

Síntesis teórica del diseño gráfico con enfoque comunicacional en la maquetación editorial. Apuntes y experiencias.

Theoretical synthesis of the graphic indesign with a communicational approach in editorial layout. Notes and experiences.

Liéter Elena Lamí Rodríguez del Rey^{1*}

E-mail: lelrd17@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7985-3334>

Reinier Michel Viera Reinoso¹

E-mail: reiniermichel931201@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-3605-7696>

Isabel Gutiérrez de la Cruz¹

E-mail: igutierrez@ucf.edu.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1814-5991>

¹Universidad de Cienfuegos "Carlos Rafael Rodríguez". Cuba.

*Autor para correspondencia.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Lamí Rodríguez del Rey, L. E., Viera Reinoso, R. M., & Gutiérrez de la Cruz, I. (2024). Síntesis teórica del diseño gráfico con enfoque comunicacional en la maquetación editorial. Apuntes y experiencias. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(3), 145-151. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

Las teorías contribuidas por los autores de diferentes contextos sociales, históricos y científicos son apreciadas en la maquetación editorial que corresponde al trabajo en equipo de especialistas, cooperando de manera equitativa para un logro común: divulgación de resultados científicos en plataformas de ejecución (impresa o virtual), de acuerdo a las particularidades de las instituciones asociadas al proceso editorial de los materiales requeridos para su posterior publicación. Por tanto, es importante, concebir un análisis teórico, al menos, lo más actualizado posible de los puntos de vista que vinculen al diseño gráfico, ya que no resulta ser novedoso en el campo de las ciencias, como una opción de ser valorada por todos los especialistas integrados en un equipo editorial para unificar la calidad de las publicaciones científicas en conjunto con las maquetas que se corresponden a la visibilidad gráfica, visual y comunicativa de las revistas científicas, y así, contribuir a la satisfacción, de manera general, en los aspectos intervenidos en cada una de las tareas especializadas. Se empleó la metodología cualitativa, de carácter teórico y empírico, para apuntar las principales cuestiones que llevan a cabo la maquetación editorial, a partir de las experiencias y conocimiento del diseñador al enfrenta esta obra en la materialización de las revistas científicas. Se contó con el apoyo de una serie de materiales audiovisuales y plataformas en línea con el propósito de ampliar conocimientos para contribuir a la aplicación de las reflexiones obtenidas del estudio realizado. Las cuales resultaron ser un adecuado aporte al desempeño del diseñador.

Palabras clave:

Diseño gráfico, Enfoque comunicacional, Maquetación editorial.

ABSTRACT

The theories contributed by authors from different social, historical and scientific contexts are appreciated in the editorial layout that corresponds to the teamwork of specialists, cooperating equitably for a common achievement: dissemination of scientific results on execution platforms (printed or virtual), according to the particularities of the institutions associated with the editorial process of the materials required for their subsequent publication. Therefore, it is important to conceive a theoretical analysis, at least, as up-to-date as possible of the points of view that link graphic design, since it is not new in the field of sciences, as an option to be evaluated by all the specialists integrated in an editorial team to unify the quality of scientific publications together with the models that correspond to graphic visibility, visual and communicative aspects of scientific journals, and thus, contribute to satisfaction, in a general way, in the aspects involved in each of the specialized tasks. The qualitative methodology, of a theoretical and empirical nature, was used to point out the main issues that carry out the editorial layout, based on the experiences and knowledge of the designer when facing this work in the materialization of scientific journals. It was supported by a series of audiovisual materials and online platforms with the purpose of expanding knowledge to contribute to the application of the reflections obtained from the study carried out. Which turned out to be an adequate contribution to the designer's performance.

Keywords:

Graphic design, Communicational approach, Editorial layout.

Introducción

En la actualidad, el diseño es un área de actividad humana rica y variada que tiene un sinnúmero de formas diferentes. El diseño gráfico, constituido como el arte de comunicación visual a través de textos, imágenes tanto estáticas como dinámicas, con fondo sonoro o instrumental (Lamí Rodríguez del Rey, 2019). Esta concepción, vigente en la materialización de las disciplinas que la requieren para el desempeño editorial, cuyo proceso no es más que convertir una tarea en un producto finalizado y listo para ser publicado. Resulta indiscutible su estudio de carácter teórico y práctico en la distribución de las informaciones textuales y gráficas que componen la estructura de cualquier revista científica, con el fin de comunicar el mensaje de cada artículo, igual sucede con libros o monografías. Ello lo confirma, cuando el usuario interactúa con las revistas científicas o libros, e intercambia con los procedimientos editoriales, incluso, llega a ser motivado por la calidad del diseño gráfico de los materiales. Por cierto, también se motivan los integrantes del grupo editorial, incluso, aportan una visión crítica del diseño, en cuanto a los trazos, opciones combinadas de colores y filtros en imágenes, variedad de estilos para textos o letras, cifras, signos según la tipografía seleccionada (Peña, 2020).

En este sentido, los mensajes textuales y gráficos preponderan las concepciones de la unidad lingüística comunicativa, autónoma, coherente, producida a partir de una intención comunicativa y en diferentes contextos comunicativos donde cumple una determinada función cultural; destacan, además, su carácter estructurado o sistémico (Rodríguez, 2022). En fin, el diseño gráfico en la maquetación editorial constituye el proceso creativo basado en la comprensión de la comunicación visual, cuya tarea de los diseñadores teniendo en cuenta los factores como la claridad, la legibilidad, la coherencia y la belleza estética para crear infografías que atraen la atención y transmiten información de manera efectiva.

La maquetación editorial se compone de dos etapas: diseño gráfico y creación de una maqueta maestra; composición y compaginación según el panorama de hibridación donde la edición digital supera en importancia a la impresa (Repiso, 2021). Las mencionadas etapas están estrechamente relacionadas, ya que el diseño gráfico complementa con los estilos a textos según la intencionalidad informativa; las imágenes representativas como portadas, figuras, fotografías, combinación de evidencias compiladas en un todo de una investigación determinada, paginaciones en los contenidos distribuidos en una columna o varias, en dependencia de la extensión de los mismos.

Materiales y métodos

Estudios teóricos demuestran que el diseño gráfico está declarado como una disciplina en el alcance académico y profesional. De acuerdo con los criterios de Koprda (2021) que propone: social, funcional, ergonómico y artístico (p. 374) para lograr calidad en el diseño de productos impresos o digitales. En lo social, plantea el autor como la utilidad y efectividad social del producto, determinado por los requisitos tecnológicos de su producción; mientras que en lo funcional, la utilidad y funcionalidad práctica en relación

al usuario y su ambiente, vinculado a los elementos del criterio ergonómico, por la interacción del producto y del usuario, en conjunto con el criterio estético, donde el mismo es adquirido, de la cohesión armónica de la estructura compositiva de las informaciones que transmite sean textuales como gráfico-visuales.

Como síntesis teórica, se sabe que, el diseño gráfico basado en el método histórico-lógico, las llamadas pinturas rupestres del Paleolítico y en el nacimiento del lenguaje escrito en el tercer milenio antes de Cristo, con el uso de jeroglíficos para transmitir el lenguaje en el antiguo Egipto, o en la edad media con los primeros adornos y decoración de textos que pueden encontrarse en Biblias de la época, la invención de la imprenta en 1440, de la mano de Johannes Gutenberg, surgen las profesiones: copista, tipógrafo o cajista, que les dan a las artes gráficas y a la escritura una ubicación clave en el desarrollo de las sociedades; añadiendo a que artistas como Chéret o Toulouse-Lautrec comenzaron a usar su arte no solo para retratar escenas de la vida diaria, sino para crear los primeros carteles que se vieron en el mundo, publicitando las obras de teatro del Moulin Rouge, encaminada a la evolución del diseño gráfico como práctica y profesión estrechamente ligada a las innovaciones tecnológicas, las necesidades sociales y la imaginación visual de los profesionales, donde, de hecho, se remonta a los manuscritos de la antigua China, Egipto y Grecia; acrecentado con la obra del diseñador inglés, Talwin Morris, al diseñar portadas de libros para Penguin Books, en 1910. A pesar de que en inicios de los años 20, el diseño gráfico cambia con la creación de los primeros logotipos y la fama que se adquiere en Alemania al aparecer la Bauhaus, un movimiento de diseño que marcó un gran cambio en este campo, a través de composiciones muy ilustradas a una combinación de formas, colores y tipografías que expresaban mucho más con menos elementos, lo que dio seguimiento a la mitad del siglo XX, con las fotografías a color y avances sobre todo en revistas comerciales, documentos de prensa informativa, carteles que plasman escenas de cine, logos de industria corporativa así como marcas que autentican las firmas; y con la era digital inicia un cambio radical por las potencialidades tecnológicas que ofrecen las herramientas y dispositivos digitales, cuya etapa marcó una evolución radical en este aspecto. (Lamí Rodríguez del Rey, 2024).

En las observaciones empíricas durante el proceso editorial, se aprecia la necesidad de ampliar conocimientos teóricos sobre el diseño gráfico, en concordancia con Bürdek (2005), quien afirma: el diseño debería aclarar las relaciones entre la creación y la consumición en el marco de la cadena comunicativa (p. 16), y compartirlos entre los integrantes del equipo para construir críticamente las revistas científicas y lograr la armonía de criterios entre todos, así como la aceptación general del producto diseñado y la satisfacción de los lectores que interactúan con las producciones editoriales. En correspondencia con estos procedimientos editoriales, se adopta de Goldhaber (2000) cuando refiere como comunicación organizacional al flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes. Sustenta también, que teniendo en cuenta las diferentes posturas de los autores, se pueden identificar unas líneas características de la comunicación organizacional:

Ocurre en un sistema complejo que es influido por el entorno (interno y externo) de la misma manera que este sistema influye en él.

La comunicación organizacional implica el flujo, propósito, dirección y medio de los mensajes.

Implica a personas con sus actitudes, sentimientos, relaciones y habilidades.

Es obvio que estas líneas complementan a los desempeños de los que forman parte de un proceso editorial, ya que el diseñador no es el centro del mismo, pero para comunicar visualmente las producciones, resulta importante el logro de la calidad gráfica y visual de las informaciones a observar durante la lectura e interpretaciones de los mensajes que transmiten.

Los estudios llevaron a algunos autores identificar al diseño gráfico como profesión, disciplina académica y arte aplicada, cuya actividad consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales con objetivos determinados, o sea, según la reflexión de Frascara (2023), al percibirlo como problema de comunicación humana, no como problema tecnológico, y a su vez, con lenguaje propio (Costa, 2003) “Diseñar para los ojos es diseñar para el cerebro, el órgano más complejo y el que rige todas nuestras actividades y nuestra conducta. El ojo y el cerebro hacen un todo” (p. 11), el llamado “lenguaje bimedia (icónico y tipográfico), que organiza la colaboración expresiva de las imágenes y los textos” (p. 12). Este autor, a pesar de que no hace referencia al diseño en publicaciones editoriales, se acomoda el enfoque comunicacional donde postula la comunicación verbal entre los especialistas del equipo editorial para cubrir el espacio interactivo desde las perspectivas integrales con los resultados del antes y después de la maquetación de las publicaciones materializada por el diseñador. Precisamente, el diseño gráfico en estos procedimientos es valorado como el arte de innovar palabras en imágenes, de difundir conexiones emocionales y juega un papel importante en la comunicación visual a través de la combinación de elementos gráficos, tipográficos y visuales, donde el propio diseño editorial permite la creación y maquetación de contenidos en diversos formatos impresos y digitales que provoquen el impacto, y a la vez, genere un cambio consciente en el receptor de los mensajes informativos y gráficos (Rosas Bayona, et. al, 2021).

Entonces, cabe preguntar ¿qué hace el diseño gráfico en la maquetación editorial? y ¿cuál es el enfoque comunicacional del diseño gráfico en la maquetación editorial? Para resumir las respuestas ante tales interrogantes, se decide la modelación como técnica del método sistémico-estructural, que describe esquemáticamente el proceso editorial centrándose en las tareas del diseñador, en conjunto con los demás integrantes, de manera que, la comunicación, en general, sea lograda en la maquetación editorial (figuras 1, 2 y 3).

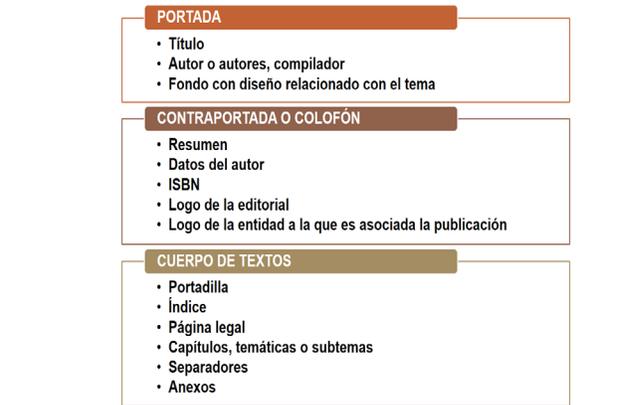
Fig 1: Estructura general de las publicaciones en el contexto de la maquetación editorial.



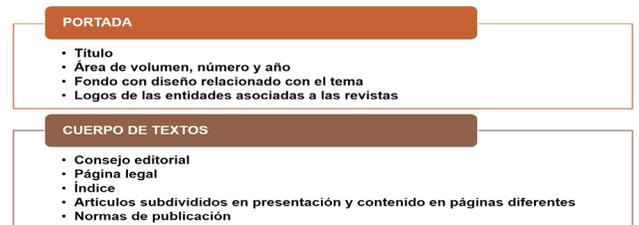
Fuente: elaboración propia.

Fig 2: Elementos constitutivos de las publicaciones

Libros



Revistas



Fuente: elaboración propia.

He ahí los aspectos formales que se tienen en cuenta el diseño de elementos constitutivos de los libros y revistas. La portada “es el primer contacto del lector con el libro. Sintetiza el libro o revista reflejando la promesa del contenido. Con el título y con la imagen, el lector empieza a imaginar la historia y a decidir si le interesa o no” (García, 2023). La portada de las revistas, generalmente, muestra la cabecera, ésta, acompañada de una identidad, y en alguna zona, los logotipos de las asociaciones a las que vinculan dichas publicaciones, de modo permanente, a no ser que se cambie por razones que intervienen su necesidad y fundamentos. Mientras que, tradicionalmente, en los libros, aparecen, además de la imagen diseñada, los autores y el título.

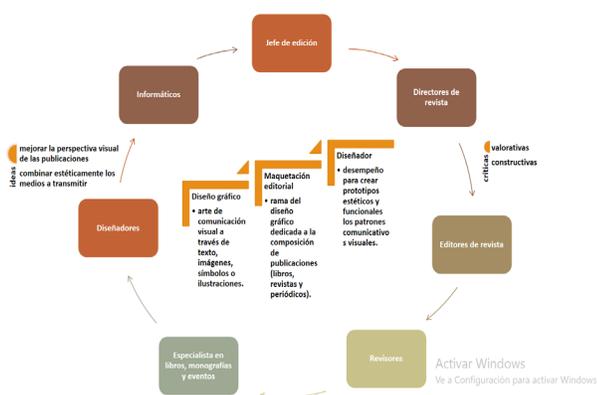
En el cuerpo de textos, el contenido es lo informativo, por supuesto, vinculado al tema del que trata la publicación. Contiene paginación, esta puede ser enumerada, en caso de revistas, desde el inicio de un artículo hasta el final del

mismo; en los libros, puede ser por capítulos o temas. Su principal función es resumir al lector, el contenido, así como podrá encontrar parte de él. La presentación y detalles de la página refleja la naturaleza del material que se incluye. Es decir, puede constarse como un distinto carácter a los demás textos, tal vez, cambio de color o tipografía. Su selección es de carácter estratégico para romper la monotonía del texto e inyectar ritmo y energía a la página, provocando al lector una flexible comprensión del contenido. Las fuentes tipográficas se seleccionan para variar los estilos de caracteres, símbolos y numeraciones. Ejemplo de ello, titulares o introducciones en una tipografía mayor o resaltada en negrita y situarlos en la esquina superior-izquierda o centro. Los párrafos con un interlineado adecuado y su distribución comprensible para una agradable lectura. Si tuviera que escoger letras capitales para iniciar un párrafo de un artículo de una revista o tema de un libro, deben estar combinados con el diseño preliminar.

La contraportada es el espacio para ubicar los titulares de portada. También podría ser la última portada que complementa con la portada. En este elemento, se incluye, en el caso de los libros, el código de barra, un resumen de la obra o síntesis biográfica del autor; mientras que, en las revistas, la última página puede mostrar las normas de publicación. Todos estos elementos son valorados por la misión propia del equipo editorial.

Al definir el diseño de tales publicaciones, se comunica las propuestas en teoría y práctica a los directivos. A la vez, se escuchan las proposiciones para elevar la calidad del diseño y extender la satisfacción a los miembros del equipo, en aras de cambiar o modificar toques tipográficos, según la visibilidad de los contenidos y elección del colorido a establecer, en correspondencia con la temática, pero resulta muy importante, la psicología del color como un ente teórico que comprende el estudio de los efectos que tiene la percepción de diferentes gamas cromáticas en el estado psíquico y emocional de los usuarios, así como en su comportamiento y esencia científica. Costa (2003, como se citó en Sánchez, & Caldera, 2016) “diseñar, visualizar, supone utilizar colores y, por tanto, aplicar a este uso de funciones comunicativas, no siempre tiene relación con los colores tal como los vemos en la realidad, sino con una intencionalidad expresiva o comunicativa del diseñador” (pág. 545).

Fig 3: El rol del diseñador en la maquetación editorial y su enfoque comunicacional.



Fuente: elaboración propia.

En estos procedimientos bajo la dirección del jefe de edición, prevalece el trabajo en equipo y armonía entre todos. El jefe de edición autoriza los avances del diseño y publicación de las obras. Los directores de las revistas y especialistas de libros, monografías y eventos se encargan de fundamentar la posibilidad de publicar tales obras, sean impresas o digitales. Todos cooperan de manera constructiva los criterios de la publicación de cada material, no solo del contenido sino del diseño gráfico, con la intencionalidad en común de intercambiar y discutir ideas, en aras de elevar su calidad y lograr la satisfacción entre todos lo más equitativa posible.

A partir de las funciones correspondientes a cada integrante del equipo editorial, en esencia, con los patrones de la crítica, de acuerdo con Guasch, & Carrillo (2003): “La crítica es, probablemente, el modo de pensamiento más característico de la modernidad. Su particularidad y especificidad respecto a modos discursivos anteriores radica en que conecta de un modo inextricable la producción de los artefactos culturales -literarios o artísticos- con el campo de los saberes y con el debate público” (p. 13). Como bien es cierto que, la crítica es precisa para desarrollar el enfoque comunicacional en todo el proceso editorial, tal reflexiona Ryan (2012) “La crítica es el análisis de la vida cultural humana. Lo que la ciencia hace con la vida física, la crítica lo hace con la vida cultural. La define, estudia e intenta explicar cómo funciona y la manera en que lo hace (p. 173), pues no sólo para descubrir lo mejor de la obra a realizar, sino para explicar su proporción con la naturaleza de las publicaciones, las sociedades en que se vinculan, así como su interacción con los profesionales y generar herramientas que optimicen la calidad humana y la eficaz proyección de los materiales a difundir. Flores-Figueroa (2020) propone un modelo de crítica basado en seis etapas, que comprenden el juicio funcional donde señala si el proyecto cumple el objetivo de comunicar; la descripción formal sobre composición, ilustración, figuras geométricas, tipografía, color y fotografía; la descripción conceptual que implica revisar y valorar tres variables: estética, innovación y abstracción; el análisis de las relaciones producto-sociedad y cómo se articulan entre sí, depende de la cosmovisión del crítico; el proceso de redacción; por último, la difusión.

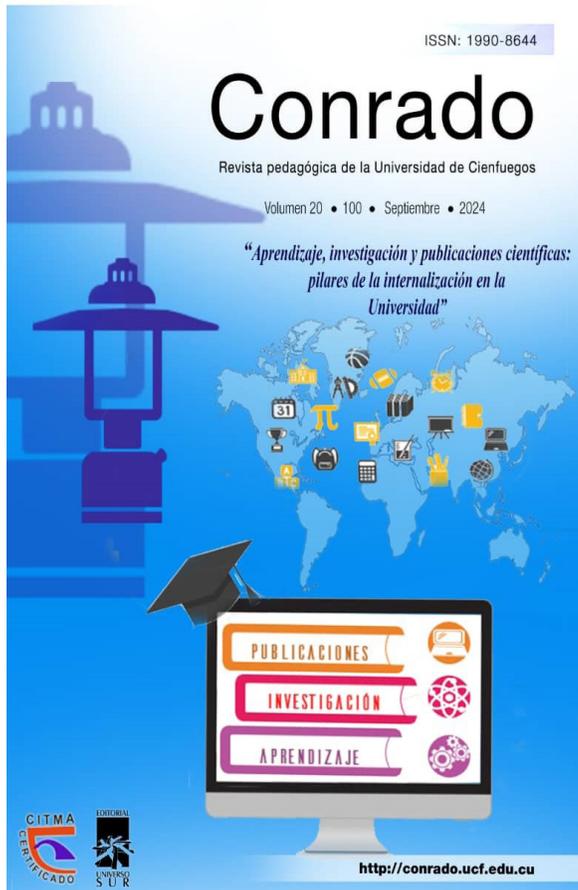
Resultados-discusión

Los autores del presente artículo se desempeñan como diseñadores de la editorial UniversoSur (universosur.ucf.edu.cu) asociada a la Universidad de Cienfuegos “Carlos Rafael Rodríguez”. Entre las tareas compartidas por los mismos, están el diseño de las revistas: Conrado (conrado.ucf.edu.cu), Universidad y Sociedad (rus.ucf.edu.cu), Agroecosistemas (aes.ucf.edu.cu), Cultura, comunicación y desarrollo (rccd.ucf.edu.cu). Se acuerda mantener la estética del diseño de estas publicaciones, siempre cuando sea concordado con el jefe de edición y directores de las revistas o especialistas en libros y monografías.

En el año 2024, los diseñadores conforman el diseño de las revistas con la uniformidad en todas, a partir de las sugerencias de Paz Enrique, et. al. (2024) y de Hernández (2024), con relación a la selección de colores, distribución de los contenidos, así como figuras, tablas y gráficos en

la determinación de las retículas (Alavez de Jesús, 2024) para aquellas posturas, de manera que se organicen los textos y sus auxiliares con el apoyo de la geometría y la proporción para definir la diagramación.

Fig 4: Portadas de las revistas



Se puede apreciar que en estas portadas se difiere el colorido por el tema en que trata cada revista, además, la ubicación del área de los volúmenes y sus números. Los fondos, casi siempre, se utiliza el mecanismo "collage", lo cual ayuda a recopilar significados gráficos desde la percepción que trasmite la esencia de cada hecho elegido en correspondencia con la generalización de ideas que contienen las revistas, por supuesto, pueden ser acogidas a los contenidos de los artículos que serán publicados en ellas.

Fig 5: Portadas de algunos libros.



Finalmente, estas portadas fueron concebidas acorde al estudio teórico que se ha tratado hasta el momento. Además, de otros materiales como conferencias y videos que explican mediante ejemplos, cómo establecer la relación tipográfica con el contenido de las publicaciones, así como el colorido, su tonificación y combinación de trazos lineales o curvas que permiten comunicar la condición atractiva de la temática del que trata el material a interactuar.

Conclusiones

Hasta el momento, el diseñador se inclina hacia la experiencia práctica, pero es muy importante conocer la teoría de algunos elementos que intervienen en el diseño gráfico, sobre todo, en la maquetación editorial, por lo que su diseño es mucho más complejo y trabajoso, al concebir los patrones de las publicaciones que requieren calidad y profesionalidad. De este modo, el vínculo teoría y práctica se fortalece, aun más con el apoyo de la tecnología digital.

La comunicación gráfica y visual de las publicaciones, a través de la lectura, contribuye a la interpretación de las imágenes acorde a la temática, con un enfoque esclarecedor que declara la necesidad del intercambio de saberes, experiencias, valoraciones positivas y negativas, para aportar el crecimiento del valor científico de los textos y causar impacto relevante al percibir los significados del propio diseño representativo de cada obra.

Referencias bibliográficas

- Alavez de Jesús, E.A. (2023). La importancia de la retícula en el diseño editorial. *Revista Espacio Diseño. Boletín mensual de la División de Ciencias y Artes para el Diseño de la UAM Xochimilco*. <https://espacioidise-nojs.xoc.uam.mx/index.php/espacioidise-nojs/article/view/2497/2463>
- Bürdek, B. E. (2005). *Design. History, Theory and Practice of Product Design*.
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. Grupo Editorial Design.
- Flores-Figueroa, J. J. (2020). Fundamentos para la crítica del diseño gráfico. *NÓESIS. Revista de Ciencias Sociales*, 29(58-1, Esp.). DOI: <https://doi.org/10.20983/noesis.2020.3.8>.
- Frascara, J. (2023). *Diseño Gráfico y Comunicación*. Ediciones Infinito.
- García Ferrer, P. (2023). *La importancia de una buena portada*. <https://patriciagarciaferrer.com/importancia-buena-portada-libro/&ved=2ahUkEwj-m-73Eh82l-AxUyQjABHRT9MegQFnoECBYQAQ&usq=AOv-VawOzX9MnOXM4GsCAwzuh5sdc>.
- Goldhaber, G. M. (2000). *Comunicación Organizacional*. Editorial Pablo.
- Guasch, A., & Carrillo, J. (2003). *La crítica del arte. Historia, teoría y praxis*. Ediciones del Serbal.

- Hernández Alfonso, E. A. (27 de febrero de 2024). *Diseño editorial y calidad en la edición científica*. [Discurso principal]. Conferencia en Seminario de Edición Científica. <https://www.youtube.com/watch?v=sBtsOMKM4GI>.
- Koprda, T. (2021). Capítulo XVI El diseño como forma de comunicación. Los medios del futuro. En Humberto Ortega-Villaseñor, & Roman Králik (Coordinación editorial, Juan Manuel núm. 130. Universidad de Guadalajara, Jalisco). *Entre la libertad condicional y la búsqueda de la verdad*. pp.373 - 398. <https://www.researchgate.net/publication/353288062>.
- Lamí Rodríguez del Rey, L. E. (2024). *El diseño gráfico digital en la formación del profesional de Educación* [ponencia]. XIII Encuentro Internacional "La presencia de Paulo Freire". Cienfuegos, Cuba.
- Ortega Villaseñor, H., & Králik, R. (2017). *Los medios del futuro: Entre la libertad condicional y la búsqueda de la verdad*. núm. 130. Coordinación Editorial Juan Manuel.
- Paz Enrique, L. E., Estrada Jiménez, L. E., & Hernández Alfonso, E. A. (2024). Seminario de Edición Científica: iniciativa interinstitucional para la profesionalización de la actividad editorial. *Revista ULEAM Bahía Magazine*, 5 (8). pp. 132–139. https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/uleam_bahia_magazine/article/view/470.
- Peña Casallas, N. (2020). El diseño gráfico más allá de la experiencia visual-óptica. *Bitácora Urbana Territorial*, 30 (II). pp. 101-112.
- Repiso, R. (2021). Manual Scimago de Revistas Científicas. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(2), 323-325. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.18485>.
- Rodríguez Fernández, R. (2022). Las palabras como unidades lingüísticas. *ELUA*, 38, pp. 327-332. <https://doi.org/10.14198/ELUA.21321>
- Rosas Bayona, D. L., Barrios Vargas; S. C., & Lesmes Silva, A. K. (2021). El papel del diseñador gráfico como comunicador. *Convicciones*, 8(15), pp.83-88. https://www.fesc.edu.co/revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/992/775&ved=2ahUKEwi9m-jt3M-lAxXmY-QIHfVgKZQQFnoECDEQAQ&usq=AOvVaw266XPkH-go2AD-rP_N3IVhe.
- Ryan, M. (2012). *An Introduction to Criticism: Literature - Film - Culture*. John Wiley & Sons Ltd.
- Sánchez Ramos, M. E., & Caldera González, D. C. (2016). La significación del color y su importancia para la divulgación de la ciencia. Un enfoque cualitativo. *Opcción*, 32(13), pp. 540-559. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31048483027.pdf>.