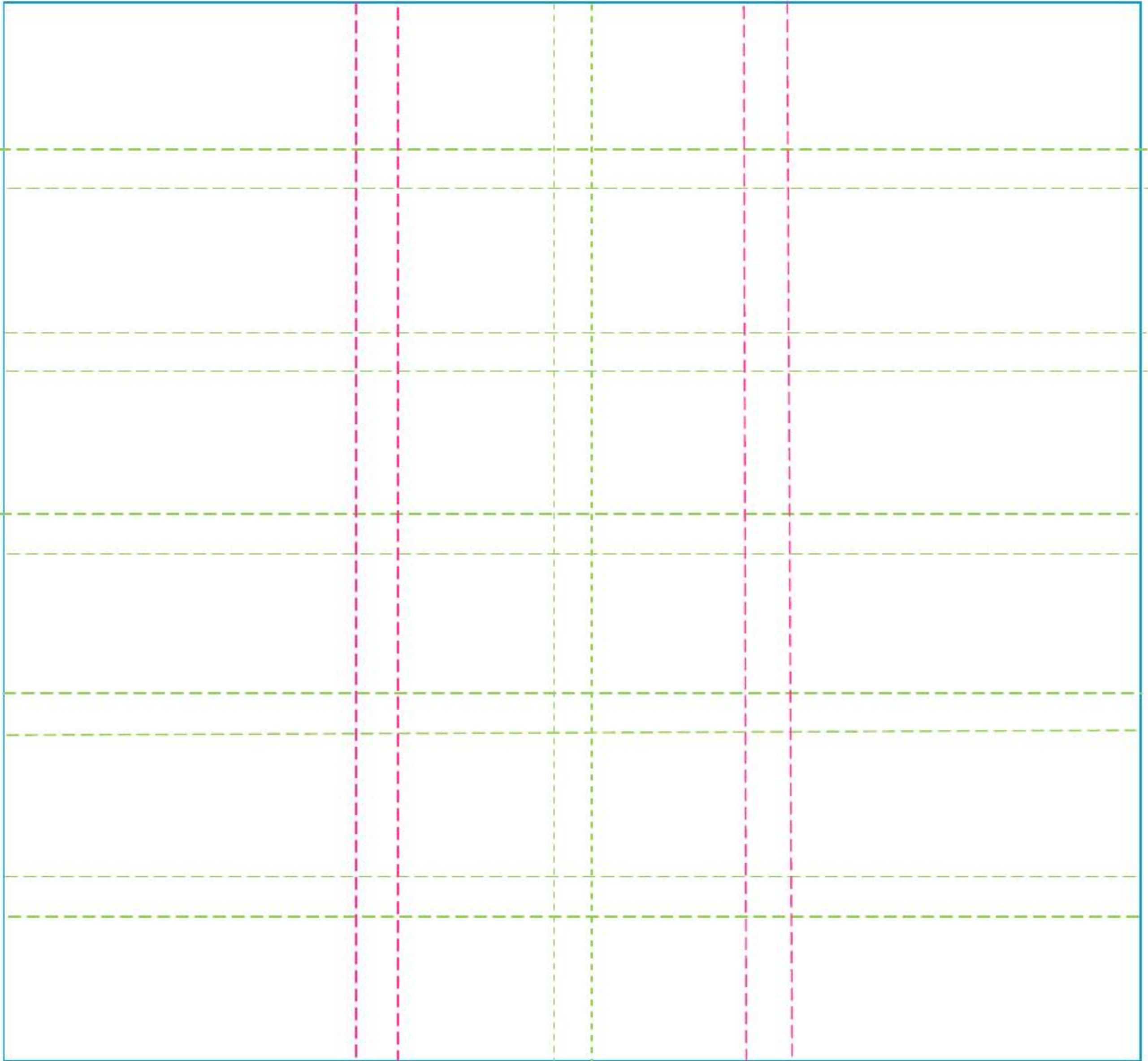
Diseño Editorial

Compilador:
Belen Muñoz Quiroz

GG





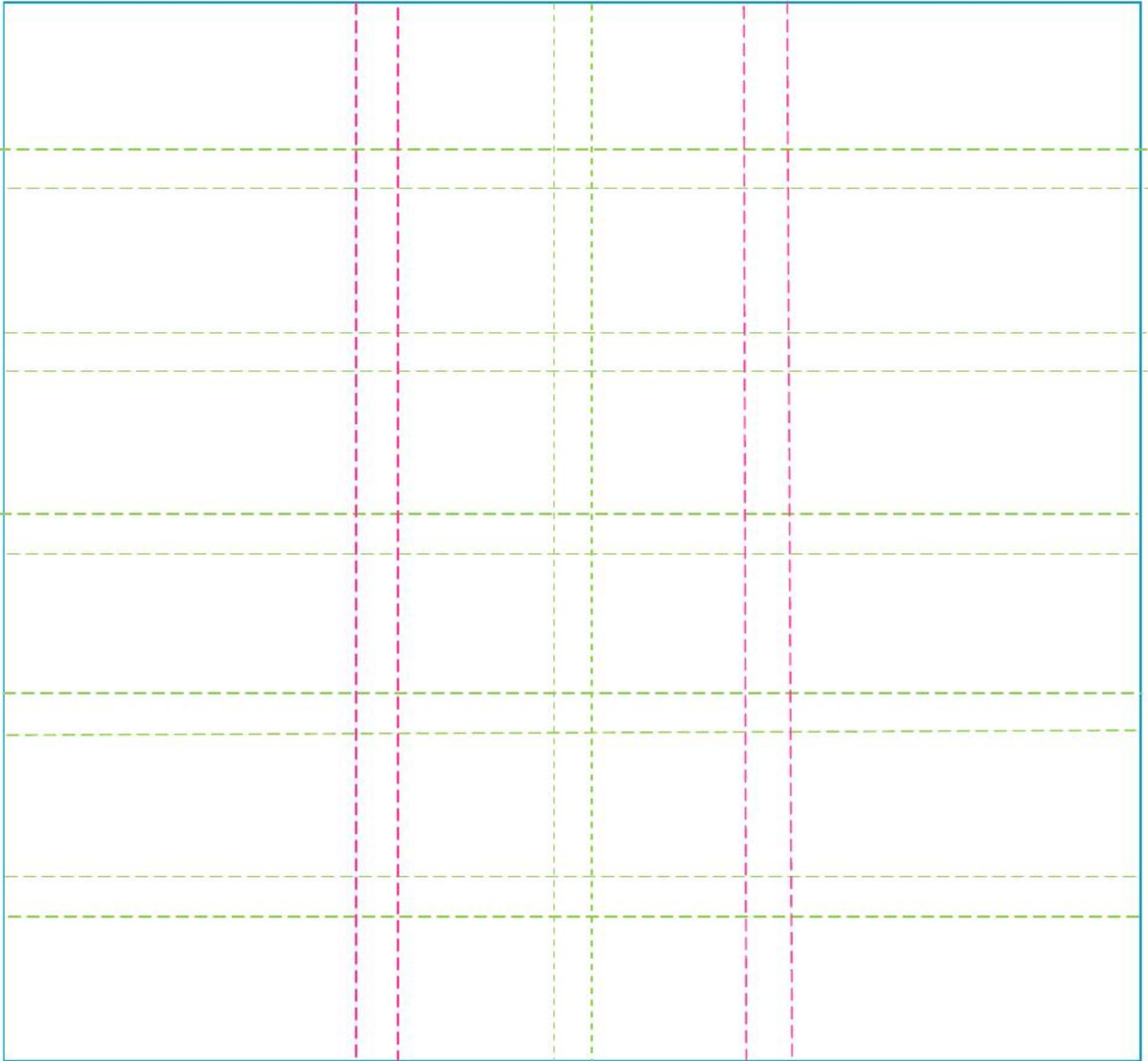


Diseño Editorial

Compilador:

Belen Muñoz Quiroz

GG



The background of the page is a vibrant, abstract composition of vertical stripes in various colors including green, blue, yellow, orange, and pink. Overlaid on this is a grid of dashed lines in blue, red, and green, which serves as a design template. The main title is centered within this grid.

Diseño Editorial

Compilador:
Belen Muñoz Quiroz

GG

Director de la colección

Belen Muñoz Quiroz

Título Original

DISEÑO EDITORIAL

Versión Castellana de Homero Alsina Theveet
y Eugeni Roselli Mirales

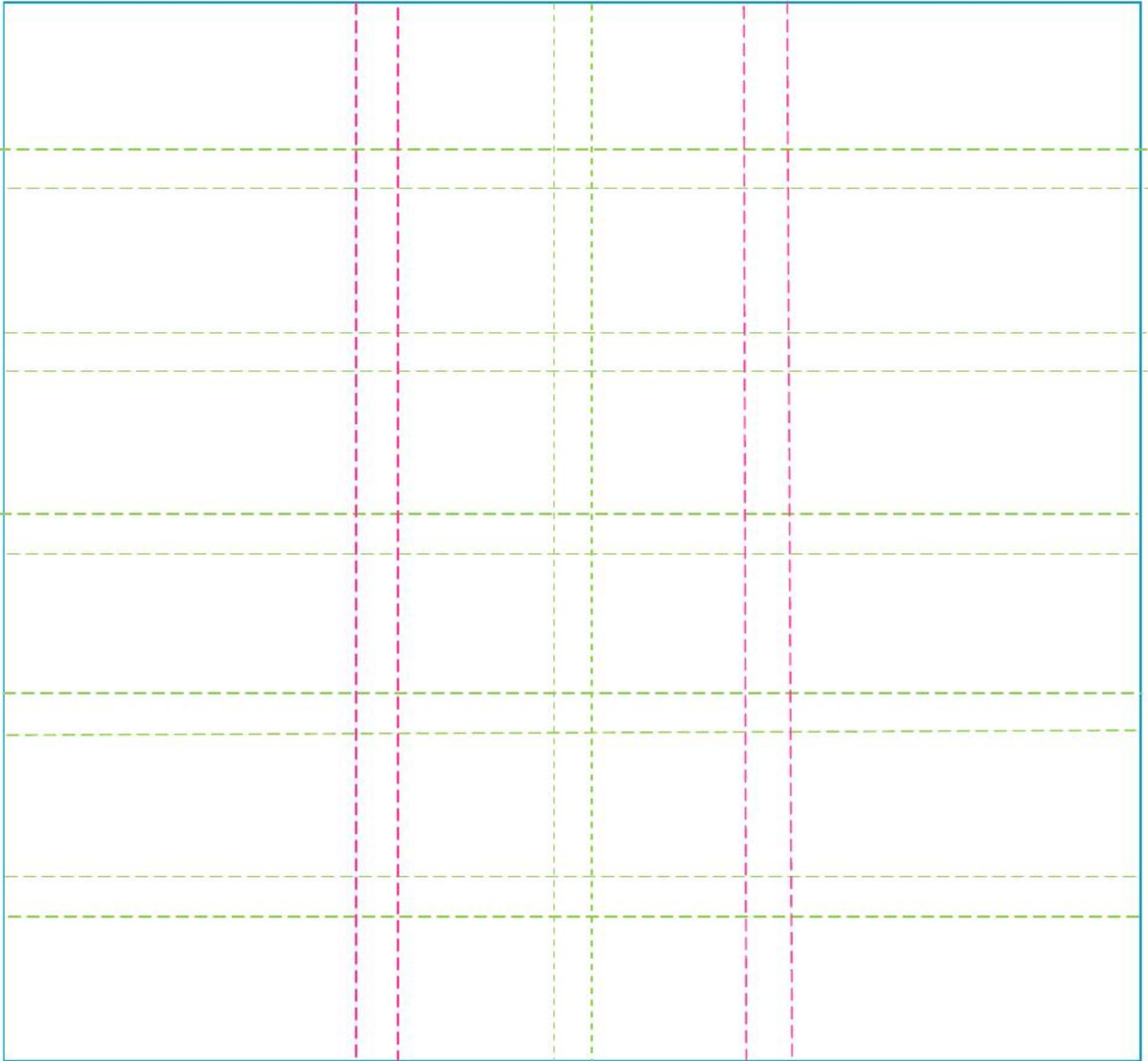
Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de la cubierta puede reproducirse, almacenarse o transmitirse de ninguna forma, ni por ningún medio, sea este electrónico, químico, mecánico, óptico, de grabación o de fotocopia, sin la previa autorización escrita por parte de la editorial.

©1993 by Van Nostrand Reinhold,
una división de Wadsworth, Inc.
para la edición castellana
Editorial Gustavo Gili S.A., Barcelona, 1995,
y para la presente edición
Ediciones G. GILLI, S.A. DE C.V., México, 1995.

Printed in Spain
ISBN: 968-887-288-1
impresión, Graficas 92, S.A.-San Adrián de Besós

La edición consta de 3500 ejemplares
Compilador: Belen Muñoz Quiroz
Asesora: DCG: Leticia Salgado

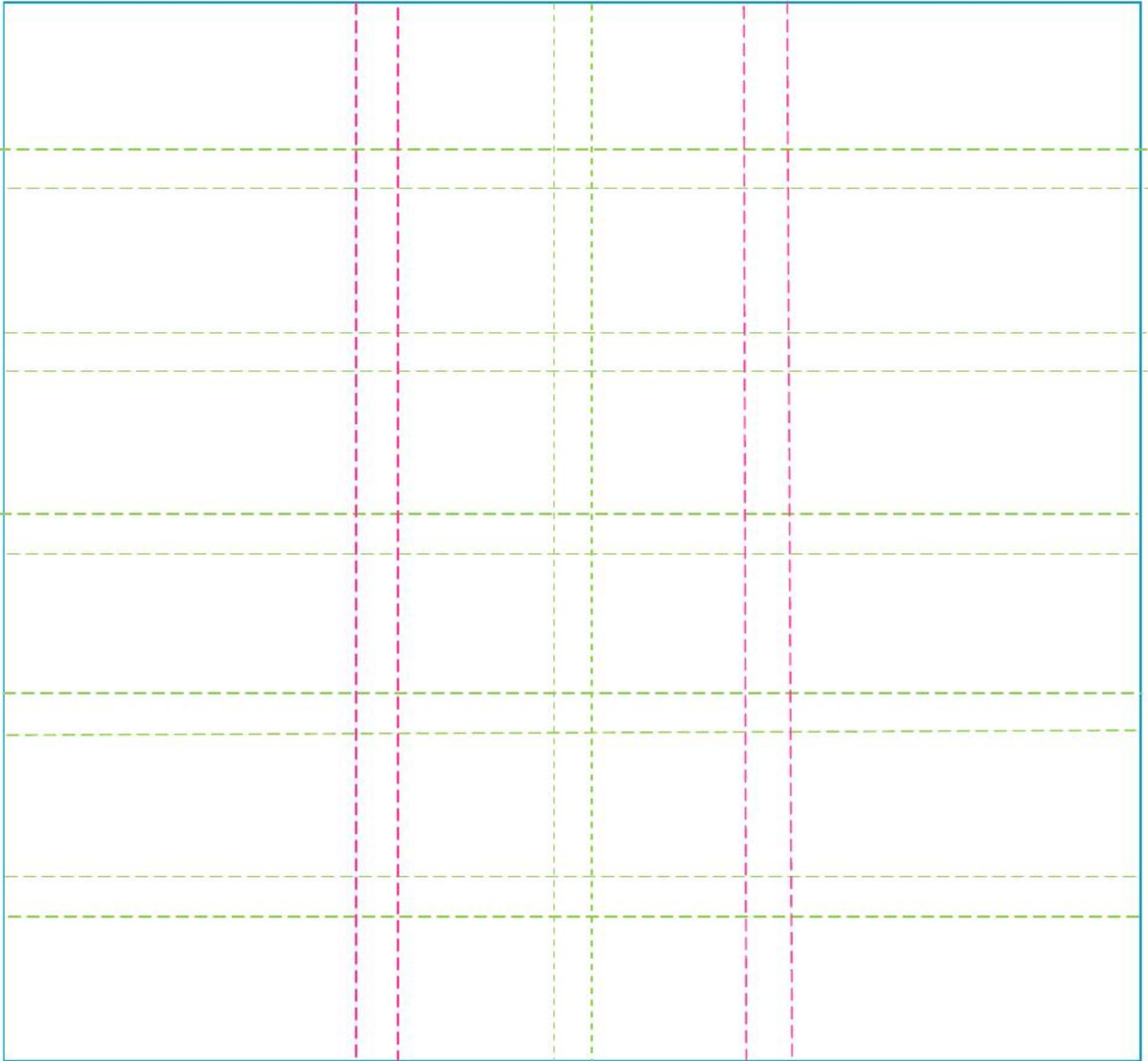
Dedicado a mis padres y abuelos





Índice

Introducción		Trabajar con la mancha y hacer pruebas con su diseño	39
Diseño Editorial	13	Elección tipográfica	41
Diferencias de estilos, contenidos y estructuras	14	Formatos en diseño editorial	45
La estructura del diseño y los elementos	16	Utilización de la retícula	47
		Filetes y capitulares	52
Derecho de autor	19	Combinar imágenes y tipografías	55
Elementos editoriales	24	El director de arte	58
Sección y partes de las publicaciones. Exterior del libro	30	La imagen en periódico /revista	59
Secciones y partes de las publicaciones. Interior libro	33	Identidades corporativas	60
		Conclusiones	
Establecer los márgenes	36	Fuentes de Consulta	





Introducción

El Diseño editorial consiste en la diagramación de textos e imágenes incluidas en publicaciones tales como revistas, periódicos o libros; dentro de se debe tratar uno o varios temas y la elección de ellos depende en gran medida a que tipo de publico irá dirigido.

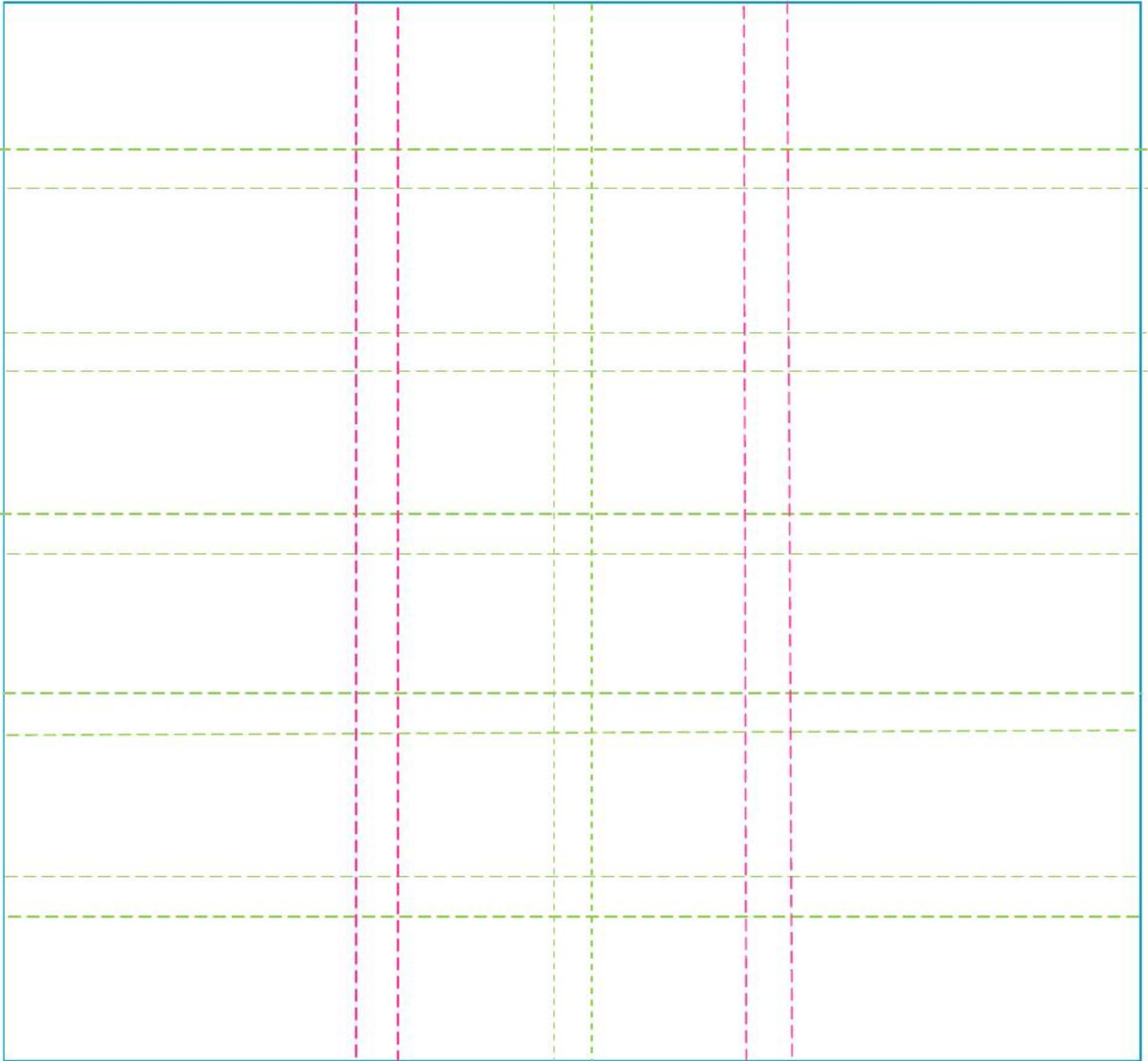
El diseño de alguna revista o cualquier otro medio tiene ciertas características en cuanto a formato, composición, contenido de las páginas, etc. e incluso jerarquía de los elementos para tener una noción de cómo irán estructurados y distribuidos.

Para que cualquiera de estos medios proyecte

una sensación de unidad, deben seguir un patrón único y a partir de conceptos se crean estilos para diferenciar algunas reproducciones de otras.

En este trabajo abarcaremos todos los aspectos del Diseño Grafico Editorial considerando todos los procesos o etapas que lleva el hacer una publicación impresa.

Además incluimos la visita que hicimos a la Editorial Santillana en Santiago, una de las más grandes del país y la entrevista con el jefe del departamento de diseño editorial de esta misma.





Diseño Editorial

“El diseño debe seducir, educar y quizás lo más importante provocar una respuesta emocional”

April Greiman

Se denomina Diseño Editorial a la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros. Para tener un buen diseño editorial es necesario tomar en cuenta los siguientes puntos:

Producto: Saber que tipo de contenido vamos a maquetar, es decir, de que tipo de publicación estamos hablando.

El público o consumidor: Siempre se debe saber a que público va dirigida la publicación.

No es lo mismo una revista para jóvenes aventureros, que para amas de casa. La composición depende en gran medida de saber quien es el público destinatario de la misma.

Medios: Cada medio, ya sea un tipo de revista o un periódico determinado, tiene sus propias características en cuanto a formato, composición, contenido de las páginas, e incluso jerarquía de los elementos.

Debemos saber como vamos a estructurar la información en el medio.

Competencia: El conocimiento o reflexión de algunos puntos de la competencia, como la respuesta del público hacia su publicidad y por tanto a su producto, pueden sernos útil a la hora de valorar nuestro trabajo. Los factores que determinan una buena comunicación, no se deben separar, deben formar un conjunto coherente y funcional.

Diferencia de estilos, contenidos y estructuras

Las tendencias y estilos de cada momento, las diferentes culturas de la sociedad en general, son puntos importantes a la hora de diseñar.

Digamos que cada revista, periódico, o cualquier otra publicación o forma de comunicación, tiene su propio estilo y estructuras diferentes. No es lo mismo una revista de moda, que otra especializada en Internet, debido a que tienen un contenido totalmente distinto, por lo que sus composiciones probablemente no tengan nada que ver.

Tomado de (http://4.bp.blogspot.com/_tYrpFW8tF2U/TPQh7qqwGcl/AAAAAAAAACY/atVcASfsoZ8/s1600/INTERIOR_SUBLIME%255B1%255D.jpg) FRANCISCO APODACA con fines didácticos





<p>De la misma manera, no podemos estructurar un catálogo de precios de una tienda de muebles de estilo igual que un folleto de ofertas de un supermercado.</p>	<ul style="list-style-type: none">• El formato o tamaño de la publicación, que condicionará posteriormente la retícula que podamos desarrollarla cantidad de material o contenido que deberá tener esa publicación y en cuantas páginas tiene que entrar.
<p>Existen muchas diferencias de composición cuando hablamos de contenidos distintos.</p>	<ul style="list-style-type: none">• La limitación de presupuesto que tengamos en cuanto a la impresión; la necesidad de adaptación a otros medios; el mercado.
<p>Otro aspecto que debemos saber es que cada publicación tiene un estilo que la diferencia del resto y por el que se guía para que toda la publicación sea un conjunto. Asimismo deberemos tener en cuenta otros factores que vendrán a determinar como será nuestro producto de diseño, factores como:</p>	<ul style="list-style-type: none">• Los espacios publicitarios que se determinen (en caso de contener publicidad); en caso de que esté en diversos idiomas, el espacio para las traducciones.
<ul style="list-style-type: none">• La imagen que tenga la empresa o que quiera nuestro cliente establecer en la publicación o publicidad.	<ul style="list-style-type: none">• El medio (revista, folleto, libro).

La estructura del diseño y los elementos que contiene

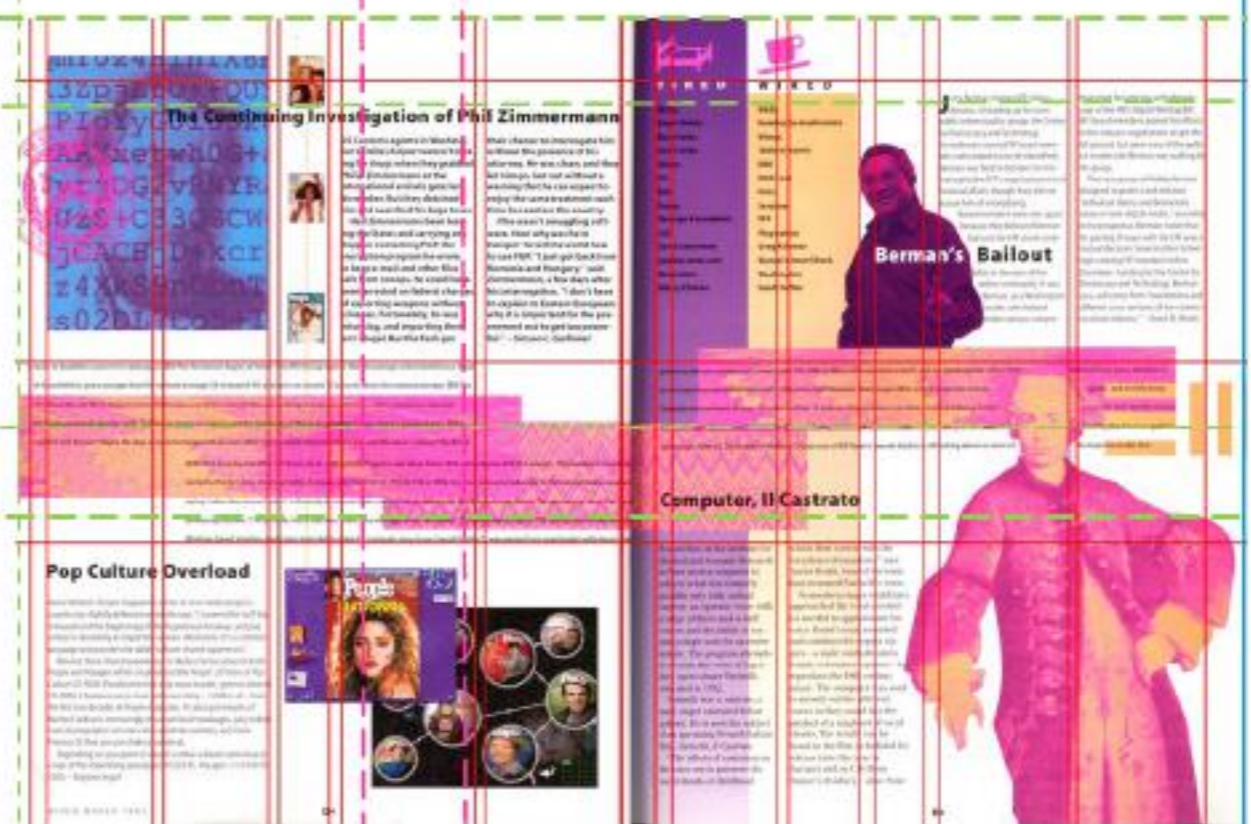
Retícula

Todo trabajo de diseño se debe regir por una estructura previamente estudiada. Esto permite obtener claridad, legibilidad y funcionalidad a la composición, además de facilitar el trabajo creativo.

Existe un método para resolver los problemas planteados a la hora de diseñar un catálogo, una revista, o cualquier otra publicación (retícula) que consiste en dividir el espacio en pequeños módulos (o rectángulos), que sirven de guía para la ubicación de los elementos.

Tomado de (<http://25-horas.com/revista-wired-pasado-presente/>)Bernardo Ruíz con fines didácticos


La finalidad de la retícula es intentar establecer orden donde hay caos; hacer que el receptor encuentre el material en el lugar esperado y que el diseñador piense de forma constructiva y estructurada. El diseñador debe encontrar un equilibrio entre la retícula diseñada y el material (texto o ilustraciones), en caso de que éste no se adapte a esa





<p>estructura establecida, tendremos que modificar la retícula, ya que no es aconsejable que forcemos el material.</p>	<p>páginas, de esta forma cada publicación presenta el mismo estilo en todas sus páginas y ediciones.</p>
<p>Las principales ventajas que tiene que ofrecernos una retícula bien diseñada las podemos resumir en tres: repetitividad, composición y comunicación.</p>	<p>La plantilla no es más que un instrumento para medir y organizar los espacios y los elementos de la composición de una forma coherente y equilibrada. Por lo general la plantilla se crea a doble página como si la revista estuviese abierta, de esta forma veremos mejor el resultado que va a tener, puede que tengan modificaciones en secciones diferentes por ejemplo, que varíen algunos aspectos cuando se pasa de un apartado de noticias a uno en el cual se expone un artículo, pero en general las partes comunes o básicas de una determinada revista seguirán en todas sus publicaciones manteniendo un estilo propio, que se puede basar en :</p>
Plantilla y Estilo	
<p>Por otro lado, tanto las revistas como los periódicos y los libros, deben diseñarse con arreglo a un patrón único, creando de esta forma una sensación de unidad. Por ejemplo, en un catálogo esa sensación de unidad es manifestada u organizada por medio de columnas o similitud de tamaños en sus elementos. Por otro lado, las revistas combinan más el texto y las imágenes de diferentes tamaños. Lo que queremos decir con esto, es que aun siendo publicaciones con diferencia de contenido, todas utilizan un método común, una plantilla o maqueta para todas sus</p>	<ul style="list-style-type: none">• Número de columnas en cada página y dimensiones de las mismas.• Tamaño del medianil. El medianil es la



<p>distancia que existe entre las columnas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Color que se le aplica a los titulares y a otros elementos de la publicación. 	<p>Por otro lado, como comentamos al principio, es importante saber qué contenido tenemos que maquetar, ya que condicionará nuestra composición.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Tipografía estándar y tamaños utilizados en todas las publicaciones, así como el interlineado utilizado. 	
<ul style="list-style-type: none"> • El estilo de la portada, secciones, encabezados, paginación. <p>En algunos casos la forma de presentar las imágenes y otros elementos ornamentales, son algunos conceptos que se pueden utilizar para crear un estilo, que diferencia unas publicaciones de otras. Compruébelo, escoja una revista que se suela comprar habitualmente y observe dos números de esta, verá que ambas tienen la misma estructuración, aspectos comunes como los que hemos señalado u otros diferentes, es decir existe una unidad entre ellas.</p>	<p>Tomado de (http://www.fotosdetelenovelas.com/2013/05/ana-brenda-en-revista-cosmopolitan.html) con fines didácticos</p>



Derechos de autor

Cuando un autor realiza una obra literaria, científica o artística adquiere derechos de autor, por la ley de propiedad intelectual (LPI, 1987), por el sólo hecho de su creación ya sea expresada en medio tangible o intangible.

El derecho de autor igual se encarga de proteger el título de la obra y las transformaciones de obras originales. Ejemplo: adaptar un libro al cine.

Dentro de este apartado se encontrarían: Traducciones y adaptaciones, revisiones, actualizaciones y anotaciones, compendios, resúmenes y extractos, arreglos musicales, cualquier transformación de la obra literaria, científica o artística. El derecho de autor es derecho moral, es irrenunciable e inalienable; Son los herederos los que tienen y deben defender la obra y protegerla. Si no fuera así

sería el ministerio fiscal el que vele por dicha obra. Los derechos morales son (según el artículo 14/12).

- Derecho de edición: sería la facultad de publicar o no su obra y en qué forma.
- Derecho de modificación de la obra.
- Determinar con qué nombre, signo o pseudónimo va a publicarla.
- Exigir el reconocimiento de la condición de autor, exigir el respeto a la integridad. Y la exigencia de protección de bienes de interés cultural.
- Deberá respetar los derechos adquiridos por terceros.



<ul style="list-style-type: none"> • Facultad de arrepentimiento, le permite a un autor retirar su obra una vez publicada ya sea por razones intelectuales o morales; con la condición de indemnizar a los editores titulares. Y si se quiere volver a editar esa obra, tendrán preferencia las editoriales titulares. 	<p>rechos de explotación, si no hay un contrato con el autor, a la persona que utilice la obra se le acusará de PLAGIO.</p>
	<p style="text-align: center;">Duración del derecho de explotación</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Acceder al ejemplar único o raro de la obra con el fin de ejercitar el derecho de divulgación. 	<p>NOTA: El derecho moral no prescribe pero sí el de explotación. La duración de este derecho depende de cada país., cuando el derecho expira ese tiempo pasa a ser de dominio público (cualquier persona o entidad), siempre y cuando se respete la autoría y la integridad.</p>
<p style="text-align: center;">Derechos de explotación de la obra</p>	<p>En Europa es la vida del autor y 50 años después. España se establece el tiempo de derecho de explotación en la vida del autor más 70 años. Hay obras que se publican después de la vida del autor, obras póstumas.</p>
<p>Se entiende explotación como reproducción, distribución, comunicación pública (publicidad), transformación. Estas actividades no pueden realizarse sin el consentimiento del autor, para ello este último hace un contrato con el editor donde se paga por lo de-</p>	<p>Los derechos entonces durarán 70 años desde la fecha de divulgación de la obra siempre que la divulgación se haga dentro de</p>




<p>los 70 años después de la muerte del autor.</p>	<p>Dentro de estos casos se encuentran:</p>
<p>Cuando la obra está escrita en colaboración, los derechos de explotación durarán 70 años después de la muerte del último autor.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Citas
<p>En el caso de que la obra esté repartida en volúmenes, partes o entregas, el plazo de explotación comienza después de la última entrega siempre y cuando no sean independientes.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Análisis• Fines docentes• Investigación
<p>Todos los plazos establecidos comenzarán a contar a partir del 1 de Enero del año siguiente a la muerte o declaración de fallecimiento del autor o divulgación (si es póstuma).</p>	<ul style="list-style-type: none">• Reseñas de prensa
<p>Límites del derecho de explotación</p>	<p>Relaciones Autor Editor</p> <p>Se hace mediante un documento que es un contrato de edición, donde el autor cede los derechos al editor para reproducir y distribuir la obra y el autor recibe a cambio una compensación económica.</p>
<p>Pasos por los que se pueden reproducir obras sin el consentimiento del autor; sin ser de dominio público.</p>	<p>El contrato también aparecerá en la LPI y allí se dice que debe formalizarse por escrito y que deberá contener todos los pormenores y condiciones de la edición y venta de la obra</p>



<p>El contrato debe contener:</p>		
<ul style="list-style-type: none"> • Lugar y fecha de redacción 		<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones del autor pueden superar sus derechos (edición, distribución, venta).
<ul style="list-style-type: none"> • Datos personales 		
<ul style="list-style-type: none"> • Título de la obra aunque sea provisional 		<ul style="list-style-type: none"> • Si la sesión es del autor al editor tiene carácter de exclusividad.
<ul style="list-style-type: none"> • Lengua o lenguas en las que se publicará la obra (en el caso de que en el contrato no se defina la lengua, sólo podrán editarlo en el idioma original en que se ha entregado). 		<ul style="list-style-type: none"> • Número de ejemplares, primera edición, el plazo de puesta en circulación, que no podrá exceder de dos años desde que el autor entregue la obra en condiciones adecuadas al editor.
<ul style="list-style-type: none"> • Modalidades de edición (rústica, de bolsillo y colección). 		<ul style="list-style-type: none"> • Forma de distribución: Deberá contar cuántos ejemplares se necesitan para el autor, la crítica o promoción de la obra.
<ul style="list-style-type: none"> • Plazo de realización del autor y al ponga a disposición del editor. 		<ul style="list-style-type: none"> • Plazos de liquidación de los



<p>derechos de autor.</p> <ul style="list-style-type: none">• Contrapartida económica por los derechos del autor. En el caso de que haya un anticipo, también debe constar en el contrato. Royalty: % del precio final de venta del libro; éste va en función de las ventas. También puede haber ocasiones en las que se incluyan incrementos de los royalties del 5% ó 15% en función de que haya habido cierto número de ventas de ejemplares.• Cuándo se acaba la primera edición y las subsiguientes.• Porcentaje del reparto de derechos entre el autor y el editor en el caso de que se	<p>haya hecho una traducción / adaptación del libro. Y el % que se va a cobrar por la venta del derecho. En el caso de que se ceda para hacerse en rústica o que se ceda a un club editorial.</p> <ul style="list-style-type: none">• Deberes y obligaciones tanto del autor como del editor.• Acuerdos especiales que deberán incluirse en el contrato. <p>Tomado de (http://www.banrepcultural.org/prensa/destacados/lectura-sin-fin)= Luis Ángel con fines didácticos</p> 



Elementos editoriales

Los elementos de la composición y la forma en que estos se disponen, es «todo» en nuestra maquetación. Cada uno de estos elementos tiene su función dentro del diseño y por tanto su grado de importancia, que cumplan su misión será su cometido.

Antes de empezar a diseñar debemos plantearnos una serie de preguntas como: ¿qué debemos comunicar? o lo que es lo mismo, ¿cuál es el objetivo de nuestro diseño?, ¿qué elementos son los más adecuados?. Una vez que tenemos esto claro, tendremos que decidir cómo desarrollar la composición, y en definitiva cómo lanzar el mensaje. Podemos empezar haciendo unos bosquejos (bocetos) para ir analizando los resultados que pueden dar diferentes composiciones: ayuda a aclarar las ideas y a tomar decisiones.


Veamos ahora las dos formas básicas de presentación del contenido que nos podemos encontrar en diseño tanto editorial como publicitario:

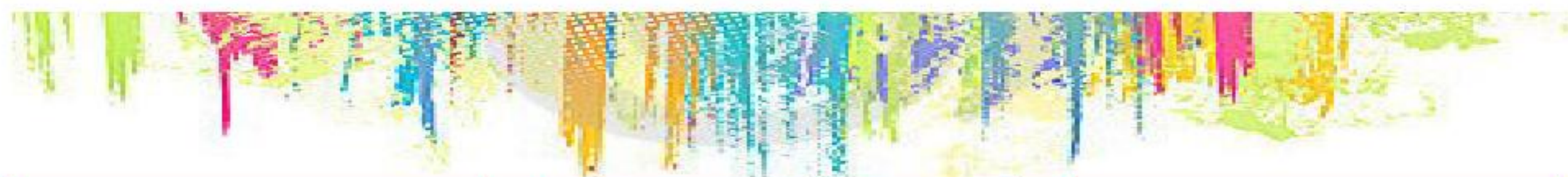
Texto e imágenes

- Texto: podemos encontrar titulares, subtítulos, bloques de texto y pie de foto.
- Imágenes: fotografías, ilustraciones y espacios en blanco.

En diseño publicitario añadiremos algunas formas a las vistas en diseño editorial tanto en texto como en imagen.



<ul style="list-style-type: none">• Texto: titulares, subtítulos, bloque de texto, pie de foto, slogan, cupón, publrreportaje y flash.	<h2>El titular</h2> <p>Es el elemento lingüístico más importante de la composición, ya que tiene la misión de llamar la atención e introducir al resto del contenido.</p>
<ul style="list-style-type: none">• Imagen: fotografías, ilustraciones, espacios en blanco y logotipos.	<p>El titular puede ser largo, corto, más o menos grande, no hay leyes sobre este tema, pero si algunas recomendaciones que parten de estudios realizados.</p>
<p>Dependiendo del trabajo que realice, una revista, un anuncio, un libro..., utilizará, texto, imágenes o ambas cosas, y en cualquier caso cada uno de los elementos utilizados debe tener su función y su correcta disposición dentro del diseño.</p>	<p>Algunos autores recomiendan las frases y las palabras cortas, que los titulares estén compuestos de mayúsculas y minúsculas, que sea tipografía con serif para su mejor legibilidad, que el texto no esté en negativo, o que no se utilicen elementos de puntuación en los titulares cortos, es cierto que todos estos puntos facilitan la lectura, la atención, y mejoran el diseño en general, pero todo depende de como se traten los elementos y su composición.</p>
<p>Tomado de (http://graficouad.blogspot.mx/) Lic. Bernardo Alatorre Tapia con fines didácticos</p> 	<p>Lo importante es que consiga llamar la aten-</p>



<p>ción, transmitir un mensaje rápido, y si es capaz de conseguirlo con una frase larga, será igualmente bueno que un anuncio con un titular corto.</p>	<p>vendedor, por lo que deberemos cuidarlo.</p>
<p>Lo lógico es que el tamaño del titular sea mayor que el resto de texto que exista en la composición, sin olvidar que aún teniendo diferentes tamaños deben estar equilibrados.</p>	<p>Es quizás por este motivo, por el que debemos prestarle una atención especial al bloque de texto (si lo hay), hacerlo lo más legible y claro posible, procurar que no sea pesado o denso, debemos hacer cruzar la barrera del desinterés. Visualmente ese bloque de texto debe invitar al receptor.</p>
<p style="text-align: center;">El cuerpo de texto</p> <p>Es normalmente el elemento al que menos se le presta atención, bien porque resulta pesado, aburrido, o por la sencilla razón de que en algunas ocasiones, con la imagen (infografía, ilustración) y el titular ya parece que se han desarrollado los elementos fundamentales, además el texto "nadie lo lee". La cuestión es tener siempre presente que cuando hablamos de un anuncio, por ejemplo, aunque el tanto por ciento de personas que lean el texto sea bajo, para el que lo lea el cuerpo de texto puede ser nuestro mejor</p>	<p style="text-align: center;">Pie de foto</p> <p>Este elemento tiene como misión dar información sobre la fotografía, y normalmente es preciso y no muy denso. Aunque pueda parecer de poca importancia, es uno de los elementos que más se leen, por lo que debemos aportar una información suplementaria a la imagen y que pueda despertar más interés en otros elementos de la composición.</p> <p>Normalmente al pie de foto se le aplica un cuerpo pequeño (6, 7 u 8 puntos), no debe-</p>



<p>mos pensar que eso evita su poder de atracción o visibilidad, ya que normalmente el receptor se siente atraído tanto por tipografía grande como por cuerpos pequeños en los que hay que esforzarse para saber que dicen, al contrario que en la prensa, en publicidad no se suele utilizar mucho. Aunque autores como Ogilvy abogan por su utilización dentro de la publicidad, por el poder de atracción que ejerce sobre el receptor.</p>	<h2 style="text-align: center;">Fotografía e ilustración</h2> <p style="text-align: center;">Son por lo general los elementos que más llaman la atención y es la parte de la composición que seguro que miramos.</p> <p style="text-align: center;">La presencia de una imagen abre al diseñador un abanico de posibilidades mucho más amplio, ya que son elementos que:</p>
<p>Tomado de (http://academialeonesadegastronomia.blogspot.mx/2010/12/nuestro-presidente-en-una-nueva- revista.html) con fines didácticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionan información. • Enseñan el producto tal como es. • Hacen la comunicación más real y creíble. • Sugieren, expresan sensaciones, estimulan. <p style="text-align: center;">La fotografía, aporta realismo y constituye en la mayoría de los casos un modelo de la realidad, por tanto, debe tener fuerza y un</p>





<p>sentido específico y claro.</p> <p>Debemos procurar que las fotografías utilizadas no contengan información innecesaria, ya que esto puede provocar confusión y desinterés. Hay que tener una idea clara de lo que queremos comunicar por medio de la fotografía para que el contenido de esta sea exactamente lo que buscamos.</p>	<p>un niño pequeño sea más eficaz e impactante que la de un adulto.</p> <p>La ilustración, es otra forma de transmitir una idea, un concepto. El dibujo publicitario se ha desarrollado notablemente en los diferentes medios publicitarios. Puede ser tan eficaz como la fotografía y de igual manera representar sensaciones. Dependiendo de la composición o estructura que tenga la ilustración, reflejará sensaciones diferentes. Por ejemplo:</p>
<p>Un anuncio de revista de una empresa determinada, puede utilizar una imagen que represente las características de esta, su identidad, y todo lo que la empresa quiera dar a conocer al público</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las rectas pueden expresar fuerza, definición, direccionalidad. Por otro lado las líneas horizontales reflejan calma y serenidad, y las líneas verticales majestuosidad, superioridad.
<p>De la misma manera, en la composición de una revista o periódico, nos explica o aclara de forma visual, una situación o noticia. A su vez, las fotografías pueden ser clasificadas por su impacto o llamada de atención. Por ejemplo, si se quiere representar la seguridad de un coche familiar con la imagen de una o varias personas, puede que la presencia de</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las curvas pueden expresar movimiento, belleza, flexibilidad, en muchos casos



<p>muestra una gran dosis de originalidad; hay que tener en cuenta que la ilustración dentro de un diseño, no es una parte independiente.</p>	<h3>El logotipo</h3> <p>Utilizado en ciertos casos, como anuncios, catálogos, trípticos..</p>
<p>Sino un elemento que forma parte de una composición, es decir de un todo.</p>	<p>Es el elemento del diseño que representa a la empresa, el producto, servicio del anunciante, en definitiva, la imagen de la empresa. Puede estar compuesto de texto e imagen o solo de texto. El logotipo debe presentarse de una forma clara y visible, y aunque normalmente se ubica al final, en el caso de los anuncios, su posición puede ser perfectamente otra, siempre que sea coherente y equilibrada con la composición.</p>
<ul style="list-style-type: none">• El objetivo de una ilustración es, llamar la atención, comunicar un mensaje o ambas cosas.• Las figuras, los fondos y todos los elementos que compongan la ilustración han de tener un aspecto agradable y atractivo.	
<ul style="list-style-type: none">• Además debemos conseguir, no solo el aspecto estético o de atracción, sino que exprese las cualidades o características de lo que estamos representando, es decir de lo que queremos comunicar.	<h3>Espacios en blanco</h3> <p>Tienen más importancia de lo que parece, aunque algunos anuncios casi prescindan de ellos. Los espacios es blanco transmiten claridad, libertad, espacio, y ayudan en muchos casos a equilibrar la composición.</p>



Secciones y partes de las publicaciones. Exterior del libro


En el momento en que comenzamos a concebir una determinada publicación deberemos analizar todos los factores que en otros boletines hemos comentado (el lector, contenido, objetivos de la publicación), pero sobre todo deberemos tener que concebir ese trabajo pensando en que nuestro principal objetivo debe ser acercar el contenido de la publicación al lector por lo que dos cosas serán fundamentales o quizás, incluso, alguna más: deberemos construir una estructura o anatomía que invite y ayude a navegar por las diferentes partes o secciones que constituyen una publicación, deberemos seleccionar un abanico tipográfico que nos ayude en esa tarea así como un entorno visual que sea el mejor anfitrión para esa invitación.

Cuando hablamos de secciones, nos referi-

mos a las diferentes partes en que se puede dividir un libro, una revista o un periódico. Existen algunas secciones utilizadas por todos, otras son más características de un tipo de publicación determinada. Por ejemplo:

Una revista puede constar de portada, contraportada, editorial, sumario o contenido, en el que podemos encontrar diferentes temas y anuncios. Sin embargo un libro puede tener infinidad de partes diferentes como: la portada, contraportada, página de guarda, presentación, prólogo, bibliografía, la cubierta, lomo, solapas, la página de créditos, la dedicatoria, el prefacio, la nota de agradecimientos, el sumario, el texto con sus partes, capítulos e ilustraciones y los materiales finales como apéndices, notas bibliográficas, páginas de créditos de las ilustraciones, glosa-



<p>rios, índices, colofones.</p> <p>Pese a todo, en el diseño editorial actual la anatomía o partes que componen una publicación deben ser consideradas de una forma más flexible añadiendo y eliminando partes, ordenando estas de una forma diferente a la tradicional o uniendo partes para dar una estructura diferente sin perder la perspectiva tradicional de la edición.</p>	<p>pero en aquellos libros en los que la cubierta es de piel o tela la sobrecubierta es en papel con una impresión y conteniendo diferentes datos de la obra (título, autor, editorial).</p>
<p>Para ver las diferentes partes que puede tener una publicación y las funciones que estas desempeñan, pondremos de ejemplo la anatomía de un libro.</p>	<h3>Solapas</h3> <p>Son las partes laterales de la sobrecubierta que se doblan hacia el interior. En muchas ocasiones se utiliza este espacio para incluir datos sobre la obra (sinopsis), el autor (bibliografía) u otras colecciones o títulos de la misma editorial.</p>
<p>El exterior del libro puede constar de:</p> <ul style="list-style-type: none">• Sobrecubierta, parte colocada sobre la cubierta.	
<p>Se utiliza en algunos casos para añadir calidad a la publicación y como elemento decorativo y protector de la edición. Normalmente adquiere el mismo diseño que la cubierta,</p>	<p>Tomado de (http://memorize.com/lista-f/dohertj1) con fines didácticos</p>



<h3 style="text-align: center;">Tapa</h3> <p style="text-align: center;">(cubierta), cada una de las dos cubiertas de un libro encuadernado.</p>	<h3 style="text-align: center;">Lomo</h3> <p style="text-align: center;">Parte del libro en la que se unen los pliegos de hojas constituyendo el canto del libro, por lo que dependiendo del número de éstas, del gramaje del papel y del tipo de encuadernación, variara el grosor.</p>
<p>Las cubiertas de un libro pueden ser de diferentes materiales, papel, cartón, cuero u otras menos comunes. En la parte anterior de la cubierta, tanto en la forma como en el concepto a transmitir debe estar en relación con el contenido del libro. Los elementos que normalmente aparecen en ella son el título de la obra, autor y la identificación gráfica de la editorial. Normalmente se incluye alguna fotografía o ilustración o elementos ornamentales que lo identifiquen colección.</p>	<p>Normalmente en esta parte se coloca el título del libro, el autor del mismo y la editorial o logotipo de la misma. Estos datos se pueden disponer de abajo arriba o en la dirección inversa.</p>
<p>Tomado de (https://publicacionesdigitales.wordpress.com/tag/tapas-de-libros/) José Luis MIO-LANO con fines didácticos</p>	<h3 style="text-align: center;">Contratapa</h3> <p>En las novelas se utiliza como resumen del texto principal o, en ciertos casos, para ubicar la biografía del autor. También, como continuación del concepto predominante o del diseño de la tapa.</p>



Secciones y partes de las publicaciones. Interior del libro

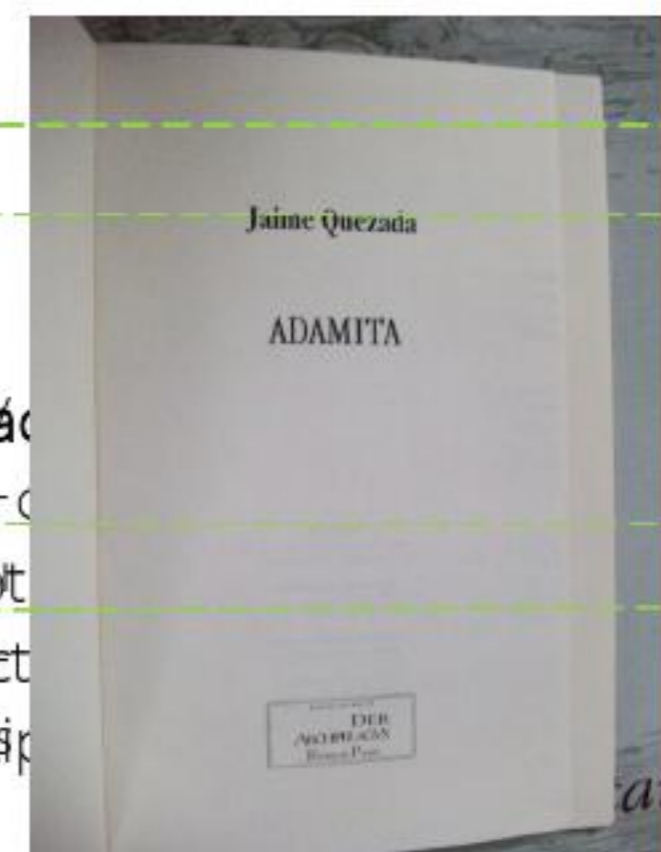
En el diseño editorial actual, la anatomía o partes que componen una publicación deben ser consideradas de una forma más flexible añadiendo y eliminando partes, ordenando estas de una forma diferente a la tradicional o uniendo partes para dar una estructura diferente sin perder la perspectiva tradicional de la edición.

El interior del libro puede constar de:

- **Página de cortesía o de respeto:** son páginas en blanco que se colocan al principio, al final, o en ambos sitios, dependiendo de la calidad del libro.
- **Portadilla:** es la primera página impar anterior a la portada. Se suele

escribir solo el título de la obra o también con el nombre del autor .

- Tomada de la portada simplificada con el nombre del autor y el título de la obra. Se suele escribir solo el título de la obra o también con el nombre del autor .





<ul style="list-style-type: none"> • Portada: la primera página impar que contiene el nombre de la obra y en algunas ocasiones el nombre del autor y la editorial. Suele contener los mismos datos de la tapa. 		<p>distribución de los mismos. Para esto se establecerá un índice al principio o al final del texto principal.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Créditos o Página de derecho: Contienen datos específicos de la edición: año y número de la misma, nombres de los colaboradores (diseñador, fotógrafo, ilustrador, traductor, etc.), Copyright (derechos reservados al autor y editor) e ISBN (International Standard Book Numbers, que corresponde al código numérico del país de edición, editorial y temática del libro). 		<ul style="list-style-type: none"> • Texto principal: estará compuesto en la tipografía elegida, y según la elección del cuerpo, interlineado y característica de la caja tipográfica variará su longitud.
<ul style="list-style-type: none"> • Dedicatoria: es la página impar en la que el autor dedica la obra. 	<p>Tomado de (http://www.exiliadosrepublicanos.info/en/content/dedicatoria-del-libro-de-cecilia-g-de-guilarte-sor-juana-in%C3%A9s-de-la-cruz)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Índice: en el supuesto caso de tratarse más de un tema existirá la necesidad de poder ubicarlo y ver la 	<p>con fines didácticos</p>	



<p>Se alternarán texto e imagen en la medida de considerarse conveniente. En relación con la tipografía podrá hacerse uso de más de una familia o de variaciones dentro de una misma familia para poder diferenciar entre títulos, subtítulos, epígrafes, citas, notas, etc. El cuerpo del libro contiene también, presentación, prólogo, introducción, capítulos o partes, anexos y bibliografía, además de las ilustraciones, láminas o fotografías que contenga.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cabezal / encabezamiento: es la indicación de nombre de la obra, autor, capítulo o fragmento ubicado en la parte superior de cada página correspondiente al texto principal (no siempre se utiliza). 	<ul style="list-style-type: none"> • Folio o numeración de página: es la indicación de la numeración en cada una de las páginas. Para la numeración se considera a partir de la portada en adelante. . No se folian las páginas fuera del texto principal ni las blancas. • Biografía del autor: se la puede ubicar en las solapas, si las hubiera, o en la contraportada. <p>Tomado de (http://www.kabytes.com/curiosidades/kabytes) -aparece-como-ejemplo-en-un-libro-sobre-posicionamiento/ Alejandro Erguía con fines didácticos</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Pie de página: es la ubicación habitual del folio (o numeración de página) y de las notas y citas correspondientes al texto principal. 		



Establecer los márgenes

Cuando hemos tomado la decisión sobre el formato del trabajo que vamos a realizar, una de las primeras cosas que deberemos establecer son los márgenes que éste tendrá.

El formato de trabajo y otros aspectos tales como el tipo de trabajo que realicemos, el público al que nos dirijamos, el grosor de la publicación o el soporte o papel del mismo, serán algunos de las características a tener en cuenta a la hora de establecer los márgenes del diseño.

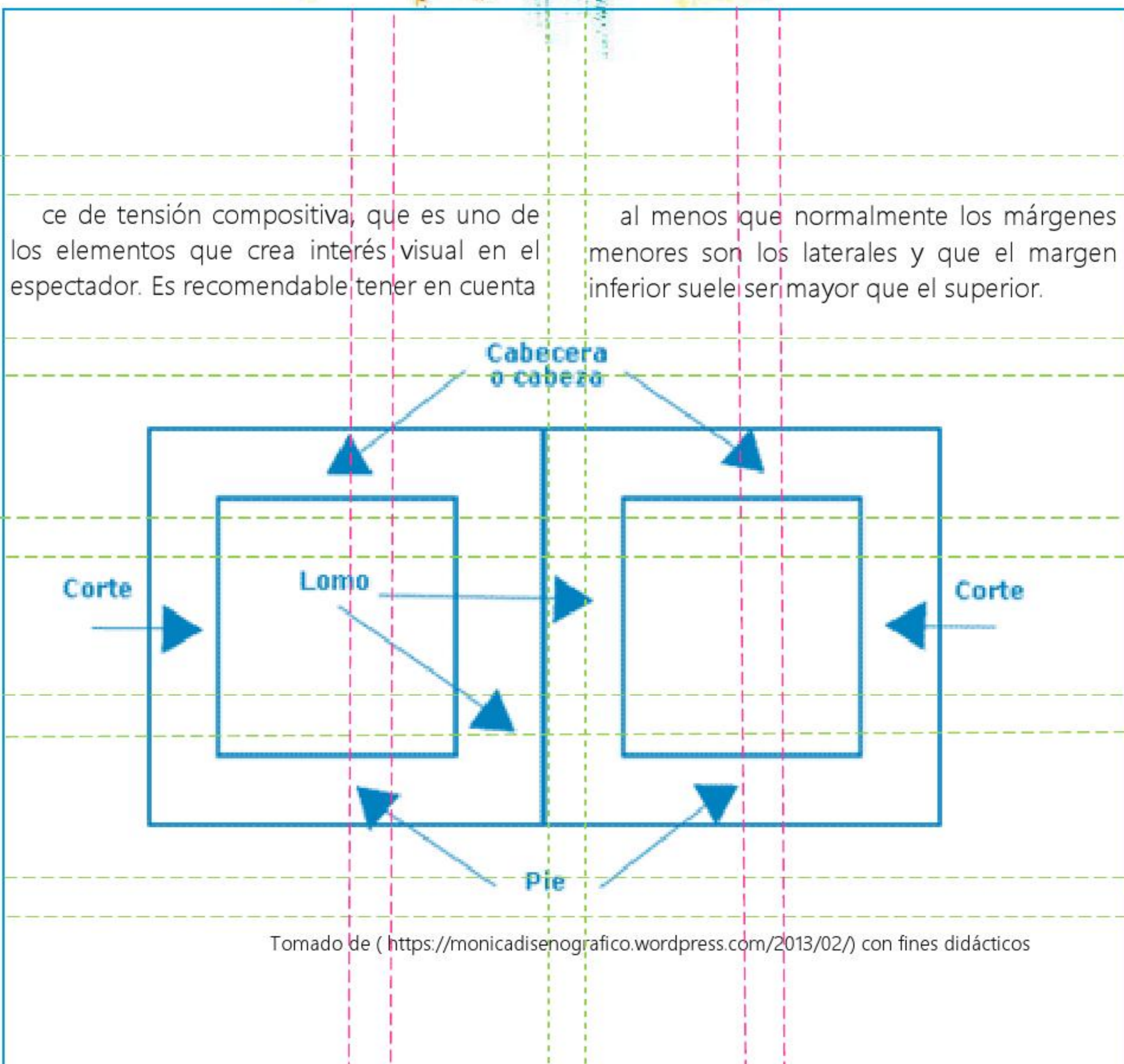
Cuando trabajamos en un diseño editorial, lo normal es que tengamos una representación de la doble página (izquierda y derecha), siéndonos más sencillo poder tener una idea más clara del aspecto que tendrá esa publicación cuando esté en manos del destinatario.

Definamos antes que nada los nombres de los márgenes que nos encontramos en una publicación: el margen superior o de cabeza, el margen inferior o de pie, el margen interior o de lomo y el margen exterior o de corte. Una vez que tengamos definidos los cuatro márgenes obtendremos el espacio de Mancha, es decir la zona de impresión o la zona en la que estarán los contenidos de nuestra publicación o la que equivale al tamaño de la página menos los márgenes.

Entre una mancha y otra se creará una zona de medianil, compuesta por la suma de los dos márgenes interiores y que deberá estar en función del resto de los márgenes así como del grosor que tenga la publicación, ya que a mayor grosor más se dificultará la apertura de las páginas y la mancha deberá quedar fuera de la zona de pliegue.



<p>¿Qué criterios aplicamos para la definición de los márgenes?</p> <p>En principio no hay criterios estrictos y cuando comencemos a trabajar en ellos deberemos considerar algunos aspectos o particularidades de nuestra publicación. Por ejemplo, no será lo mismo que estemos trabajando en una edición de lujo o elitista en la que suele haber una concesión de espacio de márgenes superior a la que podemos tener en una publicación periódica o revista normal, en las que el espacio de margen es más ajustado. Si estamos trabajando en un soporte de bajo gramaje (un papel fino), será conveniente que los márgenes sean simétricos para que las manchetras coincidan y no existan transparencias indeseadas que creen un efecto feo.</p>	<p>para que la publicación no se extienda en exceso y poder generar otros blancos además de los márgenes. Uno de los criterios que podemos aplicar para la constitución de los márgenes de nuestra página sería la tan conocida "regla áurea" o "sección áurea", creando unos márgenes que estén en relación matemática con el formato de la página.</p> <p>Otra proporción que normalmente se utiliza a la hora de establecer los márgenes de los libros es darle un determinado espacio al margen de cabecera, el 0,75 de éste se le aplica al margen interior o de lomo, el doble del interior al exterior y el doble del margen de cabeza al de pie. Estas proporciones deben ser siempre tenidas en cuenta y evaluadas junto con otros aspectos de la publicación así como de la idea que tenga el diseñador sobre su trabajo.</p>
<p>El contenido será otro de los factores que deberemos valorar, ya que si éste es demasiado extenso puede ser conveniente que consideremos una zona de márgenes menor</p>	<p>Lo que si es recomendable es no utilizar los cuatro márgenes iguales, ya que esto crea un aspecto excesivamente monótono y carece</p>





Trabajar con las manchetas y hacer pruebas con sus diseños

Cuando ya tenemos definido un tamaño de mancheta podemos comenzar a distribuir espacios y a crear bloques que simulen los diferentes contenidos que tendrá nuestra página, de esta forma podremos generar de una forma rápida bocetos de cómo puede ser la distribución y el aspecto de la publicación.

El tamaño de los títulos y subtítulos si es que los hay, así como la extensión que éstos deben tener, la distribución de la mancha en diferentes columnas de diversos anchos, la separación que tendrán las columnas, las alineaciones que aplicaremos a éstas, la dimensión de las imágenes, el fluir de los diferentes contenidos o los blancos internos que tendrá esa mancha, serán elementos con los que podremos trabajar visualmente de esta forma para hacernos una idea más cercana del as

pecto que tendrá y decidimos por la maqueta más idónea.

La anchura de las columnas deberá estar en relación con el tipo y el tamaño de éstos utilizado en la publicación. Un mayor número de columnas es recomendable cuando la extensión del contenido es mayor, dotando a la publicación de un cierto carácter de "urgencia o premura"; por contra, cuando el número de columnas es menor y la anchura de éstas mayor, estamos transmitiendo un mensaje más calmo, serio e importante en la propia composición.

La ilustraciones y los títulos pueden ocupar anchos de una, dos, tres o cuatro columnas, dependiendo del énfasis que queramos darle a cada elemento, y siempre teniendo presen



te que aquellos elementos de mayor tamaño o de trazos más gruesos atraerán la atención de forma más inmediata

Deberemos buscar un equilibrio en el establecimiento de los bloques de texto para que ni la columna sea tan estrecha como para que la vista se agote cambiando continuamente de columna y el contenido resulte entrecortado.

Ni tan extenso como para que nos perdamos en unas líneas largas e interminables.

Tendremos que considerar el bloque en su conjunto, horizontal y verticalmente, así como con el resto de los elementos de la página y páginas sucesivas. Que el fluir del contenido entre las diferentes columnas permitan una mejor lectura, pero que la estructura tenga una cierta flexibilidad como para introducir ciertos elementos (imágenes, otros bloques de textos, blancos) que rompan la monotonía y creen interés visual.

columnasociedad

¿Por qué la gente asume que todos debemos seguir las mismas prácticas, creer en lo mismo?, ¿por qué imponer remedios, ideologías, cultura?

Fascismo cultural

¿Por qué la gente asume que todos debemos seguir las mismas prácticas, creer en lo mismo?, ¿por qué imponer remedios, ideologías, cultura?

Nunca me inscribiría a un curso de yoga, pero he de confesar que he asistido con agrado a más de una clase. Porque soy buen marido, claro, pero también porque la maestra es buena. Buena maestra, quiero decir, pero, sobre todo, buena persona. Y no sólo por estar dispuesta a aceptar mi concurso pese a saber perfectamente quien soy —cada que ha venido a dar la clase a domicilio, que ocurre de tanto en tanto, me atraba en mi estudio— en medio de una nube de tabaco, una mano en el teclado de la computadora, la otra sosteniendo un celular por el que pero—, sino por ser enormemente respetuosa. Viste, desde luego, de blanco, y termina cada sesión uniendo las palmas de las manos en actitud de plegaria y susurrando *namasté*. Y si bien a veces instruye a sus pupilas a ritmo de Schumann, con más frecuencia de la que me gustaría recurrir a cantos tibetanos para acompañar y acompañar la clase. Escapa, sin embargo, al cliché de La Maestra de Yoga cuando, terminados los ejercicios físicos, comienza a dirigir el relajamiento no con la imposición de imágenes tradicionalmente asociadas a la serenidad desde su trinchera ideológica —arbolitos, pajiritos y esas cuestiones: la naturaleza concebida como todo lo pródiga y benéfica que no es— sino exhortándonos a pensar —en abstracto— en algo que nos resulte hermoso, que nos brinde consuelo. De ahí que la primera vez que asistí haya podido dibujar en mi mente edificios de Mies van der Rohe y de

Atender enseñar a mi mujer cómo atender su salud (tres regadas graves que casi me cuestan las tres relaciones). Y si he pensado en ella y en ello es a la luz de dos conversaciones escuchadas en Gayosso, lugar en que, por malhadado azar del destino, estoy por obtener una tarjeta del Club Deudo Frecuente. Llega J. directo de la operación de su madre a la cremación de su suegro, lo recibe una mística —una pariente política—, le pregunta dízque muy solícita por la salud de su progenero, preguntando el hijo y marido de veinte (y, qué remedio, igual de positivista que yo), que es mi amigo, le informa que es probable que se imponga una quimioterapia, la iluminada responde que qué quimio ni qué nada, que ella va a darle unas raíces indias muy buenas. Ignoro si curen el dolor de la enferma, pero lo que seguro no contribuyen a paliar es el de J., quien debe sumar a sus penas la de saber que habla con alguien que no lo oye y no quiere oírlo. Idéntica situación al día siguiente, en otro velorio: una mujer ofrece su ayuda —sincera y digna de agradecimiento— a la familia; pero aprovecha también para decirme que está recolectando firmas de apoyo a Carmen Antequera, y que ya lleva un chingo, y que si no estoy feliz por eso. ¿Por qué asume nuestra coincidencia ideológica? ¿Debo espetarle entre coronas de flores y lágrimas que Carmen me parece tan culpable como MVS y Presidencia de su destino? ¿O debo asumir en silencio su fascismo cultural? Cálló. Guardo silencio. Y muero, yo también, un poco. ■

Mario Pani (flor de asfalto que soy, a mí eso me serena) y verlos mutar en rostros de personas queridas, y repetir en silencio palabras entrañables que me han dicho. Buena maestra y buena persona, insisto, como para compartir lo que sabe pero sin imponer su visión de mundo. Este mes he pensado en Alicia —así llaman sus alumnas a la maestra, con cariño— y también en errores cometidos en el pasado: pretender enseñar a mi madre cómo cuidar a su marido, pretender enseñar a mi amigo cómo educar a su hija, pre-

100 GENTE MEXICO

Tomado de (http://1000changosgonetoheaven.blogspot.mx/2011_03_01_archive.html) con fines didácticos



Elección tipográfica

La primera elección suele ser el formato en el que trabajaremos, pero como en muchos diseños es un tema que ya viene impuesto por el cliente o por las circunstancias que rodean el trabajo, nos centraremos en el siguiente elemento fundamental para el diseño y creación de nuestra retícula, que será la tipografía que utilizaremos en nuestro trabajo. Además deberemos considerar este elemento no sólo como el vehiculizado del contenido, sino como un elemento que viene a aportar más información visual al diseño general, por lo que nuestra elección tipográfica debe estar en sintonía con el tema y el estilo de la publicación que estemos trabajando.

No es necesario elegir, muchos tipos para nuestro trabajo, ya que eso sólo hará que el resultado pueda ser más caótico.

Lo que sí puede ser recomendable es elegir un tipo que contenga variedades en cuerpos y estilos, ya que eso nos permitirá una mayor flexibilidad en nuestro trabajo.

Como en un trabajo editorial la presencia tipográfica es amplia y el objetivo del diseñador debe ser que se lea, sería conveniente tener en cuenta las leyes de legibilidad tipográfica y facilitar en la medida de lo posible esa lectura.

Para ellos sería conveniente hacer una elección tipográfica. Para los textos extensos de unos caracteres que sean bien proporcionados y abiertos, con regularidad en los tipos. Si queremos aportar una tipografía más original o poco vista, pero con poca legibilidad, deberemos hacer un uso racional de ella, aplicándola en textos poco extensos.



<p>Cuando seleccionemos este tipo de letra deberemos evaluar que esté acorde con el contenido general o el estilo de la publicación ya que las tipografías "decorativas" o con una fuerte personalidad caracterizan excesivamente el diseño.</p> <p>Cuerpo tipográfico con el que trabajaremos</p>	<p>partir de la elección del cuerpo de texto, deberemos determinar el interlineado que debe facilitar al lector el salto de una línea a otra sin distracciones ni confusiones, para ello lo normal es que el interlineado sea unos puntos mayor que el tamaño tipográfico que estemos utilizando (un 20% más del tamaño del tipo), indicándose de la siguiente forma:</p>
<p>Debe buscarse una armonía entre ese tamaño, junto con el interlineado y la longitud de las líneas de las columnas. No olvidemos que aunque estemos hablando del un tamaño tipográfico o cuerpo, no todas las letras tienen la misma medida, ya que esto depende de la altura de la x. A mayor altura de la x mayor legibilidad tipográfica.</p> <p>Bloque de texto</p> <p>Deberemos usar una medida tipográfica que estará entre 8 y 11 o 12 puntos, dependiendo de la letra elegida y el destinatario. A</p>	<p>8/10 o 10/12, que indica un tamaño tipográfico de 8 con un interlineado de 10 o un tamaño de 10 con un interlineado de 12.</p> <p>Dos cosas deberemos considerar en cuanto al interlineado:</p> <p>La medida de éste será diferentes en las columnas que sean más anchas, ya que requieren un mayor interlineado para seguir manteniendo la legibilidad tipográfica.</p> <p>Otro punto a considerar es con respecto a la medida de los titulares (36 puntos o</p>



<p>más que) en este caso el espacio entre líneas debería reducirse en proporción al aumento del tamaño del punto.</p>	<p>Para romper la monotonía tipográfica o la textura que creamos mediante el texto y aplicado a ciertos detalles, podremos jugar con el interletraje de una determinada frase o un elemento tipográfico:</p>
<p>Otro elemento a determinar será la anchura de la columna, que evidentemente debe seguir en relación con los elementos anteriores para buscar esa armonía de legibilidad tipográfica. Lo normal es que las columnas tengan un ancho que puede ir de sesenta a setenta caracteres.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Un titular, numeración, nombre de capítulo. (Haciendo que sea mayor o menor.)
<p>Otros factores a establecer o que pueden ser modificados son:</p>	<p>Cuando forzamos un interletraje:</p> <p>Aumentándolo</p>
<ul style="list-style-type: none">• El set o el espaciado entre pares de letras y, sobre todo, el Track o espaciado entre palabras que tradicionalmente ha sido utilizado por los tipógrafos para alterar la densidad visual del texto.	<p>Podremos conseguir un aspecto de mayor ligereza y elegancia, que puede acrecentarse si el tipo utilizado tiene un grosor fino, creando un efecto delicado.</p>
<p>Estos dos conceptos puede verlos más extensamente en nuestras páginas.</p>	<p>Sentido negativo:</p> <p>La textura tipográfica puede convertirse casi en una masa de color, que utilizado con</p>



<p>moderación y siempre teniendo en cuenta la legibilidad, podrá crearnos una sensación de continuidad y de urgencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 	<p>Utilización de elementos superpuestos para dar un aspecto visual de diferentes planos en el mismo diseño o transparencias</p>
<p>Cuando hayamos determinado estos factores obtendremos una mancha tipográfica o también denominado "color tipográfico" que nos proporcionará una textura formada por el texto de la página y que será en mayor o menor medida denso o gris dependiendo de lo "apretada" que esté la tipografía en el bloque.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 	<p>Esto siempre deberemos hacerlo buscando un juego de contrastes que nos permitan seguir manteniendo una cierta legibilidad y como un recurso más que no termine cansando al lector.</p>
<p>Podemos hacer una prueba que será alejar la hoja impresa y ver la tonalidad que nos da, si es excesivamente negro el bloque, quizás sería conveniente que ajustásemos algunos de los factores como el interlineado y buscar, si es que es lo que queremos, un flujo tipográfico "armónico".</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 	<p>También puede que queramos romper las estructuras rígidas de los bloques de textos y que busquemos otras posibilidades que den como resultados bloques deformados o líneas que sean casi más gráficas que tipográficas. Este tipo de recursos pueden ser utilizados, pero siempre que no lo hagamos de forma extensiva o en bloques demasiado largos.</p>
<p>En algunos elementos tales como titulares o capitales, puede que optemos por soluciones más creativas como:</p>		



Formatos en diseño editorial

Definiremos el formato como el tamaño del área que tenemos para realizar una composición, es decir para diseñar.

En el aspecto Editorial hay ocasiones en las que el formato puede ser elegido por el diseñador, lo que le da muchas posibilidades a la hora de componer. Pero en la mayoría de las ocasiones, esto no sucede, y el espacio o formato está predefinido, lo que obliga al diseñador a adaptarse a dicho formato .

De cualquier forma, la composición o ubicación de los elementos, deberá hacerse en coherencia con el formato.

Un aspecto que debemos tener en cuenta dentro de los formatos es el margen, es decir el espacio en blanco que rodea la composición. Dependiendo del tipo de trabajo que

estemos realizando el margen tendrá una función diferente. Por ejemplo, si lo que estamos haciendo es el diseño de un libro, los márgenes pueden tener una doble misión.

Por un lado estética, dejando un margen blanco en los extremos (superior, inferior, derecho e izquierdo) de la composición para que esta sea más clara y agradable de leer. Por otro lado práctica, ya que los márgenes pueden servir para facilitar la encuadernación del libro. A su vez los formatos se pueden dividir en diferentes estructuras:

1. Formatos de una columna, suele emplearse para libros , mostrando solo texto, una imagen acompañada de texto, o solo imagen.

2. Formatos de dos columnas, ofrece más



<p>posibilidades para combinar textos e imágenes.</p>	<p>utilizar en periódicos y revistas, ya que facilita la composición cuando se trata de mucho texto.</p>
<p>3. Formatos de tres columnas, también ofrece muchas posibilidades con respecto a la combinación de imágenes y textos de diferentes tamaños.</p>	<p>En cualquier caso hay que tener en cuenta:</p>
<p>4. Formatos de cuatro columnas, se suele</p>	<p>El tamaño de las columnas, ya que condicionará el tamaño de la tipografía.</p>
<p>Tomado de (http://www.damarpublicidad.com/editorial.php) DAMAR con fines didacticos</p>	



Utilización de la retícula y otros elementos de nuestro diseño

Cuando ya tenemos creada la retícula, deberemos asegurarnos que hemos incluido en ella toda la información que necesitamos, aunque también nos puede ocurrir que la retícula tenga una información excesiva, lo que la convertirá en confusa.

Deberemos decidir sobre ciertos elementos que vendrán a completar la publicación que estamos desarrollando tales como: titulares, subtítulos, secciones, paginación, utilización de capitulares, dimensiones y estilos de las imágenes ¿podrán estar contorneadas y entrar en los bloques de texto o mantendrán su proporción original?, todos estos detalles deberán estar en consonancia con el tipo de publicación que estemos realizando.

No debemos olvidarnos del sangrado o

espacio de seguridad que nos permitirá que aquellas imágenes o color que se encuentre junto al borde no queden una franja blanca alrededor. A mayor calidad impresora, menor espacio de sangrado, pero no estaría mal que fuésemos generosos para mayor seguridad (0,25 – 0,5 cm.).

También deberemos considerar el sangrado del margen central para las ilustraciones incluidas, ya que pueden quedarse con un tamaño insuficiente. La retícula debe ser un elemento básico del trabajo, pero no debe constituirse en un elemento que nos limite tanto como para no poder realizar modificaciones puntuales o utilizar ciertos elementos con un poco de libertad.

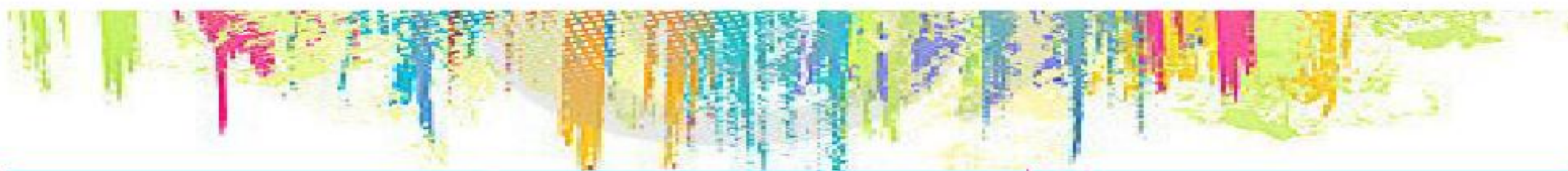
Por ejemplo, nos puede ocurrir que este-



<p>mos colocando una serie de imágenes en nuestra maqueta, normalmente las imágenes se ceñirán a la retícula, intentando que se ajusten a las pautas por ella prefijadas.</p>	
<p>Si deseamos introducirle un pie de foto, nos puede ocurrir que si lo ajustamos a la retícula nos quede demasiado ajustado y las letras ascendentes o las descendentes pisen la fotografía, para solucionar esta situación tenemos dos posibilidades: dejar una línea y colocar el texto en la siguiente línea de la retícula, pero puede que el espacio entre la imagen y el pie de foto sea excesivo; o ajustar la línea base del texto pie de foto, haciendo que se encuentre en el espacio intermedio de la línea base.</p>	<p>elementos ajustados a la línea de caja, habremos conseguido una marcada línea, que podremos cortar en algunos momentos con ciertos recursos que rompan la monotonía y ayuden a la lectura. Uno de estos recursos es la utilización de "textos destacados", es decir un texto que se extrae del propio artículo o texto general y se destaca mediante la tipografía o algún otro recurso (color, líneas, caja de texto).</p>
<p>En esta segunda situación hemos modificado la retícula para este caso, pero para solventar un problema que tendría mala solución si la intentásemos mantener.</p>	<p>Normalmente el texto destacado debe ser una frase que resulte un tanto provocativa, para que el lector se sienta atraído por el resto del contenido y suele superar la anchura de la columna invadiendo incluso la columna colindante. Las columnas deberán ser entonces de un ancho suficiente como para que admitan esa invasión del objeto hasta la mitad aproximadamente y que tipográficamente no nos queden palabras sueltas que afecten el diseño de la columna. Es recomendable que le habilitemos un espacio reservado que le proporcione un cierto "aire" y permita una</p>
<p>Mediante la colocación de los diferentes</p>	



<p>mejor lectura. Esta medida también deberemos seguirla en todos los elementos que contorneemos.</p>	<p>les o confusiones de lectura así como efectos antiestéticos en nuestro diseño de página.</p>
<p>Es normal que utilicemos pequeños subtítulos que dividan y estructuren el contenido textual, principalmente en la edición de páginas de revistas o periódicos.</p>	<p>Deberemos establecer una organización tipográfica adecuada, que le permita al lector comprender la importancia y organización del contenido de ese texto, resaltando algunas de las partes que establezcan un índice o indicativo de lectura. En definitiva, estableciendo una lógica tipográfica que se convierta en la lógica interna de texto.</p>
<p>La función de estos es realizar una pausa en la lectura además de introducir nuevos temas. Cuando los coloquemos deberemos tener cuidado de que no se encuentren a la misma altura en columnas consecutivas, incluso que mantengan una cierta distancia de no menos de cuatro o cinco líneas hacia arriba o hacia abajo, si se produce coincidencia entre ellos generaremos confusión y estableceremos una división visual horizontal de la página que nos romperá el esquema de maquetación total. Esta misma consideración de no coincidencia de elementos o blancos a una misma altura, deberemos tenerla en cuenta para no generar rompimientos visua-</p>	<p>Dependiendo de que tipo de publicación se trate otros elementos de la maqueta tendrán mayor o menor importancia. No es igualmente importante la numeración o foliado en una novela, en la que la lectura es ordenada y progresiva, que la numeración de una guía, un periódico o una revista, en la que podemos hacer una búsqueda específica de un determinado contenido o lectura. Por lo que la colocación de este tipo de elementos debe ser más evidente y clara.</p> <p>Después vendrá el momento final de ir colocando el contenido en la estructura que hemos establecido, que será cuando nos encon-</p>



<p>remos una serie de problemas prácticos que vendrán determinados por las particularidades del contenido y que tendremos que ir solucionando a medida que se nos presente.</p>	<p>gan el mismo número de líneas, deberemos entonces intentar que sea más larga la primera columna. En algún caso, sin embargo, la naturaleza de los datos imposibilita el cumplimiento de la norma, y entonces debe permitirse que la primera de las columnas sea más corta; en este tipo de disposición del texto debe evitarse asimismo que coincidan a la misma altura dos subtítulos, ya que dividen la página en dos partes horizontalmente; la misma situación puede darse, y también debe evitarse, cuando se usan iniciales destacadas en varios párrafos del texto.</p>
<p>Nos encontraremos con los ríos o calles (espacios en blanco que se forman en las columnas en diferentes líneas debido a espacios coincidentes de cada línea) que tendremos que evitar. También nos podremos encontrar con diversos guiones consecutivos a final de línea en una misma columna o repeticiones de elementos de una línea a otra, que también deberemos evitar para no afejar los diferentes párrafos y en definitiva, nuestra maqueta.</p>	<p>Asimismo deberemos evitar las palabras sueltas que quedan al final de un párrafo, los comienzos de párrafo al final de una columna, los finales de párrafos al comienzo de una columna, la descompensación de párrafos, unos demasiado extensos y otros demasiado cortos, las frases sueltas antes o después de una imagen o ilustración, la utilización de subtítulos demasiado seguidos o excesivamente espaciados, las páginas cortas de</p>
<p>También puede ser habitual que cuando el texto de una página o una parte del texto se dividen en dos columnas, deberemos intentar que éstas sean iguales.</p>	
<p>En el caso de que el contenido o la retícula no pueda retocarse para conseguir que ten-</p>	



contenido... en definitiva cuidar los detalles de nuestra maquetación y evitar los problemas que siempre nos da la maquetación de

los contenidos, de forma que obtengamos una edición agradable y un aspecto profesional y cuidado.

Tomado de (<https://yumaidesign.wordpress.com/2014/06/09/disenas-con-o-sin-reticula/>) Yumahi Herrero con fines didácticos



Filetes y capitulares

Filete: Líneas que sirven para delimitar recuadros, cuadros, ilustraciones o fotografías o para separar diferentes partes del texto.

diseño general, como base o colofón de ciertos textos o con una función de direccionalidad.

Es normal que utilicemos una serie de elementos ornamentales que dotarán al diseño de atractivo y aligerarán la estructura de la maqueta o la reforzará, tales como filetes, diferentes líneas, encuadres, diferentes elementos geométricos. Estos elementos deben ser utilizados con sentido para reforzar la estructura del contenido y cumplir nuestro objetivo de diseño. Los filetes pueden utilizarse en las publicaciones con fines diversos, pueden tener una función más ornamental o funcional o una combinación de ambas. Pueden estar dividiendo y estructurando el espacio textual o blanco, también pueden ser utilizados para destacar cierta información de


Si nos decantamos por este recurso gráfico, podremos utilizar una gama amplia de distintos grosores, estilos o colores que nos proporciona cualquier programa de diseño. Aunque la gran variedad de opciones no nos deben hacer perder el estilo que queramos seguir en nuestro diseño, por ejemplo, la utilización de filetes demasiado gruesos con caracteres finos puede hacer que nuestro trabajo se eche a perder y que la composición resulte torpe y chapucera.

Las líneas deben establecer una relación con la tipografía utilizada en la página así como con el diseño general.



<p>Escoger un tipo de línea para nuestro diseño es siempre una decisión que debe ser analizada y justificada conceptualmente, tanto en cuanto a la intencionalidad como al tipo o estilo de la misma.</p>	<p>mendable que limitemos el uso de diferentes grosores, ya que el resultado de un exceso de variedad pueden ser nefastos y caóticos.</p>
<p>Una línea dura y sólida, implicará un carácter más afirmativo que una delicada línea de 0,5 puntos. No tendrá la misma significación ni fuerza una línea de puntos fina que una de trazo grueso o biselado que puede tener una mayor fuerza ornamental.</p>	<p>Otra recomendación que podemos hacer es que cuando estemos utilizando diferentes tipos de líneas y grosores de las mismas, los contrastes sean evidentes, eliminando ambigüedades que pueden denotar incoherencias del diseño.</p>
<p>Es adecuado intentar buscar elementos que se unifiquen o apoyen en la utilización de características comunes, como puede ser la utilización de similares grosores de línea, y posteriormente romper con otras pautas visuales, de forma que el interés visual se vea acrecentado por esa creación de un esquema rígido y posteriormente el rompimiento del mismo. Cuando estamos utilizando las líneas para marcar los extremos de las paginas o enmarcar el contenido de la pagina, es reco-</p>	<p>Otro elemento que normalmente podemos encontrar en los trabajos editoriales es la utilización de capitulares, o iniciales muy grandes, que tienen como función indicar el comienzo de un capítulo y centrar la atención en el inicio del texto o simplemente con una intención decorativa.</p> <p>Lo normal es que la línea base de la capitular caiga una o más líneas bajo la línea base de la primera línea del párrafo. Es conveniente que utilicemos este recurso en aquellas columnas que tengan suficien.</p>



<p>te ancho como para que no queden espacios tipográficos raros y antiestéticos o escasez de texto junto a la capitular</p>	<p>des de poder trabajar con este tipo de elementos o con otros.</p>
<p>Para que el resto de las líneas contorneen la capitular, los programas de edición insertan tabuladores y saltos de línea al final de cada línea en contacto con el lateral de la capitular.</p>	<p>Las normas deben estar para tenerlas en cuenta y también para saber que podemos jugar con algunos factores para dar otras soluciones que puedan romper la monotonía visual.</p>
<p>Los saltos de línea permiten que el tabulador siempre esté al principio de la línea. Si el primer carácter tiene un trazo descendente, es posible que haya que ajustar a mano la capitular para conseguir el efecto deseado. Es recomendable que la capitular mantenga el mismo espacio con las líneas inferiores que con las líneas que tenga a la derecha.</p>	
<p>El diseñador siempre deberá recordar que aunque estas son algunas de las recomendaciones que podemos dar para la aplicación de una capitular, eso en ningún caso significara que no existan otras muchas posibilidades</p>	<p>Tomado de (http://pixelnauta.com.ar/curso2011/indesign/clase10/index4.html) con fines didácticos</p>



Combinar imágenes y tipografías

En esta parte veremos cómo trabajar el texto junto con las imágenes así como algunas "intervenciones" y relaciones especiales que puede establecer un elemento con el otro.

Mediante la fotografía o las ilustraciones conseguiremos establecer una serie de puntos de atención que aportarán color, texturas, dinamismo y son los elementos de más inmediata comunicación. Para la comunicación publicitaria será casi imprescindible su utilización. La ilustración puede ser más eficaz cuando se trata de transmitir ideas, mientras que la fotografía es más literal.

En la maquetación de textos e imágenes podemos seguir una pauta rígida que nos ajuste tanto un elemento como el otro a la retícula base o la línea de base, ya que mu-

chos programas de composición lo realizan de forma automática. Aunque lo normal será que luego tengamos que ajustar las imágenes con respecto a algunas líneas de texto o a los pies de foto.

Deberemos cuidar la retícula con respecto a las imágenes, ya que la mayor importancia visual la tienen éstas y su disposición dentro de la página condicionará el orden de lectura, el recorrido visual y la atención del lector. Lo normal es que una vez que tengamos los tamaños de las imágenes con las que tengamos que trabajar, ajustemos la retícula y las columnas que la componen, ya que en muchos casos nos encontraremos con el impedimento por parte de nuestro cliente de modificar el tamaño de éstas imágenes; además en otros casos la adaptación de las imágenes a los



<p>formatos de nuestra retícula serán imposible o difíciles de realizar sin tener pérdida de proporciones o encuadres.</p>	<p>tre el texto y los lados de la caja de éste que lo contiene cuando estamos poniendo una imagen o ilustración o cuando introducimos un corondel junto a esa caja de texto.</p>
<p>Otra posibilidad que se ha generalizado desde que el diseñador utiliza herramientas informáticas es la de que las imágenes rompan la estructura rígida establecida por la retícula y las imágenes se inserten dentro de los propios bloques de textos de una forma más libre, giradas, contorneadas o atravesando diversos bloques de texto y siendo contorneadas por las propias líneas de los párrafos en los que se inserta. El contorneo debe ser en este caso lo suficientemente amplio como para que deje suficiente aire o espacio</p>	<p>Corondel. Línea fina que separa dos columnas en sentido vertical. En separaciones con blanco únicamente se denomina Corondel ciego.</p>
<p>de reserva entre la imagen y las líneas que están alrededor, asimismo como cualquier otro elemento que se contornee las columnas deben ser suficientemente anchas como para que lo permitan y no queden espacios de la columna/s demasiado/s pequeño/s. El espacio reservado es el espacio que se ajusta en-</p>	<p>En muchas publicaciones, se utiliza un espacio reservado de 3 o 4 puntos, que tendrá que ser doble cuando la caja tiene un fondo de color.</p>
	<p>La mayoría de las publicaciones siguen unas pautas ya establecidas en el diseño editorial y no se apartan de las reglas, pudiendo resultar correctos aunque no especialmente interesantes desde el punto de vista del diseño. Alejarse de las pautas tiene un riesgo y es que el resultado puede ser realmente interesante o un verdadero desastre. Pero el riesgo es la única forma de conseguir resultados di-</p>

ferentes .

La monotonía que puede dar la utilización del texto, puede ser compensada cuando comenzamos a combinar el texto con la/s imagen/es de distintas formas, obteniendo resultados que pueden ser sorprendentes y llegando a ofrecer al lector distintas experiencias sensoriales de diversa índole.

Asimismo el texto también puede tener un uso más gráfico que textual, jugando con tamaños tipográficos inusuales o girados con



En el circo llamado los leones flacos de González Catán, trabaja una elefanta con la piel muy arrugada, tan arrugada, que un día el enano mal oliente dueño del circo le dijo: «Mire, usted va a tener que empezar a ponerse una crema anti-age, porque esta piel así no gusta, no cotiza para el circo. La gente se empieza a quejar y me dicen «semejante animal con esa faldita rosa tan cortita y esas arrugas da mucha impresión, es desagradable...», y debe ser por eso que

respecto a la horizontal, con respecto a esto último indicaremos que cuando giramos un texto o una ilustración deberemos seguir una norma para no dar una sensación de desorden, siendo importante que uno o dos de los vértices del elemento girado esté en contacto con una línea base o con la guía.

Tomadas de
(<http://subcutaneo-creative.com/page/18/>)
Subcutáneo,
con fines
didácticos

expresión!

Frida rebasando el arte

Por la Estrada y girando la ilustración
con los colores más vivos y brillantes con
los gestos más sencillos del consumo.

Frida Kahlo fue una artista mexicana que se destacó por su estilo único y su capacidad para expresar sus sentimientos a través de su arte. Su obra es una mezcla de lo real y lo imaginario, lo cotidiano y lo simbólico. Su arte es una forma de vida, una forma de sentir y de pensar.

1925
Frida Kahlo se casó con Diego Rivera, un pintor mexicano que se convirtió en su esposo y en su mayor apoyo. Su matrimonio fue una unión de amor y de arte, una unión que duró hasta su muerte.

1913
Frida Kahlo nació el 7 de julio de 1913 en Mérida, Yucatán, México. Su padre era un ingeniero y su madre era una maestra. Desde pequeña mostró un talento excepcional para el arte.



El director de arte

El director de arte es normalmente el encargado en una agencia de publicidad de poner en imágenes la idea o concepto que se quiere transmitir en el anuncio.

El objetivo de su trabajo debería ser, encontrar una complementación perfecta entre imágenes y textos, que sirva a la personalidad pública de una marca. Porque, como siempre, no vale cualquier imagen, o la más singular que se les ocurra en aquel momento sino, y además, la que más se ajuste al estilo personal que cada marca requiere para ir construyendo su propia personalidad".

El director de arte evidentemente no sólo se encargará de dar forma a la imagen gráfica que tendrá el anuncio, sino que deberá cuidar todos los aspectos textuales que entrarán

a formar parte del anuncio, aprovechando tanto las posibilidades tipográficas del anuncio, así como de la estructura y espacio de composición del mismo.



Tomado de (<http://trabajoenbrasil.org/profesionales-del-diseño-para-trabajar-en-porto-alegre/>) con fines didácticos



La imagen en periódicos/ revistas

La prensa utiliza un papel de mala calidad, poroso y por tanto muy absorbente, por lo que las imágenes no pueden tener una alta resolución y muchos de sus detalles pueden perderse en la reproducción o empastarse la imagen.

En cuanto a las páginas que pueden imprimir en color, puede ser común que las planchas no coincidan, por lo que se pueden producir fácilmente problemas como "fuera de registro". Esto hace que el medio no sea muy adecuado para muchos productos que necesiten del color o que necesitan dar una imagen viva del producto.

Es por ello que casi todos los diarios poseen dominicales, convirtiéndose en una extensión del periódico, que tiene el mismo

lector o mayor que ofrecen en ese espacio la calidad de la que carecen en el medio habitualmente. Sin embargo, las revistas son medios más gráficos que la prensa, en donde la imagen tiene un peso mucho mayor y desde el propio medio se cuida más la selección de imágenes para la edición de la misma.

Eso quiere decir en términos publicitarios que nuestro anuncio tendrá que entrar en directa competencia con el nivel gráfico de la propia revista, por lo que tendremos que hacer un esfuerzo para que nuestro anuncio siga teniendo capacidad de impactar o, al menos, llamar la atención del lector. Por lo que en las revistas deberemos ser más exigentes en cuanto a la imagen gráfica que estamos creando para publicitar nuestra empresa, producto o servicio.



Identidades corporativas

Así como para la Identidad Corporativa es necesario que sea reflejada en un Manual de Identidad que nos sirva de pauta para saber cómo aplicarla a los diferentes elementos, y en las diferentes situaciones en las que tengamos que utilizar la logo marca, asimismo necesitaremos un Libro de Estilo para nuestro diseño editorial y que sea la "Biblia" o la pauta a seguir en nuestra publicación, sobre todo cuando estemos en una publicación periódica, de un diseño que esté desarrollado por un equipo y que tenga una cierta complejidad.

Cierto es que podemos trabajar con el documento o plantilla digital de la publicación y que esta ya puede contener muchas pautas de trabajo, pero también es cierto que muchas indicaciones no se podrán encontrar en

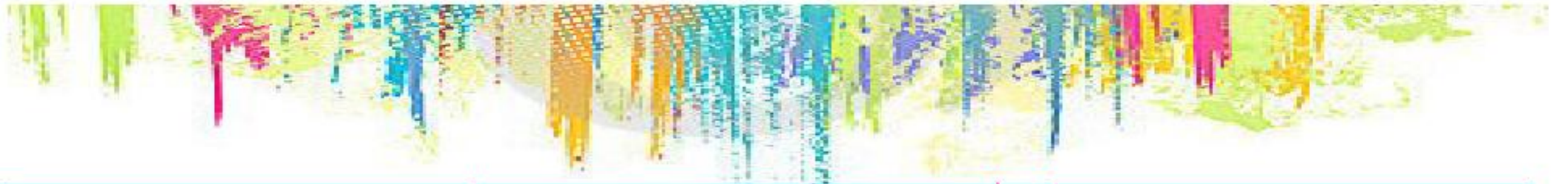
la propia plantilla y que el diseñador novato además se puede encontrar con excepciones o dificultades que no sabrá resolver a no ser que ya estén contempladas en ese libro de estilo. La existencia de ese libro normalizará el trabajo de diseño y establecerá una forma de trabajo y un estilo que será el que se mantenga en los diferentes números de la publicación.

Algunos diseñadores pueden pensar que la existencia de un Manual de Identidad o el de un Libro de Estilo limitan la creatividad y la libertad de los siguientes profesionales que trabajen con esos elementos, pero no es así. Lo que viene es a normalizar y a establecer la identidad de un determinado proyecto .

Tampoco significa que los proyectos sean



<p>Tampoco significa que los proyectos sean totalmente estrictos y no se pueda jugar con un estilo más libre, puede que estemos en un estilo libre, pero siempre documentando en qué elementos, en qué situaciones y que tipo de libertad se puede tener en las aplicaciones. Por ejemplo un logotipo o una logo marca no tiene por qué ser totalmente estricto en sus representaciones o utilizaciones, de hecho existen múltiples identidades de distintas empresas que se basan en cambios en cuanto a representación tipográfica, distintos usos de color o utilización independiente o conjunta de distintos elementos que componen la marca.</p> <p>Un caso extremo son aquellas marcas que no se manifiestan en una representación visual concreta, sino múltiple.</p>	<p>juega a la confusión de la marca para hacerse pasar por otro y que el consumidor compre pensando que está comprando otra marca. Aunque este no es el caso en estudio.</p> <p>Visto en este caso que puede existir la flexibilidad, lo que sí que debe hacer una identidad bien realizada es marcar cual es esa flexibilidad y en qué casos que usos se puede hacer de la identidad.</p> <p>Si se ha realizado una identidad no es para mostrarla y decir "aquí tenemos nuestra identidad", sino para que realmente sea el manual de uso de la misma, el libro de referencia de la comunicación básica de nuestra empresa.</p>
<p>Es así como la identidad puede tener diferentes formas o maneras de mostrarse al público pero lo que no debe ser en ningún caso es confusa. Aunque hay casos en los que se</p>	<p>Por lo cual deben estar recogidos en este todos los posibles usos de la misma, de forma que sea el propio diseñador el que marque la libertad, flexibilidad o restricciones que tenga la marca para que siga siendo un referente claro.</p>



Visita a Santilla

En una visita realizada a la editorial Santillana en Santiago, tuvimos la oportunidad de conversar con el que trabaja en el departamento de diseño editorial de esta empresa.

A continuación presentamos la información que obtuvimos de esta entrevista:

El diseño editorial trabaja con los textos y la diagramación de éstos, ya sea para prensa, novelas, educación, etc.

Se trabaja con autores externos, los cuales llevan sus obras o son contratados para hacerlas, además de los ilustradores que realizan los dibujos en base a los textos, (esto luego de pedir las autorizaciones a las entidades pertinentes) la información es traspasada a editores, que se encargan de corregir y aco-

modar las imágenes o ilustraciones en base a páginas maestras. Para esto se utilizan programas de diagramación digital como QuarkXPress, InDesign, en el caso de los textos, y en Photoshop e Illustrator, en el caso de las ilustraciones e imágenes, principalmente con tecnologías Macintosh.

En la diagramación se produce un esquema o página maestra sobre la cual trabaja el editor ordenando los textos e imágenes y corrigiéndolos de posibles errores ortográficos, (a esto se le denomina corrección de estilos) preocupándose que el texto sea comprensible para el lector al cual está enfocado.

Esta información es traspasada al diseñador, que se encarga de escoger las fuentes, colores, formas, etc. con las que se trabajará.



<p>(etapa de pre-prensa)</p> <p>El diseñador traspasa toda la información que el editor le proporciona a programas de diseño especiales para la diagramación, en los cuales también se trabaja con páginas maestras.</p>	<p>información en archivos PostScript o PDF, que son formatos en creados en base al código binario (0 y 1), ya que este es inalterable y de alta resolución (300 dpi) y es enviada a la imprenta la cual se encarga de realizar los trabajos necesarios para que toda la información sea traspasada al papel.</p>
<p>Se ordena la información en base a la página maestra, y se trabaja las imágenes antes de incluirlas en el texto ya que muchas de estas son ilustraciones que tienen que ser alteradas para el fin que se busca.</p>	<p>El diseño editorial tradicional quedó obsoleto pues consistía en trabajos manuales, desde la etapa de diagramación, hasta la impresión.</p>
<p>Luego de ordenar todo esto, se imprime una tira de prueba que es enviada nuevamente al editor que se encarga de corregirla tantas veces como sea necesario, estos errores son escritos en borradores que son reenviados al diseñador para que haga las correcciones necesarias.</p>	<p>Las nuevas tecnologías permiten un diseño más rápido, limpio y económico. Éstas comenzaron a llegar a Chile a finales de los años 80, pero fue a mediados de los 90 que se comenzaron a aplicar al diseño en general, siendo PageMaker el programa precursor de los modernos programas de diseño editorial.</p>
<p>Al finalizar esta etapa y tener lista la diagramación, el diseñador transforma toda la</p>	<p>En estos programas se trabaja en cuatricromía y se usa Photoshop para calcular que los porcentajes de color sean los adecuados para</p>

una buena impresión.

En relación al diseño editorial que es destinado al sector educación, el MINEDUC establece restricciones para estos, principalmente que las fuentes utilizadas sean legibles, sin serifs, y que el lenguaje sea comprensible, además se establece que para educación básica (hasta séptimo básico) se utiliza tipografía en 14 puntos y desde octavo básico en adelante, en 12 puntos.

Los autores de textos educativos trabajan en bibliotecas que poseen las editoriales desde las cuales extraen la información necesaria y la adaptan de acuerdo a las exigencias de la editorial.

También se trabaja con bancos virtuales de imágenes, las cuales son almacenadas en formato EPS, (Encapsuleter Post Scripts) que permite una mayor resolución de la imagen para la impresión.

cuaderno

Matemáticas 1 PRIMARIA

Primer trimestre



Proyecto La Casa del Saber

Santillana

Tomado de (<http://didactalia.net/comunidad/materialeducativo/recursos/categoria/santillana/DC64E435-A5D6-4968-9584-E8B19496066A>) didactalia con fines didácticos



Conclusiones

En el informe realizado se explicó detalladamente cada una de las etapas del diseño editorial su formación y distribución pasando también por sus aspectos legales que nos dieron a conocer como las leyes en otros países son mucho más estrictas en relación a las leyes de derechos de autor que existen en nuestro país.

Comprendimos que el diseño editorial se preocupa de armonizar la estructura interna y externa de publicaciones como revistas, libros, etc. para que sean más atractivas para el consumidor,

Las características propias de este tipo de diseño y sus componentes están muy bien definidas y nada es dejado al azar, al contrario, son complejas y elaboradas. Nos damos cuenta de lo poco que se sabe al respecto, entonces por eso mismo este informe nos da una idea del gran trabajo que se esconde tras la tapa de un libro. Además la experiencia de la visita a la editorial Santillana ayudó a comprender aún más nuestro escaso conocimiento sobre el trabajo real de las editoriales, viviendo todos los procesos que desembocan en la creación de una publicación real



Creemos también que toda esta información y metodología de trabajo se pierde en las nuevas generaciones, las que practican el diseño de páginas Web y los llamados E-books o libros virtuales, los cuales carecen de estilo bibliográfico y no enfocan sus diseños, aunque si deberían hacerlo, en trabajar por ejemplo, con los márgenes y las

tipografías. Por todo lo averiguado podemos afirmar lo poderoso que es el diseño gráfico Editorial y el valor de las ediciones impresas, las cuales, a pesar de todos los avances tecnológicos y las nuevas formas de información, siempre seguirán manteniéndose como la principal fuente de información para nuestra cultura.



Glosario

Campo Reticular: Estructura formada por alineaciones perpendiculares entre sí, con separaciones repetitivas.

Capitulares: Dicho de una letra: Que empieza el capítulo de un libro, o un párrafo, cuando es resaltada en tamaño, o por algún adorno.

Composición: Conjunto de elementos ordenados; planeación y el arreglo de los elementos contenidos en la obra ya sea fotográfica o artística buscando exaltar las sensaciones en el espectador consiguiendo así la respuesta máxima a los elementos mas mínimos

o mayoritarios

Diseño Editorial : Rama del diseño gráfico dedicada al diseño, maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos, libros o arte de tapa en discos.

Encapsuletter Fost Scrip : Formato de archivo gráfico, que satisface algunas restricciones adicionales.

Formato : Forma, tamaño y modo de presentación de una cosa, especialmente de un libro o publicación semejante.



<p>Maquetación: Oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.</p>	<p>y el izquierdo de la impar.</p>
<p>Mancheta: Parte superior de una página o cubierta de una publicación donde aparece el encabezamiento o título de la misma.</p>	<p>MINEDUC: Es el ministerio de Estado encargado de fomentar el desarrollo de la educación en todos sus niveles; asegurar a toda la población el acceso a la educación básica; estimular la investigación científica y tecnológica y la creación artística, y la protección e incremento del patrimonio cultural de la Nación.</p>
<p>Medianil: Espacio en blanco que queda entre dos páginas contiguas de un libro, constituido por el margen derecho de la página par</p>	<p>Picas: Unidad de medida tipográfica anglosajona, utilizada también en buena parte de Hispanoamérica.</p>



<p>Puntos: Unidad de medida más pequeña utilizada en tipografía y composiciones, a partir de la cual se dimensiona todo lo relacionado con el mundo tipográfico. Su símbolo es pt.</p>	<p>Sección Aurea: Proporción entre medidas. Se trata de la división armónica de una recta en media y extrema razón.</p>
<p>Ríos Tipográficos: Espacios en blanco que quedan entre las palabras.</p>	<p>Serif: Clasificación tipográfica, esta tipografía proporciona el efecto de tranquilidad, autoridad, dignidad y firmeza; contiene un pequeño embellecimiento (pequeños patines, pies o terminaciones).</p>
<p>Sangría: Introducción de varios <i>caracteres</i> (espacios) en blanco al comienzo de una línea. Se emplea en textos alineados a la izquierda, que es lo general para escritos en prosa.</p>	<p>Sumario: Sección de una revista o publicación que anticipa las notas de la edición y señala en qué página puede encontrarse cada una.</p>

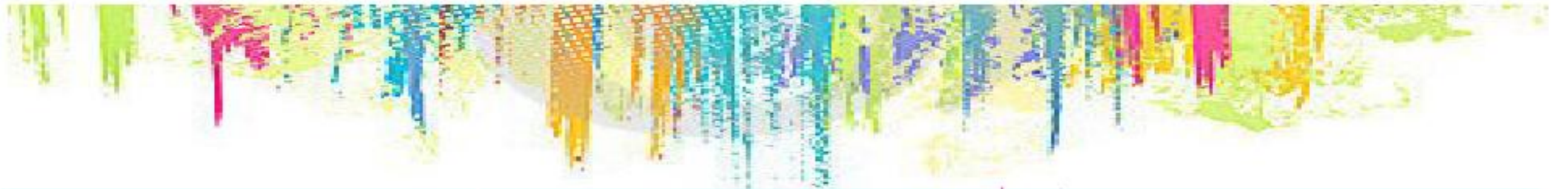


<p>Tipo: es igual al modelo o diseño de una letra determinada.</p>	<p>Viudas: Es aquella línea que, siendo la última de un párrafo, aparece al principio de la página o columna siguiente, por lo que se muestra aislada de su contexto y, por norma general, seguida de una línea en blanco que la separa del siguiente párrafo.</p>
<p>Tipografía: Técnica de imprimir textos o dibujos, a partir de tipos o moldes en relieve que, entintados, se aplican sobre el papel.</p>	



Fuentes de consulta

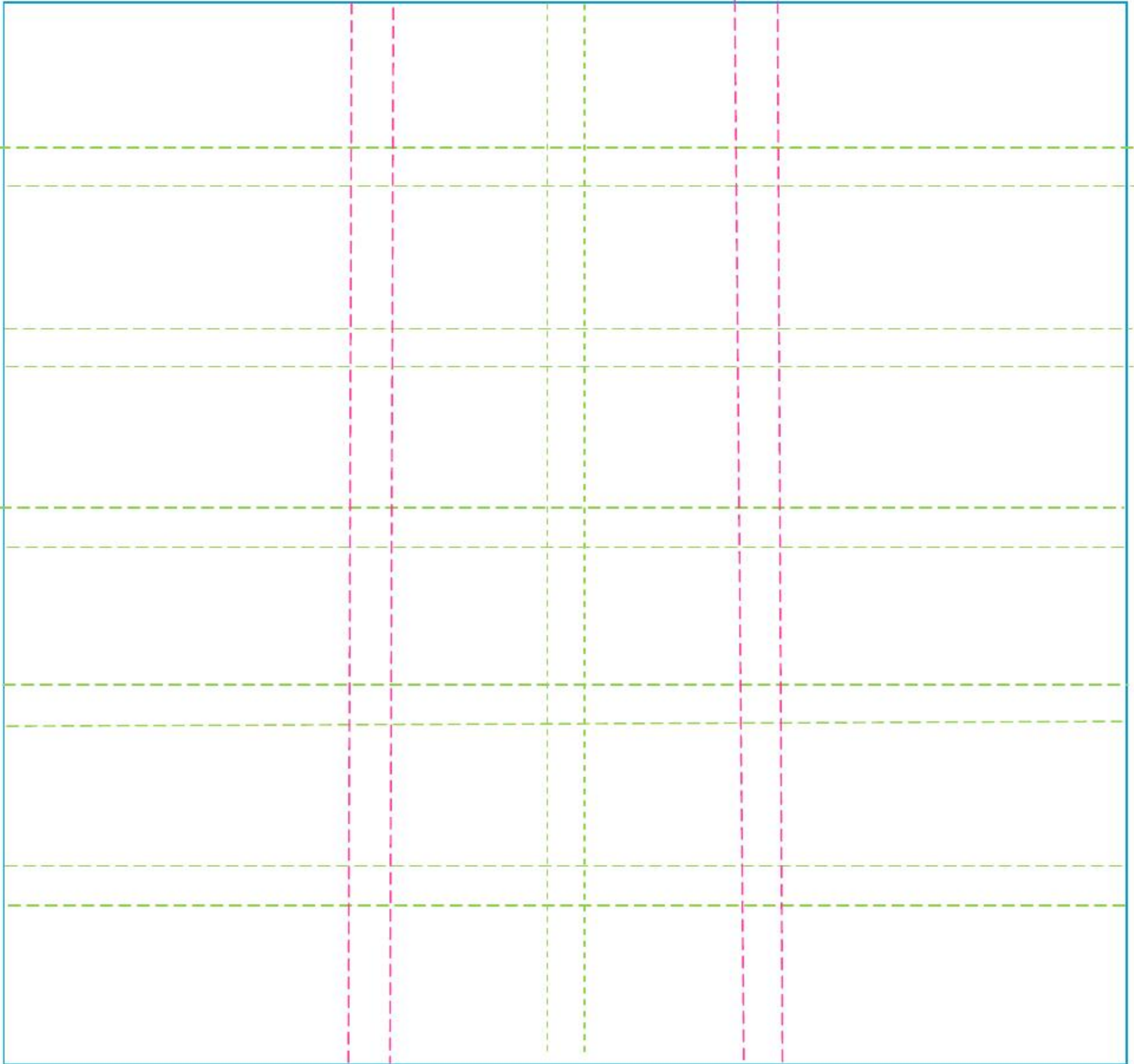
- <http://subcutaneocreative.com/page/18/>
- <http://pixelnauta.com.ar/curso2011/indesign/clase10/index4.html>
- <https://yumaide-sign.wordpress.com/2014/06/09/disenas-con-o-sin-reticula/>
- <http://www.damarpublicidad.com/editorial.php>
- http://1000changosgonetoheaven.blogspot.mx/2011_03_01_archive.html
- <http://memorize.com/lista-f/dohertj1>
- <http://academialeonesadegastronomia.blogspot.mx/2010/12/nuestro-presidente-en-una-nueva-revista.html>
- <http://www.banrepcultural.org/prensa/destacados/lectura-sin-fin>
- <http://www.fotosdetelenovelas.com/2013/05/ana-brenda-en-revista-cosmopolitan.html>
- <http://25-horas.com/revista-wired-pasado-presente>



<ul style="list-style-type: none">• http://www.exiliadosrepublicanos.info/en/content/dedicatoria-del-libro-de-cecilia-g-de-guilarte-sor-juana-in%C3%A9s-de-la-cruz	<ul style="list-style-type: none">• http://trabajoenbrasil.org/profesionales-del-diseno-para-trabajar-en-porto-alegre/
<ul style="list-style-type: none">• http://www.kabytes.com/curiosidades/kabytes-aparece-como-ejemplo-en-un-libro-sobre-posicionamiento/	<ul style="list-style-type: none">• http://didactalia.net/comunidad/materiaeducativo/recursos/categoria/santillana/DC64E435-A5D6-4968-9584-E8B19496066A
<ul style="list-style-type: none">• https://publicacionesdigitales.wordpress.com/tag/tapas-de-libros/	<ul style="list-style-type: none">• http://4.bp.blogspot.com/_tYrpFW8tF2U/TPQh7qqwGcl/AAAAAAAAACY/atVcASfsoZ8/s1600/INTERIOR_SUBLIME%255B1%255D.jpg
<ul style="list-style-type: none">• https://monicadisenografico.wordpress.com/2013/02/	<ul style="list-style-type: none">• http://graficouad.blogspot.mx• http://simbiosiseditorial.blogspot.mx/



<ul style="list-style-type: none">• http://2.bp.blogspot.com/-MyXwPWe7RicTaIBPHPZO7I/AAAAAAAAACA/Z3DiAV4rybM/s1600/virtual+revista-02.jpg	<ul style="list-style-type: none">• http://es.wikipedia.org/wiki/Ministerio_de_Educaci%C3%B3n_de_Chile
<ul style="list-style-type: none">• http://alejandralmiron.fullblog.com.ar/dise%C3%B1o-editorial.html	<ul style="list-style-type: none">• http://es.wikipedia.org/wiki/Pica_%28tipograf%C3%ADa%29
<ul style="list-style-type: none">• http://respuestas.wikia.com/wiki/Que_es_mancheta	<ul style="list-style-type: none">• http://editorial.inkframe.com/category/conceptos-teoria/
<ul style="list-style-type: none">• http://diccionario.babylon.com/medianil?&tl=/	<ul style="list-style-type: none">• http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auuspicios_publicaciones/actas_dise%C3%B1o/articulos_pdf/CE-121.pdf





Ediciones G.Gili, S.A. de C.V
México ,Naucalpan 53050
Valle de Bravo, 21.

