

MAQUETACIÓN

La maquetación es la composición de una página, la compaginación de diferentes elementos. Es la forma de ocupar el espacio del plano de la página.

Todo diseñador gráfico, cuando inicia su carrera, se encuentra con el problema de cómo disponer el conjunto de elementos de diseño impresos (texto, titulares imágenes) dentro de un determinado espacio, de tal manera que se consiga un equilibrio estético entre ellos.

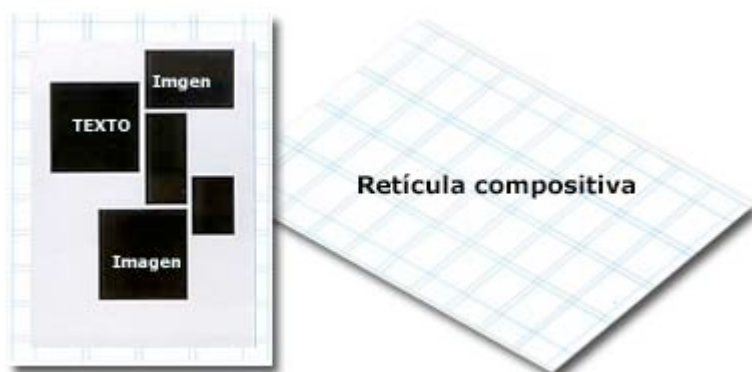
Maquetar un diseño, consiste en dar un formato a los documentos, a todo el conjunto de elementos que lo componen, las imágenes, los textos, etc

Definir el documento

Lo primero que se lleva a cabo antes de empezar a maquetar es definir el documento, es decir, definir el área sobre la que desarrollaremos el trabajo.

Existen dos características muy importantes sobre el papel: la primera es el tamaño y la segunda la orientación. Este puede ser horizontal o vertical y el tamaño puede cambiar entre diversas medidas, siendo la más corriente y habitual la DIN A4.

Crear la retícula compositiva



Todos los trabajos de maquetación, deben llevar una guía para conseguir una estructura y tamaños fijos. Para ello se utiliza la **retícula compositiva** que será la plantilla base sobre la que se asienten los elementos gráficos, con la finalidad de conseguir un orden y una estética en la publicación. Las retículas se subdividen a su vez en superficies bidimensionales o tridimensionales, en campos más pequeños en forma de reja.

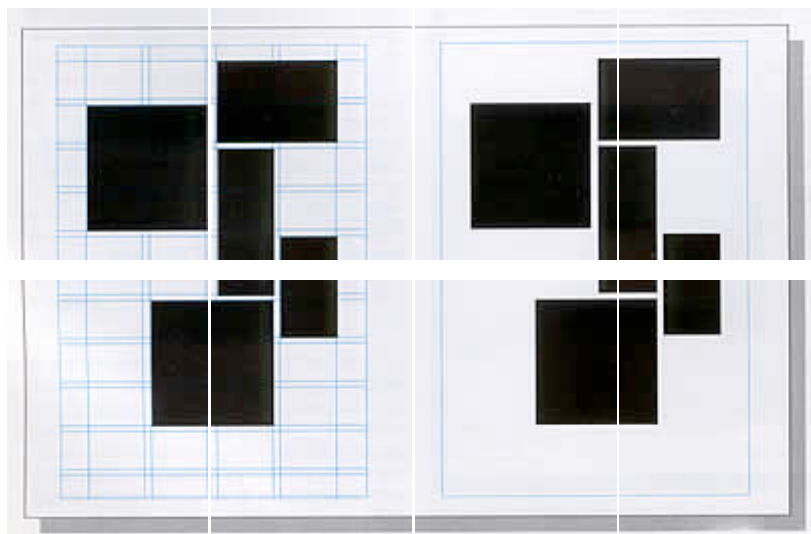
El problema con el que se encuentra el diseñador es encontrar el equilibrio entre el orden que impone la estructura reticular, y la necesidad de evitar la monotonía e inyectar una cierta dosis de creatividad a la maquetación. Aún así, una retícula siempre impondrá **un orden, una uniformidad y coherencia**. Una página con retícula transmite estructura y una cierta mecánica, frente a algo desordenado, desestructurado o caótico.

La retícula hace también que, la lectura se efectúe con mayor rapidez, se visualicen los contenidos a distancias más lejanas y se retenga con más facilidad en nuestra memoria la información que estamos recibiendo.

Para su creación, lo primero que todo diseñador gráfico debe definir es el objetivo de comunicación gráfica que se pretende. Así, por ejemplo, la retícula quedará condicionada a las características del documento gráfico de que se trate, de tal manera que un libro de lectura tendrá una retícula muy distinta a una revista de modas, un periódico o un folleto publicitario. Adicionalmente, la cantidad de fotografías o ilustraciones a utilizar en la página y la tipografía serán condicionantes en el proceso de creación de la retícula.

Retículas simples, de 2 y 4 columnas y de 3 a 6 columnas

La retícula más simple es la de **una sola columna** con márgenes iguales en todos sus bordes. Sobre esta base de una sola columna el diseñador puede elegir diferentes variantes en el tamaño de los márgenes, en función del documento gráfico de que se trate o de consideraciones como la facilidad de lectura, elegancia en la representación de los bloques de texto o requisitos de encuadernación. Normalmente, este se usa para libros tradicionales de lectura, como novelas, aunque, tiene otras aplicaciones.



Las posibilidades de disposición de elementos gráficos en una retícula de una sola columna son muy limitadas y, en general, se muestra más rígida que otras variantes de retícula. Lo que, en todo caso, el diseñador debe tener en cuenta es que la variedad de opciones, entre las que puede elegir con respecto a los márgenes de los bordes para retículas de una sola columna, crearán en cada caso sensaciones de lujo, tensión, formalidad o informalidad y proporcionarán al tema expuesto énfasis diferentes.

La fórmula de **dos columnas**, que puede ajustarse fácilmente a cuatro, con la anteriormente descrita, son las más utilizadas en trabajos de diseño gráfico. En general, cuando el número de columnas es par se consigue una distribución más equilibrada en la página, aunque, por otra parte, puede resultar carente de originalidad. Un **número impar** de columnas en la retícula suele proporcionar un estilo diferente e incluso más original pero, por otra parte, puede resultar más difícil conseguir un cierto nivel de equilibrio



Ejemplos:

Las retículas simples, se encuentran casi en todos los etiquetados, envasados, periódicos, novelas...

La retícula de 2 y 4 columnas: Es una retícula muy utilizada por los diseñadores, ya que les permite componer una distribución equilibrada, aunque en alguna ocasión, puedan sugerir algunas composiciones simétricas.

La retícula de 3 y 6 columnas: Habitualmente se considera esta retícula como la más acertada para el diseño de los folletos publicitarios. Proporciona anchas y columnas muy legibles, y además se tiene la opción, que la de tres columnas se puede subdividir a su vez, en 6 columnas.

Los elementos del diseño en la retícula



Los tres elementos fundamentales del diseño en la página son los **títulos, el texto y las imágenes**. Todos deben combinarse en la retícula para formar un conjunto armonioso, en el que los elementos se refuerzan unos a otros.

De hecho, como ya hemos podido comprobar, la necesidad de disponer de una retícula base proviene del deseo de conseguir un equilibrio en la disposición de estos tres elementos. En la mayoría de las publicaciones el texto, los títulos y las imágenes están dispuestos de tal forma que sugieren la existencia de una retícula base.

Tamaños y formas del papel

En el proceso de compaginación y en la elección del diseño de la retícula base es necesario hacer una consideración previa sobre el tipo y formato de papel a utilizar. El uso económico del papel es una decisión esencial que corresponde al diseñador. Los formatos de papel más habituales según la norma DIN son los siguientes:

AO = 841 X 1189 mm A1 = 594 X 841 mm

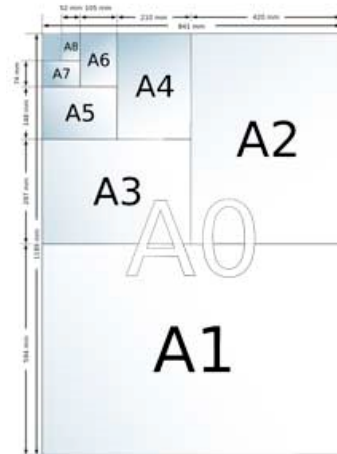
A2 = 420 X 594 mm A3 = 297 X 420 mm

A4 = 210 X 297 mm A5 = 148 X 210 mm

A6 = 105 X 148 mm A7 = 74 X 105 mm

A8 = 52 X 74 mm A9 = 37 X 52 mm

A 10 = 26 X 37 mm



La elección de **un tipo de papel** en particular y su tamaño condicionarán decisivamente los costes y el aspecto del trabajo. También **el formato del papel** condiciona el estilo y tipo de retícula a utilizar, haciendo inconvenientes unas y apropiadas otras. Así, por ejemplo, cada clase de papel ofrece un nivel distinto de absorción de la tinta, variando así el aspecto de los colores, e igualmente una diferencia en la calidad del papel puede suponer una considerable diferencia en el coste sin un aumento proporcional de la calidad del conjunto. También el diseñador debe prever qué impacto en el proceso de impresión tendrá la elección de diseño y compaginación que ha realizado. Cuando un folleto se imprime, las páginas no se imprimen una a una, sino que se agrupan para ahorrar tiempo y para aprovechar al máximo los materiales pudiendo incluirse en cada plancha de impresión 3, 6, 8 e incluso más páginas, según el formato de página elegido. Si el número de páginas del folleto exige más de una plancha, el diseñador puede combinar las páginas en el proceso de compaginación para conseguir ahorros en el número de impresiones en función de los colores que deban aparecer. Así como un arquitecto en su proyecto debe tener en cuenta los materiales y el impacto en el proceso de construcción, el diseñador gráfico no puede olvidar que su trabajo debe ser impreso y que ello tiene que conseguirse con la mayor eficiencia de tiempo y costes para la calidad elegida.

Maqueta base, o página maestra

Son muchas las definiciones que se le pueden dar: página maestra, maqueta base, máster, plantilla, etc. Pero todas hacen referencia a la misma idea, la primera página, donde aparece el estilo y todas las características ideadas para toda la publicación. Se consigue así que todas las páginas que forman una revista, catálogo o bien un libro, tengan siempre el mismo estilo y presentación.

Los elementos de la maqueta base pueden ser:

1. **La orientación del papel:** Horizontal o Vertical
2. **El número de columnas:** Número de columnas y el tamaño que van a tener en nuestra hoja.
3. **La separación entre columnas:** Tendremos que definir la separación que va a existir entre las columnas del documento; a esta separación se la denomina **medianil**.
4. **Los titulares, las cabeceras, los pies de las imágenes, el formato del texto, tipografías o fuentes, tamaños de los textos, el color de los textos etc.**
5. **Los elementos ornamentales, filetes decorativos, uso de imágenes como fondo en todas las páginas, marcas de agua.**
6. **Numeración de las páginas**



Diseño de la página base

La retícula base se hace en dos páginas enfrentadas, en la página de la derecha y en la página de la izquierda. Se hace así para poder observar el resultado final en conjunto de cómo va a quedar la publicación final.

Pero la importancia de realizar una página maestra se encuentra en el enorme ahorro de tiempo que se consigue, ya que el resto de las páginas de la publicación utilizarán los mismos estilos, formatos, fuentes, etc., no teniendo que organizar y definir las características de cada página del documento una por una. Además, se logra así que la publicación presente un mismo estilo y se aprecie en la presentación una línea clara, que es lo que distingue unas publicaciones y otras.

Distribución de los elementos y de los espacios en una maquetación

Otra tarea importante que tenemos que tener en cuenta a la hora de maquetar un documento es pensar en los espacios, y todos los demás elementos y su distribución.

Para realizar esta tarea se puede usar la técnica que se usaba antaño, que es la de **dibujar las distribuciones posibles en un papel**, es decir hacer posibles bocetos con diferentes distribuciones de los espacios de los que disponemos hasta que encontremos la distribución adecuada y que se ajuste a lo que queremos conseguir.

También existen **programas informáticos** en los que nos resultará muy sencillo crear posibles elementos como textos, imágenes etc. Y distribuirlos de manera sencilla y lo que es más importante cambiar de nuevo la distribución en unos segundos.

Los dos elementos básicos en los que tenemos que pensar a la hora de la maquetación son el texto y las imágenes.

- **Texto:** Titulares, subtulares o entradillas (copetes), bloques de texto, y pies de foto o imagen. En los anuncios publicitarios hay algunos elementos diferentes en cuanto a texto se refiere como eslóganes etc.
- **Imágenes:** Fotografías, ilustraciones, espacios en blanco, logotipos.

El Titular de un documento se considera el elemento más importante, ya que es el más atractivo y en el que más se fija el lector que precisamente es la labor que tiene, captar la atención del lector e intentar que se introduzca en el tema para leer el resto del texto.

No existe una ley o regla invariable a la hora de definir como va a ser el titular pero si que existe la recomendación de escribir, frases y palabras cortas, que estén compuestos por mayúsculas y minúsculas, que el texto no esté en negativo, que no se empleen signos de puntuación.

Estas recomendaciones son válidas a grandes rasgos, sin embargo cualquier titular que consiga llamar la atención y transmitir un mensaje rápidamente será un buen titular.

Los subtítulos: Se colocan debajo de los títulos principales, y aportan una información complementaria a la del primer titular principal. Los subtítulos, se crearon, por que los titulares suelen ser muy resumidos y escuetos, y no aportan toda la información necesaria para captar la atención del lector.

El cuerpo del texto es el elemento al que menos atención se presta, esto es debido a que en muchas ocasiones el lector ya ha recibido el mensaje casi en su totalidad con la información que le ha aportado el titular y la imagen o fotografía.

Algunos expertos afirman, que el orden de lectura de los documentos es de la siguiente forma:

- Titular.
- Pies de la imagen.
- Texto, este en último término si los tres primeros elementos son interesantes para el lector.

Los pie de las fotografías tienen más importancia que el texto en muchas ocasiones, por lo que los elementos de la maquetación deben ser analizados y estudiados hasta en el último detalle.

Sin embargo aunque el bloque de texto sea el que menos atención recibe, es muy importante cuidarlo ya que aquél lector que lo lea estará interesado en el tema, y por tanto debemos hacerlo claro, legible, lo menos pesado posible.

Si pensamos en un bloque de texto que intenta vender algún producto, éste puede ser la mejor estrategia para venderlo, ya que como hemos dicho antes aunque sea el que menor atención capta, si es leído, es leído por una persona interesada en él.

El pie de imagen o pie de fotografía se coloca debajo de ellas aportando alguna información adicional a las mismas. Debería ser corto y breve y aportar la información necesaria para que el lector capte el mensaje que queremos darle con la imagen.

Las imágenes: Son unos de los elementos de la composición que más atraen la atención del lector, ya que visualmente son más rápidas y atractivas de ver que el texto. Estas a su vez, deben contener la información relacionada con el texto que las acompaña, ya que de lo contrario, podríamos confundir al público lector.

Se pueden utilizar de manera más flexible, invadiendo varias columnas, incluso en ocasiones superando los límites de las retículas. No hay restricciones en cuanto a tamaño ya que pueden llegar a ocupar una página entera en un color, dos o a todo color o por el contrario estar contorneadas por el texto produciendo efectos visuales atractivos y dándole mayores oportunidades creativas al diseñador.

También pueden introducirse otro tipo de gráficos como por ejemplo dibujos, ilustraciones, caricaturas etc. Ya sea con el objetivo de aportar un ligero tono humorístico, o de explicar gráficamente una información que puede ser más fácilmente comprensible por medio de imágenes que por medio de densos datos.

Linke Wende im Baselbiet ist möglich
Repräsentative Umfrage zeigt, dass bürgerliche Regierungskandidaten im Rückstand sind

Gráfico Explicativo de la Noticia

Candidate	Percentage
SP	23%
Grüne	14%
PS	11%
Basler Christen	10%
Basler Liberalen	10%
SVP	10%
Basler Sozialdemokraten	8%
Basler Demokraten	8%

Landhof-Initiative kommt nur schleppend voran
Die Landhof-Initiative... (text continues)

Gefährdete Siedler
Flussufer... (text continues)

Experten fürchten Erosion
wegen Einsatz von Düngern... (text continues)

special mobil
Rauch mit Filter... (text continues)

Los espacios: Los espacios que se encuentran en blanco, no significan nada, pero la composición permite que el texto se lea de una forma más clara y que la composición produzca un efecto visual agradable.



Distribución de espacios en una composición



Los márgenes

En un documento existen cuatro márgenes:

- El Margen Superior
- El Margen Inferior
- El Margen Interior
- El Margen Exterior

Dependiendo de los márgenes que escojamos para nuestro documento estos pueden ayudarnos a dotarlo de una sensación de formalidad, informalidad, lujo, tensión, o darle distintos énfasis a determinados elementos de la composición.

En cuestión de márgenes no hay una regla que indique una medida fija, sin embargo en el campo de la maquetación, los profesionales suelen usar unos márgenes predefinidos para cada clase de maquetación que se va a realizar.

Para aplicar una buena medida de los márgenes podemos seguir las siguientes indicaciones:

- Aplicamos un espaciado coherente para el margen superior del documento.
- El 0,75 del espaciado del margen superior se lo aplicamos al margen interior.
- El doble del margen interior se lo aplicamos al margen exterior.
- Y el doble del margen superior en el margen inferior.

Existen razones estéticas y prácticas por las que dependiendo de que tipo de documento sea, se apliquen unos márgenes u otros, por ejemplo la razón por la que se aplica un margen inferior del doble que el margen superior en muchas ocasiones es una cuestión práctica ya que esa zona es dónde descansa la vista del lector cuando acaba de hojear la página. De la misma manera el resto de márgenes evitan que el lector se agobie proporcionándole espacios en blanco para descansar la vista y facilitando así la lectura.

Las tabulaciones del texto

Cuando realizamos una composición podemos ilustrarla con textos, imágenes, formas etc. Pero a la hora de pensar en la maquetación de esa composición debemos

plantearnos la alineación del texto como aspecto a tener en cuenta.

Las posibles alineaciones de texto que nos podemos plantear son:

- **Alineación del texto a la izquierda:** De todas las alineaciones es la forma más conveniente y más natural para los textos largos, este tipo de alineación del texto crea además una sensación de espaciado entre palabras que facilita mucho la lectura.

Desarrollomultimedia.es está
alineando el texto a la izquierda
ahora. Desarrollomultimedia.es está
alineando el texto a la izquierda
ahora.

- **Alineación del texto a la derecha:** Este tipo de alineación dificulta mucho la lectura, por lo que es usada en la mayoría de los casos para los textos pequeños, poco extensos y en casos especiales.

Desarrollomultimedia.es está
alineando el texto a la derecha
ahora. Desarrollomultimedia.es está
alineando el texto a la derecha
ahora.

- **Alineación de texto justificado:** El texto resulta más legible, aporta mayor facilidad de lectura normalmente si los espacios entre letras y palabras son

uniformes, pero en el caso de la justificación de un texto en ocasiones deja huecos entre palabras que pueden llegar a conseguir entorpecer la lectura.

Desarrollomultimedia.es está alineando
el texto justificado ahora.
Desarrollomultimedia.es está alineando
el texto justificado ahora.

- **Alineación centrada del texto:** La alineación centrada de un texto resulta ideal para frases muy cortas y muy concretas como por ejemplo títulos, titulares, citas, poemas, frases célebres etc.

Desarrollomultimedia.es está
alineando el texto centrado ahora.
Desarrollomultimedia.es está
alineando el texto centrado ahora.

- **Alineación asimétrica del texto:** Una alineación asimétrica del texto suele emplearse para darle a la composición un aspecto más expresivo, más creativo, centrar la atención en determinadas áreas etc., pero sería muy incómodo o muy costoso leer una gran extensión de texto con este tipo de alineación.

Las alineaciones centradas dan al texto una apariencia muy formal y son adecuadas cuando se usan mínimamente. Pero debe evitarse configurar textos demasiado largos con este modelo.

Esta alineación es justificada y debe asegurarse la uniformidad entre letras y palabras.

Esta alineación es a la izquierda y facilita la lectura del texto. configurar textos demasiado largos con este modelo.

Esta alineación es asimétrica y se usa para dar un aspecto más expresivo al texto.

Esta alineación es justificada también en la última línea y debe asegurarse la uniformidad entre letras y palabras.

Esta alineación es a la derecha y dificulta la lectura del texto.

Errores frecuentes en la maquetación de textos

Palabra suelta en la última línea de un párrafo

Muchas veces podemos ver en la última línea de un párrafo una palabra suelta, sin embargo lo que se debería hacer cuando sucede esto maquetando un texto, es ajustar el interletrado para que esa palabra suba a la línea anterior, o la última palabra de la línea anterior baje a la última línea del párrafo. Tampoco sería muy correcto poner un monosílabo al final de una línea.

Los llamados ríos

Los ríos son espacios en blanco que quedan entre las palabras, pero que unidos a los espacios de líneas superiores e inferiores forman caminos blancos en el texto y dificultan la legibilidad.

Estos ríos son normalmente originados por el tracking y el kerning de las tipografías, la justificación y el tamaño que estemos empleando en el texto. La justificación total por ejemplo, suele crear grandes ríos, ya que este tipo de justificación fuerza al máximo a la tipografía a ajustarse a un espacio que no es el suyo natural.

Las particiones de palabras al final de una línea

Las particiones son aquellos puntos donde se separan las sílabas de una palabra. En algunas ocasiones, podemos encontrarnos con columnas cortas en las que tenemos que usar palabras largas y este es uno de los pocos casos en los que podría ser óptimo dividir una palabra en sílabas, ya que incluso podría solucionar problemas con los ríos y anchos de línea muy desproporcionados y desiguales. Sin embargo lo que si que nunca debe hacerse es dejar una sílaba sola, en una línea. Por este motivo nunca se deberían dividir palabras de dos sílabas, y si tenemos que dividir a la fuerza una palabra de tres sílabas, la sílaba suelta quedará en la línea superior y nunca en la inferior.

El ancho de columnas y líneas

Un texto que está distribuido en varias columnas, será mucho más fácil de leer que uno con líneas mas largas, ya que a nuestro ojo le costará mas trabajo saltar del final de una línea larga al principio de la siguiente. El interlineado no debe ser demasiado pequeño, ya que cuando es así, es frecuente que nuestra vista al acabar de leer una línea, se vaya a una línea que no es la siguiente a la que estábamos leyendo, y por lo tanto interrumpimos la lectura momentáneamente o incluso conseguimos que el lector no siga visualizando el texto.

Elegir la tipografía.

Las tipografías sin serif dan un aire más moderno a una composición, y por ello en muchas ocasiones muchos diseñadores se decantan por ellas, sin embargo las tipografías con serif facilitan la lectura en textos largos, ya que crean una línea base imaginaria que ayuda al lector a reconocer tanto, la línea en la que se encuentran, como la anterior y posterior dotándolo de mayor fluidez. Además existen también tipografías de mucha calidad estética, y que hacen las palabras más redondeadas pero en ocasiones también las hacen más largas. Esto no es un problema muy grave, pero debido a que nuestra vista lee a base de "saltos", cuando las palabras son más alargadas, nuestro ojo debe dar más saltos por línea, lo que hace que la lectura sea un poco más pesada.

Por supuesto también hay que decir, que no es lo mismo saltarse algunas de estas reglas en algún momento de las composiciones, que saltárselas sistemáticamente por desconocimiento o por dejadez, porque es entonces cuando estaríamos hablando de un mal diseño, ya que de lo que se trata es de maquetar estéticamente, pero reduciendo al máximo las interferencias del mensaje que transmitimos al lector.