

DOCUMENTO DE PRUEBA PARA EL SISTEMA OJS

Se conoce como **edición** el proceso mediante el que se remata una pieza **artística, literaria, informativa o lúdica**, incluyendo su plasmado en un **soporte** material destinado a la (negocios)[difusión]]. El concepto no es aplicable a determinados tipos de **creación**, como la **pintura, la escultura, la arquitectura** y, en general, todos aquellos en los que el **producto** no pueda o no deba ser **comercializado** ni distribuido. La persona encargada de editar recibe el nombre de **editor**.

Tradicionalmente, el proceso de edición ha venido siendo realizado por la **editorial** y no por el **autor**. En la preparación se abordaban cuestiones técnicas más cercanas a la estandarización de la apariencia del **producto** por razones de **mercadotecnia**, es decir, de adaptarlo a los gustos **convencionales** de los **consumidores**, o bien a las propias limitaciones de la **industria** (tamaño, colores, **fuentes tipográficas**), que al proceso creativo o a la idea de apariencia final originales del autor. Por ejemplo, un escritor no solía decidir la **tipografía** o el color de la portada de su libro, o bien un editor podía introducir una **errata** en un libro que, originalmente, no la tenía. Sin embargo, la llegada de la **informática** y, sobre todo, de **Internet**, ha hecho posible que, en muchos casos, autor y editor sean la misma persona, brindando a este el control absoluto del producto hasta su llegada a los consumidores. Esto a su vez ha provocado que, en ámbito de la Red, el límite entre el proceso puramente creativo y el de edición no sea tan evidente como lo era antaño, como lo demuestra la siguiente **acepción** de la palabra «**edición**», recogida en el **DRAE**: «acción de abrir un documento en una **computadora** con la posibilidad de modificarlo»; no se indica si los fines de la modificación son creativos o editoriales.¹

Se conoce como **edición** el proceso mediante el que se remata una pieza **artística, literaria, informativa o lúdica**, incluyendo su plasmado en un **sopporte** material destinado a la (negocios)[difusión]]. El concepto no es aplicable a determinados tipos de **creación**, como la **pintura, la escultura, la arquitectura** y, en general, todos aquellos en los que el **producto** no pueda o no deba ser **comercializado** ni distribuido. La persona encargada de editar recibe el nombre de **editor**.

Tradicionalmente, el proceso de edición ha venido siendo realizado por la **editorial** y no por el **autor**. En la preparación se abordaban cuestiones técnicas más cercanas a la estandarización de la apariencia del **producto** por razones de **mercadotecnia**, es decir, de adaptarlo a los gustos **convencionales** de los **consumidores**, o bien a las propias limitaciones de la **industria** (tamaño, colores, **fuentes tipográficas**), que al proceso creativo o a la idea de apariencia final originales del autor. Por ejemplo, un escritor no solía decidir la **tipografía** o el color de la portada de su libro, o bien un editor podía introducir una **errata** en un libro que, originalmente, no la tenía. Sin embargo, la llegada de la **informática** y, sobre todo, de **Internet**, ha hecho posible que, en muchos casos, autor y editor sean la misma persona, brindando a este el control absoluto del producto hasta su llegada a los consumidores. Esto a su vez ha provocado que, en ámbito de la Red, el límite entre el proceso puramente creativo y el de edición no sea tan evidente como lo era antaño, como lo demuestra la siguiente **acepción** de la palabra «**edición**», recogida en el **DRAE**: «acción de abrir un documento en una **computadora** con la posibilidad de modificarlo»; no se indica si los fines de la modificación son creativos o editoriales.¹

Diseño editorial

El **diseño editorial** es la rama del diseño gráfico (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, maquetación y composición de publicaciones (impresas o digitales) tales como revistas, periódicos, libros o arte de tapa en discos.

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el marketing o el diseño de packaging, que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenér, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La maquetación, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación

Una revista:

- [Portada](#) (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- [Prólogo](#): Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- [Índice](#): Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.

- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procura organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del [diseño gráfico](#) (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, [maquetación](#) y composición de [publicaciones \(impresas o digitales\)](#) tales como [revistas, periódicos, libros](#) o [arte de tapa en discos](#).

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el [marketing](#) o el diseño de [packaging](#), que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).

2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [\[1\]](#)

Secciones y partes de una publicación [\[editar\]](#)

Una revista:

- [Portada](#) (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.

- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- Prólogo: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- Índice: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procuran organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del diseño gráfico (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, maquetación y composición de publicaciones (impresas o digitales) tales como revistas, periódicos, libros o arte de tapa en discos.

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el marketing o el diseño de packaging, que

suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.^[1]

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación [\[editar\]](#)

Una revista:

- [Portada](#) (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros

- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- Prólogo: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- Índice: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que

complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procura organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del [diseño gráfico](#) (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, [maquetación](#) y composición de [publicaciones \(impresas o digitales\)](#) tales como [revistas, periódicos, libros o arte de tapa en discos](#).

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el [marketing](#) o el diseño de [packaging](#), que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.

5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una rejilla base, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación[\[editar\]](#)

Una revista:

- [Portada](#) (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- [Prólogo](#): Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- [Índice](#): Contenido del libro.

- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procuran organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del [diseño gráfico](#) (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, [maquetación](#) y composición de [publicaciones \(impresas o digitales\)](#) tales como [revistas, periódicos, libros](#) o [arte de tapa en discos](#).

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el [marketing](#) o el diseño de [packaging](#), que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de

imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación [\[editar\]](#)

Una revista:

- [Portada](#) (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- Prólogo: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- Índice: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procuran organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del [diseño gráfico](#) (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, [maquetación](#) y composición de [publicaciones \(impresas o digitales\)](#) tales como [revistas, periódicos, libros](#) o [arte de tapa en discos](#).

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el [marketing](#) o el diseño de [packaging](#), que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.

7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación

Una revista:

- **Portada** (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- **Prólogo**: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- **Índice**: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procuran organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del [diseño gráfico](#) (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, [maquetación](#) y composición de [publicaciones \(impresas o digitales\)](#) tales como [revistas, periódicos, libros](#) o [arte de tapa en discos](#).

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el [marketing](#) o el diseño de [packaging](#), que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [\[1\]](#)

Secciones y partes de una publicación [\[editar\]](#)

Una revista:

- **Portada** (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y

antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.

- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- Prólogo: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- Índice: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procuran organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del diseño gráfico (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a

grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, maquetación y composición de publicaciones (impresas o digitales) tales como revistas, periódicos, libros o arte de tapa en discos.

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el marketing o el diseño de packaging, que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una rejilla, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La maquetación, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación

Una revista:

- Portada (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- Prólogo: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- Índice: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.

- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procura organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del [diseño gráfico](#) (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, [maquetación](#) y composición de [publicaciones \(impresas o digitales\)](#) tales como [revistas, periódicos, libros](#) o [arte de tapa en discos](#).

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el [marketing](#) o el diseño de [packaging](#), que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).

2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [\[1\]](#)

Secciones y partes de una publicación [\[editar\]](#)

Una revista:

- [Portada](#) (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.

- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- Prólogo: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- Índice: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procuran organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del diseño gráfico (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, maquetación y composición de publicaciones (impresas o digitales) tales como revistas, periódicos, libros o arte de tapa en discos.

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el marketing o el diseño de packaging, que

suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.^[1]

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una rejilla, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación [\[editar\]](#)

Una revista:

- [Portada](#) (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros

- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- Prólogo: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- Índice: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que

complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procura organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del [diseño gráfico](#) (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, [maquetación](#) y composición de [publicaciones \(impresas o digitales\)](#) tales como [revistas, periódicos, libros o arte de tapa en discos](#).

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el [marketing](#) o el diseño de [packaging](#), que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.

5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una rejilla, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación[\[editar\]](#)

Una revista:

- [Portada](#) (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- [Prólogo](#): Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- [Índice](#): Contenido del libro.

- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procuran organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del [diseño gráfico](#) (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, [maquetación](#) y composición de [publicaciones \(impresas o digitales\)](#) tales como [revistas, periódicos, libros](#) o [arte de tapa en discos](#).

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el [marketing](#) o el diseño de [packaging](#), que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de

imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación [\[editar\]](#)

Una revista:

- [Portada](#) (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- Prólogo: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- Índice: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procuran organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del [diseño gráfico](#) (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, [maquetación](#) y composición de [publicaciones \(impresas o digitales\)](#) tales como [revistas, periódicos, libros](#) o [arte de tapa en discos](#).

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el [marketing](#) o el diseño de [packaging](#), que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.

7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación

Una revista:

- **Portada** (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- **Prólogo**: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- **Índice**: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procuran organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del [diseño gráfico](#) (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, [maquetación](#) y composición de [publicaciones \(impresas o digitales\)](#) tales como [revistas, periódicos, libros](#) o [arte de tapa en discos](#).

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el [marketing](#) o el diseño de [packaging](#), que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación[editar]

Una revista:

- **Portada** (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y

antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.

- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- Prólogo: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- Índice: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procuran organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del diseño gráfico (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a

grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, maquetación y composición de publicaciones (impresas o digitales) tales como revistas, periódicos, libros o arte de tapa en discos.

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el marketing o el diseño de packaging, que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una rejilla, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La maquetación, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación

Una revista:

- Portada (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- Prólogo: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- Índice: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.

- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procura organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del [diseño gráfico](#) (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, [maquetación](#) y composición de [publicaciones \(impresas o digitales\)](#) tales como [revistas, periódicos, libros](#) o [arte de tapa en discos](#).

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el [marketing](#) o el diseño de [packaging](#), que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).

2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [\[1\]](#)

Secciones y partes de una publicación [\[editar\]](#)

Una revista:

- [Portada](#) (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.

- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- Prólogo: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- Índice: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procuran organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del diseño gráfico (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, maquetación y composición de publicaciones (impresas o digitales) tales como revistas, periódicos, libros o arte de tapa en discos.

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el marketing o el diseño de packaging, que

suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.^[1]

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación [\[editar\]](#)

Una revista:

- [Portada](#) (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros

- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- Prólogo: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- Índice: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que

complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procura organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del [diseño gráfico](#) (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, [maquetación](#) y composición de [publicaciones \(impresas o digitales\)](#) tales como [revistas, periódicos, libros o arte de tapa en discos](#).

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el [marketing](#) o el diseño de [packaging](#), que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.

5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una rejilla base, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación[\[editar\]](#)

Una revista:

- [Portada](#) (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- [Prólogo](#): Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- [Índice](#): Contenido del libro.

- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procuran organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del [diseño gráfico](#) (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, [maquetación](#) y composición de [publicaciones \(impresas o digitales\)](#) tales como [revistas, periódicos, libros](#) o [arte de tapa en discos](#).

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el [marketing](#) o el diseño de [packaging](#), que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de

imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación [\[editar\]](#)

Una revista:

- [Portada](#) (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- Prólogo: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- Índice: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procuran organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del [diseño gráfico](#) (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, [maquetación](#) y composición de [publicaciones \(impresas o digitales\)](#) tales como [revistas, periódicos, libros](#) o [arte de tapa en discos](#).

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el [marketing](#) o el diseño de [packaging](#), que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.

7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación

Una revista:

- **Portada** (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- **Prólogo**: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- **Índice**: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procuran organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del [diseño gráfico](#) (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, [maquetación](#) y composición de [publicaciones \(impresas o digitales\)](#) tales como [revistas, periódicos, libros](#) o [arte de tapa en discos](#).

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el [marketing](#) o el diseño de [packaging](#), que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación[editar]

Una revista:

- **Portada** (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y

antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.

- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- Prólogo: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- Índice: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procuran organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del diseño gráfico (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a

grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, maquetación y composición de publicaciones (impresas o digitales) tales como revistas, periódicos, libros o arte de tapa en discos.

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el marketing o el diseño de packaging, que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una rejilla, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La maquetación, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación

Una revista:

- Portada (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- Prólogo: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- Índice: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.

- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procura organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del [diseño gráfico](#) (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, [maquetación](#) y composición de [publicaciones \(impresas o digitales\)](#) tales como [revistas, periódicos, libros](#) o [arte de tapa en discos](#).

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el [marketing](#) o el diseño de [packaging](#), que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).

2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación [\[editar\]](#)

Una revista:

- [Portada](#) (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.

- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- Prólogo: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- Índice: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procuran organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del diseño gráfico (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, maquetación y composición de publicaciones (impresas o digitales) tales como revistas, periódicos, libros o arte de tapa en discos.

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el marketing o el diseño de packaging, que

suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.^[1]

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una rejilla, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación [\[editar\]](#)

Una revista:

- [Portada](#) (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros

- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- Prólogo: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- Índice: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que

complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procura organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.

Diseño editorial

[Ir a la navegación](#)[Ir a la búsqueda](#)

El **diseño editorial** es la rama del [diseño gráfico](#) (actividad que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados y que ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas) dedicada al diseño, [maquetación](#) y composición de [publicaciones \(impresas o digitales\)](#) tales como [revistas, periódicos, libros o arte de tapa en discos](#).

Otra manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el [marketing](#) o el diseño de [packaging](#), que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretenir, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones.

Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal el comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.¹

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, las cuales pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar).
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas).
4. Cuáles son los elementos más adecuados.

5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una rejilla base, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprendible de leer).

La **maquetación**, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un **rejilla base**, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes. [1]

Secciones y partes de una publicación[\[editar\]](#)

Una revista:

- [Portada](#) (primera de forros)
- Contraportada (cuarta de forros)
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Contenido, bandera de créditos, legales
- Páginas editoriales (desarrollo de los temas)
- Anuncios publicitarios (pauta)

Un libro:

- Portada, 1^a de forros, de Cubierta o simplemente Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2^a y 3^a de cubierta, también conocidas como Guardas, que cuando las hay, son las hojas en blanco que se encuentran inmediatamente después de la portada y antes de la contraportada, aunque en función de la calidad del libro pueden contener los datos legales del mismo o bien anteceder a estos datos como una protección ante la posible pérdida de alguna de las cubiertas o forros.
- Contraportada o 4^a de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- [Prólogo](#): Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- [Índice](#): Contenido del libro.

- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Un disco:

- Tapa, anverso: La tapa puede llevar, el nombre, logo, imagen, etc, es quien da identidad al diseño, representa la música que la compone. La tapa puede estar compuesta por carillas a modo de libro, para mostrar imágenes o temas completos de los artistas.
- Contratapa, reverso: Generalmente contiene los temas, información de diseño o grabación.
- Lomo: Contiene el nombre del artista y el nombre del disco.

Para el diseño de discos tanto para artistas músicos, como para empresas (CD corporativos) es una pieza editorial muy particular, que cuenta con elementos y tiempos de lectura muy diferentes a otras. Son utilizados por bandas de todo tipo de género, rock, pop, clásico, tango, etc, con un valor agregado visual, que complementa el concepto del disco. También es utilizado por empresas que necesitan hacer una presentación institucional o de algún producto.

Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las obras sino que procuran organizar textos, titulares e imágenes además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente, procurando una composición coherente que refleje tema, estilo o intención del texto.