

**Optimización de Lineamientos Técnicos para la Estandarización Informativa en la
Producción Editorial para la Fundación Universitaria San Martín**

Esteban Sanabria Quintero

Facultad de Diseño Gráfico

Universidad Santo Tomás

Trabajo de Grado

Paola Andrea D'Luyz Monsalve

02 / Junio / 2025

Dedicatoria

Este proyecto es muy especial porque refleja el arduo esfuerzo y sacrificio que hice para llegar hasta esta instancia, sin embargo, no lo habría logrado sin el apoyo de mi familia, seres queridos y amigos que estuvieron acompañándome durante todo este proceso. Y es por esta razón que les dedico este nuevo desafío como mi fuente y motor de inspiración basándose en todos los valores, consejos y lecciones que he ido aprendiendo y aplicando gracias a las enseñanzas que me han impuesto para formarme, motivarme e instruirme para forjar mi camino y convertirme en la mejor versión de mí mismo.

Agradecimientos

Quiero expresar mi enorme gratitud a la Fundación Universitaria San Martín por brindarme la oportunidad de integrarme a esta nueva familia, que me recibieron con los brazos abiertos y han expresado su inagotable amabilidad, devoción y profesionalismo. A mi tutora de prácticas la Docente Paola Andrea D'Luyz Monsalve que me ha guiado e instruido en cada duda e inquietud durante este proceso demostrando así su compromiso y colaboración. Y por último a los docentes Jeice Hernández y Oscar Cubillos por su disposición en la dirección y guía didáctica en el desarrollo académico y administrativo para hacer posible la ejecución adecuada en cada proceso de este proyecto.

Tabla de contenido

Resumen	5
Abstract	6
Introducción	7
Planteamiento del problema, pregunta de investigación y objetivos	9
Justificación	15
Diseño metodológico	22
Sobre la experiencia a sistematizar	25
Sobre el plan de sistematización	28
Plazos y Cronograma	32
Análisis de la experiencia, aprendizaje significativo y propuesta proyectual	34
Tema de reflexión y discusiones académicas basado en el análisis de la experiencia y la propuesta que sale de la misma	35
Desarrollo de la propuesta de mejora o del prototipo resultado del aprendizaje significativo, (metodología en el desarrollo del prototipo) evidencias del proceso para la generación de la propuesta	37

Propuesta que evidencie el análisis y aporte de la experiencia al igual que la relación con los autores y referencias consultadas	40
Conclusiones	40
Referencias bibliográficas	42

Resumen

Este proyecto, desarrollado como parte de la pasantía de grado en la Fundación Universitaria San Martín, tiene como objetivo sistematizar la experiencia de producción editorial en la institución y proponer una solución práctica que mejore la calidad y coherencia de sus publicaciones. Se identifica como problemática central la ausencia de un departamento especializado en diseño editorial y la falta de formación específica del personal encargado, lo cual provoca inconsistencias en la estructuración, diagramación y jerarquización de documentos como el manual de marca institucional.

Para atender esta necesidad, se propone la creación de un Manual de Estilo Editorial que sirva como guía didáctica y de referencia que incorpora los fundamentos del diseño editorial. Con ello se busca no sólo resolver las falencias técnicas detectadas sino también sentar las bases para la formación continua en diseño editorial, fortaleciendo la identidad visual de la institución y mejorando la experiencia de lectura de su comunidad académica.

Palabras Clave: Diseño editorial, legibilidad, maquetación, identidad visual, jerarquía tipográfica, diagramación, lineamientos, coherencia.

Abstract

This project, developed as part of an undergraduate internship at the Fundación Universitaria San Martín, aims to systematize the institution's editorial production process and propose a practical solution to enhance the quality and consistency of its publications. The central issue identified is the absence of a specialized editorial design department and the lack of specific training among the personnel responsible for such tasks. This has resulted in inconsistencies in the structure, layout, and typographic hierarchy of documents such as the institutional brand manual.

To address this need, the creation of an *Editorial Style Manual* is proposed. This manual will serve as both a didactic guide and a reference tool, incorporating the fundamental principles of editorial design. The goal is not only to remedy the identified technical shortcomings, but also to establish a foundation for ongoing education in editorial design, thereby strengthening the institution's visual identity and improving the reading experience for its academic community.

keywords: Editorial design, readability, layout, visual identity, typographic hierarchy, formatting, guidelines, consistency.

Introducción

El diseño editorial constituye una herramienta esencial dentro del campo del diseño gráfico, ya que permite preservar, organizar y presentar la información con el objetivo de proporcionar una comunicación efectiva, concisa y coherente para el lector. Su función principal radica en proporcionar una estructura y diagramación óptima a los contenidos escritos, facilitando una narrativa fluida y una jerarquía visual clara y atractiva. En este sentido, Gómez (2024) señala que *“El dominio de los principios básicos del diseño editorial es esencial para crear publicaciones que sean visualmente atractivas y funcionales. La jerarquía visual, la tipografía, los espacios en blanco, la composición y el uso del color son elementos clave que permiten a los diseñadores organizar el contenido de manera efectiva y crear una experiencia de lectura placentera”*. Bajo esta premisa, el diseño editorial se configura como un componente indispensable en la conceptualización de la gestión comunicativa y la conformación de la identidad visual de cualquier empresa, institución o entidad.

No obstante, aunque el diseño editorial puede percibirse como una disciplina flexible y accesible dentro del diseño gráfico, su correcta aplicación requiere conocimientos técnicos específicos y una orientación metodológica adecuada. La falta de dominio en este campo puede derivar en repercusiones significativas en el desarrollo de proyectos editoriales futuros. Eguaras (2015) enfatiza esta idea al afirmar que *“una de las claves de una maquetación profesional: debe ser imperceptible y ofrecer legibilidad al contenido y fluidez al texto para que la experiencia lectora sea placentera y no se distraiga”*. En este contexto, la Fundación Universitaria San Martín

(FUSM), a pesar de su reconocimiento como institución académica prestigiosa y productiva, enfrenta retos importantes en la implementación de normas de maquetación y diagramación en sus materiales editoriales. Esta situación refleja la carencia de un departamento de producción editorial especializado, así como la ausencia de un equipo de trabajo capacitado en los principios y directrices fundamentales del diseño editorial. La falta de personal experto, amplio y que articule las herramientas adecuadas para la planificación de sus compendios académicos evidencia una deficiencia pedagógica que repercute en la calidad de sus publicaciones, haciendo visibles errores que afectan negativamente la experiencia del lector. Esta falencia, por tanto, requiere ser abordada con carácter prioritario.

En consecuencia, el presente proyecto se propone a realizar un análisis sistemático de los productos editoriales de la FUSM en el marco de la práctica profesional. Se busca identificar las principales deficiencias en el área editorial y proponer soluciones prácticas orientadas al fortalecimiento de los conceptos fundamentales del diseño editorial. El objetivo es aportar una mejora en la claridad visual, la fluidez textual y la experiencia de lectura, así como sentar bases sólidas para el desarrollo de una identidad visual coherente y consolidada, que permita a la institución crecer de manera sostenible en esta área. El desarrollo de este trabajo se estructura de forma sincrónica y coherente, iniciando con el planteamiento del problema, a partir de la contextualización de las deficiencias detectadas. Posteriormente, se formula la pregunta de investigación y se establecen los objetivos generales y específicos. Seguidamente, se expone la justificación del proyecto, sustentada en los aportes esperados tanto para la institución como para

el reforzamiento de las competencias del pasante. A continuación, se expone el enfoque metodológico adoptado en la investigación, detallando las etapas del diseño, la recolección de datos y su distribución en un cronograma de actividades.

Asimismo, se analiza la experiencia del aprendizaje adquirido durante la ejecución del proyecto, respaldada por el desarrollo teórico-conceptual y el estado del arte pertinente, lo cual permite argumentar la relevancia y viabilidad de la propuesta. Como parte de los resultados, se elaborará un prototipo que evidencie la aplicación de los conocimientos obtenidos, el cual será explicado de forma detallada y didáctica para facilitar su comprensión.

Finalmente, en las conclusiones se sintetizan los aportes del proyecto a la reafirmación de la identidad visual de la FUSM y se proponen estrategias para su sostenibilidad a largo plazo. Con esta propuesta, se pretende brindar a la institución una herramienta práctica, funcional y respetuosa que eleve la coherencia y calidad de sus publicaciones, consolidando el diseño editorial como un recurso estratégico y replicable en futuras iniciativas.

Planteamiento del problema, pregunta de investigación y objetivos

1. Planteamiento del problema

La problemática identificada se fundamenta en la ausencia de una praxis editorial que contemple los principios fundamentales del diseño gráfico aplicado a publicaciones institucionales. Esta epifanía se traduce en una ejecución deficiente, carente de funcionalidad y

eficacia, lo que afecta directamente la coherencia visual y la fluidez narrativa de los textos, y, por ende, compromete la comprensión lectora y la retención de información.

Este déficit se evidenció inicialmente en el manual de marca de la Fundación Universitaria San Martín, documento que puso de manifiesto las dificultades del equipo editorial para integrar adecuadamente los fundamentos del diseño editorial en la producción de contenidos institucionales. La omisión de aspectos técnicos como el interlineado, la correcta gestión de los espacios interpalabra, la jerarquía tipográfica y la aplicación del texto justificado, revela una falta de atención a las normas que rigen la legibilidad y la experiencia del lector. Estas falencias, repetidas sistemáticamente, denotan una débil comprensión de los criterios compositivos necesarios para lograr una estructura gráfica armónica, ergonómica y funcional. En consecuencia, se concluye que la institución no cuenta actualmente con un equipo cualificado en diseño editorial, lo cual ha derivado en una notoria inconsistencia visual que afecta la calidad de sus materiales institucionales. Esta situación evidencia la necesidad urgente de procesos formativos que permitan establecer pautas editoriales sólidas dentro de sus proyectos gráficos. En el área del diseño gráfico, el diseño editorial constituye una de sus ramas esenciales, pues se encarga de la planificación, composición y maquetación de textos e imágenes con el fin de transmitir mensajes de forma clara, estética y eficaz. Como lo señala Riley (2010), *“El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. Además de incluir la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al*

concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción”.

Sin embargo, su importancia suele ser subestimada cuando se delegan tareas editoriales a profesionales sin formación específica en esta área, lo que compromete seriamente la calidad de las publicaciones. Chang (2023) afirma que *“Para abaratar costos o por poco conocimiento, muchas empresas dedicadas a la edición de textos no suelen considerar la importancia del diseño editorial en las publicaciones y delegan esta tarea a diseñadores gráficos, que pueden hacer un gran trabajo o contribuir a que la publicación sea un desastre”*. Esta problemática también se manifiesta en el ámbito académico, donde los programas de formación no siempre otorgan al diseño editorial el lugar que le corresponde. Hernández, Rodríguez, Núñez y Silvia (2018) advierten que *“pese a que es una materia de importancia para el diseñador, se ha detectado un problema serio dentro de los estudios de licenciatura de la facultad, que es los alumnos egresan con conocimientos sobre la materia, que en ocasiones apenas llegan a los básicos, generando una deficiencia en dentro de esa área y, a su vez, una desventaja en el egresado como profesional”*. Estos factores en conjunto reflejan que una formación deficiente limita la capacidad de los diseñadores para abordar de forma efectiva los retos editoriales y compromete su desempeño profesional. En el caso específico de la FUSM, esta falta de formación y lineamientos técnicos ha dado lugar a publicaciones institucionales con escasa unidad visual y una jerarquía informativa inadecuada, generando confusión, ruido visual y pérdida de legibilidad.

Concretando estas bases que ponen en tela de juicio la disrupción de los elementos que definen la imposición de estas normas gráficas, está claro que la FUSM aún presenta obstáculos para entablar una formación sólida en sus publicaciones institucionales que converge en una pobre unidad visual e inadecuada jerarquía informativa que intensifica los problemas en la índole estético. Por lo que la falta de directrices produce una mezcla inconsistente de estilos obstaculiza una comunicación clara de contenido clave. Por ende, es indiscutible formular una solución que proponga un enfoque crítico y reflexivo que resuelva los desafíos administrativos y pedagógicos en el área de la producción editorial que estandarice los criterios de conceptualización que acentúan los temas que abarca el diseño editorial. Con el fin de contrarrestar los errores recurrentes y lograr un avance notable en las etapas de diseño, se propone la elaboración de un Manual de Estilo Editorial que funcione como una guía estratégica. Este manual buscará consolidar el aprendizaje de los fundamentos, métodos y principios del diseño, aportando coherencia visual mediante recursos educativos que promuevan una comprensión profunda y significativa para los diseñadores.

2. Pregunta de investigación

A partir de lo anteriormente dicho, la pregunta que orienta este proyecto se formula de la siguiente manera:

¿Cómo puede la Fundación Universitaria San Martín optimizar sus flujos de trabajo y estándares de diseño editorial para garantizar una presentación uniforme, accesible y alineada con su identidad institucional?

Esta pregunta busca indagar de qué manera el manual puede establecer pautas claras que unifiquen la imagen institucional y, al mismo tiempo, estructurar el conocimiento de modo que los usuarios aprendan críticamente los fundamentos del diseño editorial.

3. Objetivos

- a. **Objetivo general:** Crear un Manual de Estilo Editorial que establezca pautas técnicas y pedagógicas, incorporando estrategias didácticas orientadas a consolidar los principios fundamentales de maquetación y diagramación dentro de los compendios académicos asegurando una transformación y optimización en la calidad, legibilidad, percepción y consistencia visual de sus publicaciones.
- b. **Objetivos específicos:**
 - Diagnosticar las prácticas editoriales actuales para identificar las principales carencias formativas, estilísticas y estructurales presentes en los proyectos institucionales.

- Analizar el marco teórico del diseño editorial, abarcando principios de composición, arquitectura tipográfica, flujo informativo, estructuración de retículas, uso de líneas guía, márgenes, columnas, entre otros elementos clave, con el fin de integrarlos en una metodología de formación coherente y sólida.
- Estructurar el contenido base del manual, certificando los fundamentos esenciales para establecer un estilo gráfico que represente una propuesta visual con impacto pragmático y enfoque vanguardista.
- Integrar funciones y herramientas de software especializado, como Adobe InDesign, que permitan aplicar de manera efectiva los parámetros de producción editorial, fortaleciendo los lineamientos conceptuales que sustentan los procesos de maquetación en los artículos académicos.

La importancia de infundir estos objetivos de aprendizaje radica en la oportunidad que ofrece para generar saberes innovadores y ampliar horizontes intelectuales, que destaque la responsabilidad y el compromiso en la formación de profesionales con una actitud crítica y reflexiva a los desafíos del diseño editorial.

Justificación

Tal como se ha expuesto previamente, la ausencia de un cuerpo especializado en diseño editorial dentro de la FUSM, sumada a la presencia de una única persona encargada de esta área, ha generado una serie de efectos adversos que se han visto reflejados en la desarticulación formal y visual de los compendios académicos. Esta situación ha evidenciado una desproporción significativa en los criterios de maquetación, coherencia tipográfica y estructura visual. En respuesta a este panorama, surge la necesidad de formular una solución orientada a corregir y subsanar las deficiencias técnicas y tipográficas actualmente presentes en el manual de identidad gráfica institucional, entre las cuales se destacan las siguientes:

Figura 1

Texto institucional sobre la identidad visual

Los elementos gráficos y visuales que identifican a la Fundación Universitaria San Martín son reflejo y parte integral del proceso de renovación y transformación institucional.

Adoptada el 10 de abril de 2018 y ratificada el 15 de agosto de 2019 mediante el Acuerdo N° 20 del Consejo Superior, nuestra imagen representa una nueva etapa en la historia de la Fundación y se ha consolidado como una marca sólida y única en el sector de la educación superior en Colombia.

La imagen institucional simboliza nuestro compromiso con la formación integral, la vocación humanística, y la búsqueda constante de excelencia y calidad académica.

La identidad visual de la Fundación Universitaria San Martín comprende una serie de elementos representativos que nos hacen inmediatamente reconocibles.



Nota. Imagen tomada de *Manual de identidad visual*, por la Fundación Universitaria San Martín, 2025, p. 21. Documento interno.

1. El tracking, según lo define Pérez (2024), es “la modificación del espacio entre todos los caracteres de un texto o una palabra de una tipografía”, y cumple la función de establecer una distancia uniforme entre los caracteres que conforman una palabra, oración o párrafo completo. No obstante, esta propiedad tipográfica se encontró meramente desapercibida debido a que en el actual Manual de Marca, se observaron irregularidades en los espaciados de los bloques de texto, donde el problema repercute en que los texto se encuentran excesivamente pegados entre sí, lo que dificulta la distinción en las unidades léxicas y ralentiza el reconocimiento inmediato de los vocablos, aminora la claridad lectora y reduce tanto la estética compositiva como la legibilidad del contenido, generando una percepción de descuido editorial. A su vez genera desconfianza por parte del usuario ya que interfiere con la retención y comprensión de la información, disminuyendo el impacto comunicativo del texto y debilita la confianza del usuario frente a la calidad gráfica institucional.
2. El kerning constituye una herramienta esencial dentro de los elementos visuales tipográficos, el cual es el encargado de ajustar el espacio entre pares específicos de caracteres con el fin de lograr un interletrado balanceado y simétrico. Este parámetro, aunque frecuentemente confundido con el tracking, cumple una función distinta y

mucho más puntual. Tal como lo precisa Pérez (2024), “El kerning se centra en el espacio que hay entre pares específicos de caracteres, para corregir desequilibrios visuales que pueden surgir por la forma o por tamaño de ciertos glifos”. Pese a esto, dentro de los lineamientos tipográficos, se evidencian infracciones reiteradas a esta norma. En diversos bloques de texto es posible identificar palabras con espaciados excesivos y desmedidas entre caracteres, lo que genera una experiencia de lectura incómoda y poco fluida. Estas inconsistencias crean patrones de espacios blancos disonantes que interrumpen la percepción de continuidad gráfica y afectan la coherencia visual de las palabras, comprometiendo así tanto la decodificación como la comprensión del contenido. En consecuencia, se reduce la capacidad del lector para absorber eficazmente la información, deteriorando la legibilidad y la estética editorial del documento.

3. El leading, también conocido como interlineado, es un parámetro tipográfico que regula la distancia vertical entre las líneas de un bloque de texto. Su función principal consiste en establecer un ritmo óptico armónico, permitiendo una lectura más fluida, ligera y visualmente equilibrada. Este elemento desempeña un papel fundamental en la estructuración del contenido, ya que una correcta aplicación del interlineado no solo mejora la legibilidad, sino que también contribuye significativamente a la estética editorial del documento. Cuando este recurso se aplica inadecuadamente ya sea por omisión o por desconocimiento técnico es posible identificar cuerpos de texto

excesivamente compactos, donde la proximidad entre líneas genera una sensación de saturación visual. Este fenómeno, conocido como interlineado estrecho, dificulta la diferenciación entre renglones consecutivos, lo que compromete tanto la comprensión del contenido como la experiencia lectora. En consecuencia, se incrementa el riesgo de pérdida de atención, desconexión con la narrativa textual y una percepción general de desorganización y poca profesionalidad en el diseño. Izquierdo (2023) subraya la importancia de este atributo al afirmar: *“El interlineado es importante por varias razones. En primer lugar, afecta la legibilidad y la comprensión del texto. Si es demasiado estrecho o demasiado amplio, puede dificultar la lectura y la comprensión del texto. En segundo lugar, también afecta la apariencia visual del texto. Un interlineado adecuado puede mejorar la legibilidad del texto y hacer que el documento se vea más profesional y atractivo”*. A partir de lo anterior, se puede concluir que el leading no solo es un componente funcional dentro del sistema tipográfico, sino que debe considerarse una herramienta estratégica para preservar la jerarquía visual y garantizar una lectura placentera, precisa y profesional en el diseño editorial contemporáneo.

4. El texto justificado fue la alineación empleada para estructurar y definir la apariencia de los párrafos en el manual institucional de la FUSM. Esta configuración tipográfica se caracteriza por su capacidad para distribuir espacios entre palabras, de modo que los márgenes izquierdo y derecho de cada línea queden perfectamente alineados, lo

cual contribuye a una apariencia visualmente uniforme y simétrica de la columna textual. No obstante, a pesar de su aparente elegancia y orden visual, el uso del texto justificado presenta implicaciones negativas. Diversos expertos en diseño editorial desaconsejan su uso indiscriminado, dado que la manipulación automática de los espacios interpalabra para lograr la alineación perfecta en ambos márgenes puede generar lo que se conoce como “ríos tipográficos” o “ríos blancos”. Estos surgen como patrones de espacios irregulares verticales o diagonales que atraviesan el bloque de texto, interrumpiendo el ritmo óptico y la fluidez de la lectura. Desde una perspectiva ergonómica y cognitiva, estos vacíos visuales provocan una disonancia perceptiva que fuerza al lector a realizar un esfuerzo ocular adicional para interpretar correctamente las unidades léxicas, generando así fatiga visual. Esta situación impacta negativamente en la concentración, el entendimiento conceptual y la conservación cognitiva. En consecuencia, la percepción del texto se torna densa, poco amigable y cognitivamente demandante, afectando directamente la eficiencia comunicativa del mensaje. Por lo tanto, si bien el justificado puede ofrecer una estética de simetría visual, su implementación debe ser cuidadosamente evaluada, considerando los principios de legibilidad, accesibilidad y experiencia del usuario como ejes fundamentales en cualquier proyecto editorial que aspire a una comunicación clara, funcional y profesional.

Una vez esclarecidos los conceptos principales y comprendido su aporte al campo del diseño editorial, resulta pertinente retomar el contexto que dio origen a los fundamentos teóricos y argumentativos que sustentan el propósito y la validez de este documento. En este sentido, se reafirma que la elaboración de un Manual de Estilo Editorial constituye una iniciativa oportuna y necesaria para sistematizar los parámetros de diagramación, maquetación y uso tipográfico. Dichos lineamientos no sólo fortalecerán los principios de legibilidad, composición, coherencia, jerarquía, equilibrio, simetría, armonía y estética visual, sino que también contribuirán de manera decisiva al fortalecimiento y consolidación de la identidad gráfica institucional.

El propósito central de este proyecto es alinear las competencias disciplinares del programa de Diseño Gráfico con una propuesta metodológica orientada a fortalecer la comunicación visual institucional de la FUSM. Esta iniciativa busca establecer un instructivo técnico y pedagógico que optimice las directrices del diseño editorial, beneficiando tanto a los futuros profesionales como al personal responsable de esta área dentro de la institución. Para ello, se recurrirá no solo a metodologías de enseñanza estructuradas de carácter teórico, técnico y sistemático, sino también a enfoques didácticos aplicados al uso de herramientas digitales especializadas. En este contexto, se destaca el uso de Adobe InDesign como una de las plataformas más robustas y versátiles para la organización visual del contenido editorial, debido a su amplia gama de funciones que permiten diagramar, ajustar y manipular con precisión elementos como la tipografía, los textos y las imágenes, independientemente del formato de salida (impreso o digital), ya sea en libros, revistas, periódicos, boletines o piezas promocionales.

Asimismo, se contemplan otras herramientas complementarias como Canva, una plataforma accesible y funcional que ofrece una biblioteca de plantillas prediseñadas para diversos productos editoriales (revistas, portafolios, manuales, libros, entre otros), facilitando la optimización del flujo de trabajo. Aunque menos especializada que InDesign, su uso puede considerarse valioso tanto como recurso didáctico como referencia gráfica en la etapa de prototipado editorial.

En concordancia con los ejes formativos del plan de estudios, esta propuesta contempla la implementación de estrategias específicas para segmentar y abordar los pilares fundamentales del diseño editorial. Entre ellos, se destaca la jerarquía tipográfica, la cual debe garantizar una redacción clara, fluida y visualmente atractiva, teniendo en cuenta variables ergonómicas como el tamaño de fuente, interlineado, interletrado, alineación de párrafos y el ancho de columnas. Estos aspectos deben estar articulados con principios esenciales de escala, proporción y diagramación, los cuales configuran una estructura visual armónica y funcional. El manual que se propone no se limitará a ser un compendio académico tradicional de carácter estático y monótono. Por el contrario, se plantea como una herramienta didáctica, interactiva y dinámica que favorezca el aprendizaje significativo. Su objetivo es describir de forma práctica y contextualizada los fundamentos del diseño editorial, proporcionando criterios claros sobre su correcta aplicación, así como sus funciones específicas. Además, el documento incluirá ejemplos ilustrativos de errores recurrentes en las distintas etapas del proceso de maquetación y diagramación, con el fin de facilitar su identificación y corrección. A su vez, se integrarán

recursos multimedia como enlaces a videos explicativos, ejemplos gráficos y casos de estudio que reforzarán el enfoque pedagógico multimodal. Este enfoque permite una comprensión más profunda de los conceptos, al tiempo que guía al usuario en la ejecución técnica mediante el uso de herramientas profesionales como Adobe InDesign, considerada la plataforma más adecuada para implementar los estándares visuales y tipográficos que demanda una producción editorial rigurosa.

Con esta aclaración, el manual será un catálogo de normas que promuevan la apropiación de buenas prácticas editoriales y refuerza el proceso de enseñanza-aprendizaje. Además de solventar fallas técnicas concretas y a desarrollar competencias clave del diseñador gráfico, integrando teoría con un enfoque práctico e interactivo que se alinea con las tendencias actuales de la educación en diseño.

Diseño metodológico

El proyecto se abordó mediante un enfoque cualitativo propio de la investigación en diseño gráfico, integrando la modalidad de investigación-creación con la sistematización de experiencias. Esta aproximación cualitativa permite profundizar en los procesos, significados y aprendizajes surgidos durante la concepción y elaboración del Manual de Estilo Editorial, más allá de la cuantificación de datos. Siguiendo a Zavarce, Hernández, Omaña, & Marval (2015), se concibe que “La investigación está fundamentada en un hacer reflexivo (Schon, 1992) y un saber constructivo. La investigación es pragmática, orientada a la resolución de problemas

comunicacionales de diseño, por lo que es interdisciplinaria, multidimensional y holística”, En este sentido, el proceso de investigación se planteó de carácter aplicado y proyectual, conforme a la tradición del diseño, la investigación está directamente dirigida a generar un manual para mejorar la práctica editorial de la Fundación Universitaria San Martín. Como señalan Pozo-Puértolas et al. (2024), una investigación aplicada en diseño fusiona el estudio del fenómeno (el problema editorial actual) con el desarrollo creativo de la solución, adaptando métodos cualitativos al contexto disciplinar.

Las fases que se emplearon para explorar el proceso metodológico aplicado en el campo de investigación del diseño editorial, se plantean de la siguiente manera:

- Se definieron puntos clave del proyecto, estableciendo las fases sucesivas.

Durante esta etapa se llevó a cabo una revisión de materiales bibliográficos y documentales de referencias en diseño editorial y pedagogía en esta área, y se recopiló información, incluida los contenidos proporcionados por la identidad visual de FUSM. Donde se identificaron las deficiencias en los procesos editoriales y, con base en este diagnóstico, se formuló una propuesta orientada a corregir dichas falencias mediante lineamientos estratégicos y formativos. Esta fase inicial fue esencial para contextualizar el problema de estandarización editorial. En ella se adoptó una metodología de investigación cualitativa estructurada, planificando actividades de observación participante y análisis de contenido de muestras editoriales.

- Se analizaron los compendios editoriales actuales de FUSM para identificar carencias formativas, estilísticas y estructurales. Las técnicas incluyeron la observación directa de procesos de maquetación, el análisis documental de materiales existentes y entrevistas semiestructuradas con diseñadores y responsables editoriales. En esta etapa se examinó la coherencia visual y el flujo de información de los trabajos académicos previos, contrastando con los principios teóricos del diseño editorial. El diagnóstico arrojó un mapa de problemas clave (inconsistencias tipográficas, uso indiscriminado de conceptos de maquetación, etc.), que se utilizó para recolectar la información necesaria para plantear las soluciones.
- Con los hallazgos diagnósticos, se procedió a diseñar y refinar las soluciones gráficas a través de la creación de un prototipo iterativos de lineamientos (pautas de estilo de diagramación, uso adecuado de retículas, márgenes y columnas, ejemplos de layout) utilizando herramientas digitales especializadas como Adobe InDesign. El prototipo busca reorganizar el contenido del Manual de Estilo Editorial, priorizando las secciones donde se evidencia con mayor claridad la necesidad de aplicar principios fundamentales de maquetación.

Durante cada fase del proceso se mantuvieron registros reflexivos que enriquecieron las sesiones de análisis. Estas instancias permitieron no solo valorar la eficacia de la metodología aplicada, sino también identificar oportunamente la necesidad de incorporar soluciones óptimas

que se ajusten a los recursos didácticos para maximizar la comprensión de los ejemplos propuestos, así lo asegura Jara O. (2011) con lo siguiente “La Sistematización de Experiencias produce conocimientos y aprendizajes significativos que posibilitan apropiarse de los sentidos de las experiencias, comprenderlas teóricamente y orientarlas hacia el futuro con una perspectiva transformadora”.

Al articular estas facetas teóricas y prácticas, se consolidaron conocimientos esenciales como los principios de composición, jerarquía informativa y congruencia gráfica transformándolos en competencias aplicadas, así como lo afirma. Así, la propuesta metodológica dejó de ser un documento prescriptivo para convertirse en un entorno de aprendizaje activo. Esta experiencia validó que el desarrollo de un proyecto editorial, acompañado de un proceso de sistematización crítica, puede constituirse en una estrategia pedagógica efectiva para el aprendizaje significativo del diseño, al conectar nuevas estructuras gráficas con los esquemas cognitivos previos del diseñador en formación.

Sobre la experiencia a sistematizar

- **¿Qué experiencia se quiere sistematizar?**

La experiencia objeto de sistematización corresponde al desarrollo e implementación de los lineamientos técnicos de diseño para estandarizar la presentación informativa en la producción editorial de la Fundación Universitaria San Martín. Se entiende por el proceso

completo de elaboración de criterios gráficos y editoriales, desde su investigación previa hasta la aplicación práctica en piezas comunicativas institucionales. El objetivo de esta sistematización es documentar y analizar cómo la construcción de estos lineamientos contribuye a mejorar la coherencia visual y la efectividad comunicativa en las publicaciones de la institución. Al enmarcarlo como objeto de estudio, se delimita la sistematización a las fases de diseño, validación y puesta en práctica de las pautas editoriales, con especial atención a su pertinencia en el ámbito de la comunicación visual académica.

- **¿Por qué es importante sistematizarla?**

Sistematizar este proceso es importante porque permite discernir rigurosamente sobre la práctica de diseño editorial, transformando la experiencia concreta en conocimiento estructurado. Además, esta actividad se vincula con las metas del programa de diseño gráfico fomentando competencias investigativas y metodológicas que ratifiquen la relación teoría-práctica y aporta a la formación de criterios profesionales sólidos en el campo editorial. De manera particular, la sistematización facilita la identificación de logros y dificultades en el proyecto, generando insumos con el fin de optimizar de manera constante la formación académica y de la gestión editorial de la institución.

- **Breve resumen de la experiencia**

La experiencia se vivió desde mi labor como practicante en la Fundación Universitaria San Martín, sede Bogotá. A lo largo del desarrollo de las actividades asignadas, identifiqué como principal problemática la inexistencia de un departamento especializado en diseño editorial, así como la limitada formación del personal responsable en esta área. Esta carencia se reflejaba en productos institucionales como el manual de marca, evidenciando fallas en la coherencia visual y en la efectividad de la comunicación. Frente a este panorama, propuse como proyecto la formulación de un Manual de Estilo Editorial orientado a ofrecer soluciones estructuradas, funcionales y pedagógicas que respondieran a las deficiencias detectadas.

- **Contexto de la situación**

Durante la pasantía se observaron una serie de desequilibrios significativos en los procesos de diseño editorial, derivado principalmente de un equipo de trabajo reducido y que denota las debilidades en los parámetros de producción para sus artículos académicos. Esto ha generado errores visibles en la composición de los textos, lo que ha damnificado la calidad visual y la coherencia comunicativa. Ante esta situación, surge la necesidad de tomar acciones que contribuyan a mejorar en esos aspectos editoriales que, desde el diseño gráfico aporte claridad, orden y coherencia al material corporativo.

Sobre el plan de sistematización

- **¿Para qué se quiere realizar esta sistematización?**

Las intenciones del proceso de sistematización son rescatar los aprendizajes claves de la experiencia, generar recomendaciones para futuras producciones editoriales y contribuir al mejoramiento del objetivo general. En concreto, se buscará describir paso a paso la elaboración de los lineamientos, analizar las decisiones de diseño y sus fundamentos y evaluar la eficacia de las pautas implementadas. Así, el objetivo general de la sistematización se alinea con la meta del proyecto, ya que todo hallazgo y propuesta resultante podrá retroalimentar la optimización de las guías editoriales

- **¿Qué aspectos centrales de la experiencia nos interesa sistematizar?**

El tema principal de la sistematización es articular y direccionar los criterios de composición gráfica establecidos (jerarquía visual, tipografía, diagramación, legibilidad), el proceso participativo entre diseñadores, docentes y otros actores institucionales y la capacidad de los lineamientos para armonizar el contenido y la presentación. Estos ejes guiarán tanto la recopilación de información como la interpretación de los datos, de modo que se destaque lo esencial de la experiencia vivida.

- **¿Qué elementos habría que tomar en cuenta en la recuperación histórica?**

Para la recopilación histórica de la experiencia, se considerarán documentos previos de la FUSM versiones antiguas del manual de marca, comunicaciones internas sobre la

producción editorial, y antecedentes de publicaciones emblemáticas de la institución.

Además, se recopilaron testimonios orales sobre prácticas pasadas en materia editorial, con el fin de contextualizar los cambios introducidos por el proyecto. Este enfoque histórico permitirá entender el punto de partida del proceso y los motivos que motivaron la creación de nuevos lineamientos.

- **¿Qué elementos habría que tomar en cuenta para ordenar y clasificar la información?**

La información recolectada se organizará con el fin de facilitar su análisis. Los datos se estructurarán de forma secuencial y por categorías, reflejando las distintas fases del proyecto que, se dividen de la siguiente manera: investigación, elaboración de versiones preliminares, ajustes y presentación final. Asimismo, los registros se clasificarán según su tipo de escritos (compendios, artículos), estética visual (maquetación y esquemas) y diálogos (entrevistas, testimonios) aplicando una codificación temática para facilitar su análisis. Este ordenamiento temático-cronológico permitirá visualizar de manera clara el desarrollo del proceso, en concordancia con los principios de la metodología cualitativa de sistematización.

- **¿Qué elementos interesa abordar en la interpretación crítica?**

Durante la etapa de interpretación crítica se prestará atención a los elementos clave que inciden en la práctica. Se analizarán factores como la conceptualización entre los

objetivos comunicacionales y las soluciones gráficas propuestas, las tensiones encontradas al establecer criterios únicos y la gestión del proyecto en términos de roles y responsabilidades. Se priorizará la identificación de lecciones aprendidas, poniendo énfasis en el análisis de los ajustes implementados en los contenidos editoriales, evaluando la calidad y proporcionalidad en la composición visual, así como su coherencia gráfica con la identidad institucional. También se tendrá en cuenta la legibilidad del material resultante y su capacidad para atender adecuadamente a las precariedades comunicativas de la comunidad académica, en consonancia con los principios fundamentales del diseño editorial.

- **¿Qué fuentes de información vamos a utilizar y cuáles necesitaríamos elaborar?**

Los principales soportes de información incluirán expedientes institucionales, versiones previas y actuales de los proyectos editoriales, y registros del proceso de trabajo. También se recolectarán datos mediante entrevistas con el personal de diseño gráfico y la persona responsable del desarrollo de los compendios institucionales. Estos testimonios se complementarán con muestras gráficas comparativas como ejemplares de publicaciones editados antes de la sistematización frente a los rediseños posteriores. Estos insumos permitirán contrastar los resultados obtenidos y evidenciar la implementación de las directrices de diseño definidas.

- **¿Cómo se va a realizar esta sistematización?**

La sistematización se estructurará en fases sucesivas. En primer lugar, recolección de datos, que incluye la búsqueda de archivos, la aplicación de entrevistas y la recopilación de evidencias visuales. Seguirá la organización analítica, donde la información se clasificará y codificará de acuerdo con el eje temático y la temporalidad. La tercera etapa es el análisis crítico y reflexión donde se revisarán los datos catalogados para extraer patrones de aprendizajes, empleando conceptos de análisis cualitativo. Finalmente, en la etapa de sistematización, se redactará el informe final, integrando narrativas con los hallazgos y reflexiones emergentes. En estas etapas participarán activamente todos los integrantes del cuerpo de Diseño Gráfico, en un ejercicio colectivo de interpretación.

- **¿Qué productos que deberían surgir de esta sistematización?**

Los productos esperados de este proceso incluyen un informe de sistematización que describa detalladamente el proceso y los aprendizajes obtenidos; un documento revisado con las bases pragmáticas del área editorial, junto con las conclusiones extraídas; y un conjunto de recomendaciones prácticas para futuras publicaciones de la institución.

También se prevé producir una presentación o artículo académico para diseminar los resultados ante la comunidad educativa. En conjunto, se espera que la sistematización genere un conocimiento formalizado sobre la práctica editorial en el contexto universitario, contribuyendo a la mejora de las estrategias pedagógicas y profesionales en Diseño Gráfico.

Plazos y cronograma

Fecha	Actividad	Participantes	Observaciones
21 de enero - 02 de febrero de 2025	Reconocimiento del entorno laboral	Esteban Sanabria, Programa de Publicidad y Mercadeo – Facultad de Ciencias Sociales y Administrativas	Inicio de la práctica laboral, presentación del equipo asignado, definición de funciones y delimitación del área de trabajo.
06 - 20 de febrero de 2025	Reunión inicial correspondiente a la modalidad de grado TDG de la Universidad Santo Tomás	Esteban Sanabria, estudiantes de la facultad de diseño gráfico y la docente a cargo del proyecto – Jeice Hernández	Inducción al programa TGD, durante la cual se definieron el enfoque, los objetivos del proyecto de grado y las actividades complementarias, estableciendo las bases conceptuales para el desarrollo del proceso.
28 de febrero de 2025	Encuentro con la directora de trabajo de grado	Esteban Sanabria, Paola Andrea D'Luyz Monsalve – directora de trabajo de grado	Se realizó una reunión de presentación y socialización del proyecto de grado y sus actividades. Se acordó un sistema de revisión anticipada de los talleres por parte de la directora, mediante una carpeta compartida en el correo institucional. Los estudiantes deberán enviar sus entregas con una semana de antelación para recibir observaciones y realizar los ajustes correspondientes. Asimismo, se creó un grupo en WhatsApp para mantener una comunicación continua.
10 de marzo de 2025	Identificación preliminar de la problemática institucional en la FUSM	Esteban Sanabria, Equipo de Coordinación de Mercadeo y Publicidad	Durante una revisión preliminar del manual de marca, orientada a comprender los lineamientos gráficos institucionales, se identificaron inconsistencias en la estructura y en la diagramación de la jerarquía tipográfica.
20 de marzo de 2025	Reunión con el decano para socializar la problemática detectada	Esteban Sanabria, Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y Administrativas	Se sostuvo una reunión con el decano para presentar el proyecto, exponer las falencias detectadas en el manual de marca y solicitar una entrevista con el equipo de diseño gráfico (Equipo de Coordinación de Mercadeo y Publicidad,) responsable de los materiales editoriales.
25 de marzo de 2025	Entrevista con el Equipo de Coordinación de Mercadeo y Publicidad	Esteban Sanabria, Equipo de Coordinación de Mercadeo y Publicidad, Decano de la Facultad de	El decano me condujo a las instalaciones del equipo de Coordinación de Mercadeo y Publicidad, responsable de las publicaciones editoriales de la FUSM. Expuse las deficiencias

		Ciencias Sociales y Administrativas	detectadas en el manual de marca, ante lo cual informaron que no existe un equipo de diseño editorial consolidado, y que la producción recae en una única persona encargada de liderar los proyectos más exigentes.
08 de abril de 2025	Formulación de la propuesta para el desarrollo de un Manual de Estilo Editorial	Esteban Sanabria	Tras la reunión con el equipo de Publicidad y Mercadeo, se identificó la necesidad de desarrollar una guía editorial que unificara criterios para la aplicación adecuada de principios de diseño en la maquetación y diagramación de artículos.
12 – 14 de abril de 2025	Inicio del proceso investigativo para abordar los aspectos definidos en el documento proyecto de Sistematización de Experiencia	Esteban Sanabria	Se realizó un análisis sobre la estructura y elementos esenciales de un manual de estilo editorial, incluyendo principios de jerarquía tipográfica y soluciones a deficiencias detectadas en el manual de marca, aplicando herramientas como Adobe InDesign.
15 – 18 de abril de 2025	Desarrollo de los componentes iniciales del proyecto de sistematización	Esteban Sanabria	Una vez recopilada la información, se procedió a la presentación de los puntos clave, comenzando con los aspectos preliminares, introducción, planteamiento del problema, pregunta de investigación y objetivos.
19 – 21 de abril de 2025	Continuación del proceso de construcción del documento de sistematización	Esteban Sanabria	Se continuó con el desarrollo del documento, abordando la justificación, el diseño metodológico, la experiencia a sistematizar y el plan de sistematización.
22 de abril de 2025	Presentación de avances significativos del proyecto	Esteban Sanabria, Paola Andrea D'Luyz Monsalve – directora de trabajo de grado	Se presentaron los avances a la directora de grado para recibir retroalimentación y realizar los ajustes correspondientes.
25 – 28 de abril de 2025	Reanudación de la elaboración de los apartados restantes	Esteban Sanabria	Se retomaron las actividades del proyecto con el desarrollo del análisis de la experiencia, el tema de reflexión y las discusiones académicas derivadas de dicha evaluación.
30 de abril de 2025	Diseño del prototipo propuesto	Esteban Sanabria, Equipo de Coordinación de Mercadeo	Se elaboró un bosquejo del manual de estilo editorial, incluyendo fundamentos, definiciones y funciones clave del diseño editorial, junto con una guía práctica para su implementación en Adobe InDesign.

03 - 04 de mayo de 2025	Aplicación de ajustes finales y complementación de secciones pendientes	Esteban Sanabria	Se incorporaron las observaciones de la directora de trabajo de grado y se avanzó con los apartados correspondientes al desarrollo del prototipo, su metodología, evidencias del proceso, análisis de la experiencia con sustento teórico y la conclusión.
08 de mayo de 2025	Revisión final del documento	Esteban Sanabria, Paola Andrea D'Luyz Monsalve – directora de trabajo de grado	Se perfecciona el documento de sistematización, incorporando comentarios de revisión
12 de mayo de 2025	Entrega formal del Informe de Sistematización de la Experiencia	Paola Andrea D'Luyz Monsalve – directora de trabajo de grado	Se hace entrega de la sistematización

Análisis de la experiencia, Aprendizaje significativo y Propuesta proyectual

Durante la pasantía en la Fundación Universitaria San Martín, la observación crítica de los productos editoriales permitió identificar un vacío estructural: la falta de lineamientos claros y de formación especializada en diseño editorial. Esta situación, lejos de limitar el ejercicio profesional, se convirtió en una oportunidad para intervenir de manera concreta desde el diseño gráfico, aplicando conocimientos adquiridos y desarrollando nuevas habilidades en contextos reales.

El aprendizaje más significativo radicó en comprender que la solución a una falencia institucional no siempre exige grandes recursos, sino claridad en el diagnóstico y capacidad de transformar el conocimiento técnico en herramientas accesibles. Así nació la propuesta del Manual de Estilo Editorial: una guía práctica, pedagógica y funcional que atiende de forma

pertinente los desafíos de la entidad educativa y permita uniformar criterios visuales sin complejidad operativa.

Diseñar esta propuesta implicó no solo resolver errores técnicos, sino establecer un puente entre el diseño y la gestión académica. El proceso consolidó competencias fundamentales en tipografía, diagramación y jerarquía informativa, pero también fortaleció la reflexión crítica, la autonomía y la aptitud de generar un impacto institucional desde el rol del diseñador.

Este manual no se limita a ser una pieza gráfica; representa un paso hacia la profesionalización de los procesos editoriales en la FUSM. Es, al mismo tiempo, producto y motor de una transformación que busca mejorar la calidad de la comunicación visual desde dentro, a partir del compromiso, el análisis riguroso y la aplicación coherente del diseño.

Tema de reflexión y discusiones académicas basado en el análisis de la experiencia y la propuesta que sale de la misma

La experiencia evidenció que el diseño editorial, aunque a menudo subestimado en entornos institucionales, es una herramienta esencial para garantizar claridad, cohesión y profesionalismo en la comunicación escrita. La ausencia de formación específica en esta área limita la calidad de las publicaciones y afecta directamente la percepción institucional, lo cual plantea una reflexión urgente sobre su lugar dentro de los procesos académicos y administrativos. Más que una solución gráfica, el manual propuesto funciona como un

dispositivo de transferencia de conocimiento que permite a quienes no tienen formación en diseño aplicar criterios básicos con sentido crítico y estético. En este sentido, se genera un aprendizaje bidireccional. Por un lado, el diseñador aprende a comunicar sus saberes de forma didáctica; por otro, la institución adquiere herramientas para mejorar su producción editorial con autonomía.

Bajo esta propuesta, se retoma el enfoque tomasino, inspirado en el pensamiento de Santo Tomás de Aquino, el cual resalta la racionalidad y la responsabilidad social como principios orientadores. En este marco, se plantea la construcción de un modelo replicable que reafirme la idea de que el diseño cumple una función estratégica y trascendental en la optimización de la comunicación visual institucional. Desde esta perspectiva, cada pieza editorial debe responder no solo a criterios estéticos, sino también a principios de funcionalidad y ética. El diseño editorial, por tanto, se concibe como una herramienta que organiza, clarifica y consolida la identidad visual institucional, orientada a educar, informar y sensibilizar a la comunidad frente a temas de interés público y valores corporativos. En consecuencia, el contenido gráfico adquiere un rol transformador, al movilizar conciencias y fomentar un cambio cultural. Asimismo, la implementación de lineamientos gráficos coherentes fortalece la profesionalización institucional, al articular la praxis con fundamentos teóricos sólidos. Por ello, un Manual de Estilo Editorial con base conceptual rigurosa permite alinear la misión educativa de la FUSM con una comunicación visual integrada y orientada por valores formativos, posicionando al diseño como una herramienta social que consolida una identidad académica sólida, activa y confiable.

Desarrollo de la propuesta de mejora o del prototipo resultado del aprendizaje significativo, (metodología en el desarrollo del prototipo) evidencias del proceso para la generación de la propuesta

Figura 2. Prototipo de portada y páginas del manual de estilo editorial



Nota. Imagen de elaboración propia.

La propuesta de mejora se materializó en el diseño de un Manual de Estilo Editorial Institucional, concebido como una guía estratégica para estandarizar los criterios de diagramación y composición en las publicaciones de la Fundación Universitaria San Martín. Su desarrollo respondió a un enfoque secuencial, fundamentado en el aprendizaje significativo

derivado de la experiencia de sistematización. El proceso inició con la recopilación y análisis de los materiales editoriales existentes, así como de los lineamientos vigentes en el manual de identidad institucional. A través de reuniones con el equipo de Publicidad y Mercadeo, se identificaron deficiencias críticas, entre ellas, la ausencia de personal con formación especializada en diseño editorial y la carencia de una estructura pedagógica que orientará adecuadamente los procesos gráficos. Esta situación impacta negativamente en la coherencia visual y en la eficacia comunicacional de las piezas institucionales. Durante esta etapa, se aplicaron conocimientos teóricos relacionados con la legibilidad y la composición gráfica, lo que permitió justificar la necesidad de un documento normativo que consolidara buenas prácticas editoriales.

El análisis detallado de los documentos institucionales evidenció errores recurrentes en la composición, como interlineado inadecuado, espaciado irregular, deficiente manejo del tracking y kerning, jerarquías tipográficas inconsistentes y uso desacertado del texto justificado. Estas falencias comprometían la legibilidad, el equilibrio visual y la pertinencia del contenido. Esta fase permitió fundamentar, desde la práctica, la urgencia de una intervención pedagógica que tradujera el conocimiento técnico del diseño editorial en directrices comprensibles para personas sin formación especializada. Con base en el diagnóstico, se estructuró el contenido del manual atendiendo a los principios fundamentales del diseño editorial. Secciones específicas abordaron temas como jerarquía visual, estilos tipográficos, espaciado interpalabra, interlineado y

alineación textual, fundamentadas en la formación académica recibida y en fuentes disciplinares consultadas durante el proceso.

El manual fue desarrollado en formato digital, facilitando su distribución institucional. Se incluyeron ejemplos visuales, instrucciones claras y orientaciones prácticas para la mejora de la composición editorial. Además, se incorporaron diagramas de estructuras de página, recomendaciones tipográficas y sugerencias precisas sobre espaciado y disposición textual en diversos tipos de contenido. Esta fase representó la aplicación integral de conocimientos técnicos y metodológicos, asegurando un resultado didáctico, funcional y contextualizado. El prototipo fue socializado con el equipo de Publicidad y Mercadeo para evaluar su pertinencia, claridad y aplicabilidad. Las observaciones recibidas permitieron ajustar el lenguaje técnico, perfeccionar los ejemplos gráficos y reforzar explicaciones específicas. Este intercambio confirmó que el manual no solo resuelve deficiencias técnicas, sino que también cumple una función pedagógica clave.

El resultado es una versión beta del Manual de Diseño Editorial Institucional, con potencial de implementación, adaptación y mejora continua. Su principal valor radica en traducir conocimientos técnicos complejos en herramientas accesibles, elevando la calidad de los productos editoriales y fortaleciendo la autonomía del equipo institucional en sus procesos de comunicación visual.

Propuesta que evidencie el análisis y aporte de la experiencia al igual que la relación con los autores y referencias consultadas.

Esta propuesta constituye la evidencia concreta del cumplimiento y seguimiento a las acciones planteadas desde el inicio del proyecto, respondiendo de forma directa a los hallazgos detectados en el pronóstico inicial, formulando soluciones prácticas a las deficiencias visuales identificadas en los materiales editoriales de la institución. Desde la detención del problema hasta el desarrollo metodológico, todas las decisiones de diseño estuvieron guiadas por los objetivos trazados se han hecho con el mero propósito de mejorar la calidad gráfica, fortalecer la identidad institucional y proporcionar herramientas aplicables al equipo editorial. El manual incluye instrucciones detalladas, esquemas visuales y ejemplos ilustrativos que permiten comprender y aplicar correctamente los principios del diseño editorial, cumpliendo con lo proyectado en la propuesta. Lo que resultado tangible en la adquisición de nuevos conocimientos y del seguimiento puntual de cada acción planeada lo que demuestra la capacidad de transformar una necesidad institucional en una propuesta funcional, coherente y sostenible dentro del entorno académico.

Conclusiones

La sistematización de la experiencia de diseño editorial en la Fundación Universitaria San Martín ha dejado claros aprendizajes en la aplicación de principios tipográficos y de composición, evidenciando cómo factores como el interlineado, la jerarquía visual y la gestión

del espacio influyen directamente en la legibilidad y la coherencia de los materiales institucionales. Asimismo, el proceso reflexivo e iterativo de diseño del Manual de Estilo Editorial fortaleció la capacidad de traducir fundamentos teóricos en herramientas prácticas y accesibles para el equipo editorial.

En cuanto a los alcances, se logró desarrollar un prototipo de manual que incorpora lineamientos técnicos como diagrama de retículas, legibilidad tipográfica, Consistencia gráfica y claridad comunicativa. Este recurso tangible no solo estandariza criterios de diseño, sino que también funciona como instrumento de capacitación permanente, elevando la calidad y uniformidad de las publicaciones institucionales.

De cara al futuro, el proyecto establece pilares para la mejora continua: la actualización del manual con componentes de accesibilidad digital y diseño web, la realización de talleres periódicos que consoliden una comunidad de práctica en diseño editorial y la implementación de métricas de usabilidad y satisfacción para sopesar el alcance de los compendios académicos. En conjunto, esta experiencia posiciona al diseño editorial como un elemento estratégico de comunicación institucional y formación profesional a largo plazo.

Referencias bibliográficas

- Buitrago Rojas, F. (2020). *Facientes veracitatem: veracidad y responsabilidad social universitaria*. Cuadernos de Filosofía Latinoamericana, Universidad Santo Tomás.
<https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/cfla/article/view/5987/5844>
- Caram, C. (2015). *Pedagogía del diseño: el proyecto del proyecto*. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, (53).
https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232015000300006&lng=es&tlng=es
- Chang, T. (2023). *Cinco conceptos de diseño editorial para principiantes*. Tipografía.
<https://tipografica.io/conceptos-diseno-editorial/>
- Eguaras, M. (2015). *Maquetación profesional: cinco principios básicos*.
<https://marianaeguaras.com/maquetacion-profesional-cinco-principios-basicos/>
- ESDESIGN Barcelona. (s.f.). *¿Qué es el kerning y el tracking? Conceptos de tipografía*.
<https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-editorial/que-es-el-kerning-y-el-tracking-conceptos-de-tipografia>
- Gómez Allende, M. Á. (2024). *Principios básicos del diseño editorial*.
<https://mgallende.com/principios-basicos-del-diseno-editorial/>

- Guerrero Reyes, L. (2016). *El diseño editorial: guía para la realización de libros y revistas*. Universidad Complutense de Madrid.
<https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/ae9a1284-8f73-4956-9e20-761230468e3a/content>
- Hernández López, S., Rodríguez Borrayo, M., Núñez Rojas, E., & Pantoja Ruíz, E. S. (2018). *Escasez en el aprendizaje sobre diseño editorial en la universidad*. Revista Internacional de Ciencias Sociales, 7(3), 123–134.
https://www.researchgate.net/publication/341047278_Escasez_en_el_aprendizaje_sobre_diseño_editorial_en_la_universidad Shortages in Learning about Editorial Design at the University
- Hurtado Abril, M. C., & González Bello, E. O. (2023). *Eficiencia, interdisciplina y responsabilidad social en el diseño editorial: aproximaciones teóricas*. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, (204), 141–151.
<https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/9773/16486>
- Izquierdo, T. (2023). *¿Qué es el interlineado o interlínea?*
<https://taniaizquierdo.com/interlineado-interlinea/>
- Jara, Ó. (2011). *Orientaciones teórico-prácticas para la sistematización de experiencias*. Alforja.
https://centroderecursos.alboan.org/ebooks/0000/0788/6_JAR_ORI.pdf

- Jara Holliday, Ó. (2018). *La sistematización de experiencias: Práctica y teoría para otros mundos políticos* (1.^a ed.). Centro Internacional de Educación y Desarrollo Humano - CINDE.

<https://www.unc.edu.ar/sites/default/files/La%20sistematizaci%C3%B3n%20de%20experiencias%20-%20Oscar%20Jara%20%28edici%C3%B3n%20colombiana%29.pdf>
- Nakatsuru, K., & Uchida, S. (2024). *Learning to Kern: Set-wise Estimation of Optimal Letter Space*. arXiv.

<https://arxiv.org/pdf/2402.14313>
- Pozo Puértolas, R. (2023). *Investigación aplicada en diseño: Etapas de la actividad*. Gráfica: Documents de Disseny Gràfic, 12(23), 93–100.

<https://revistes.uab.cat/grafica/article/view/v12-n23-pozo/283-pdf-es>
- Riley Corzo, R. (2010). *La legibilidad en el diseño editorial de libros y revistas* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Autónoma de México]. Repositorio UNAM.

https://ru.dgb.unam.mx/jspui/bitstream/20.500.14330/TES01000659956/3/0659956_A1.pdf
- Schwen, L. O. (2020). *Ten simple rules for typographically appealing scientific texts*. PLOS Computational Biology, 16(12).

<https://journals.plos.org/ploscompbiol/article?id=10.1371/journal.pcbi.1008458>

- SHIFTA by Elisava. (2023). *¿Qué es una retícula en diseño editorial?*
<https://weareshifta.com/que-es-una-reticula-diseno-editorial/>
- StudySmarter. (s.f.). *Diseño editorial: principios y técnicas*.
<https://www.studysmarter.es/resumenes/estudios-de-medios/creatividad-y-diseno/diseno-editorial/>
- Universidad Europea. (2024). *Diseño editorial: elementos y aplicaciones*. Creative Campus.
<https://creativecampus.universidadeuropea.com/blog/diseno-editorial/>
- Universitat Oberta de Catalunya. (2017). *Proyecto II: Diseño editorial – Cómo crear un proyecto editorial*.
https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/101966/1/Proyecto%20II%2c%20diseño%20editorial_Cómo%20crear%20un%20proyecto%20editorial.pdf
- Zavarce, E., Hernández, J., Omaña, G., & Marval, E. (2015). *Investigación-creación para el diseño gráfico: propuesta metodológica en el caso editorial*. SituArte, 9(17).
<https://produccioncientificaluz.org/index.php/situarte/article/view/19634/19591>