



Manual de diseño editorial (4.ª ed., corregida y aumentada)

Jorge de Buen Unna

Colección: **Biblioteconomía y
Administración Cultural**

Materias: **Edición y tipografía. Historia de la
cultura escrita**

Edición en papel

Formato: 17 x 24
Páginas: 704
Peso: 1.3
ISBN: 978-84-9704-762-3
Año: 2014
45,00€

Esta cuarta edición del *Manual de diseño editorial* aparece en un momento en que están sucediendo cosas importantes en las ciencias y las técnicas relacionadas con la lectura: El libro electrónico, por una parte, ha adquirido ya su primer gran impulso comercial y estamos a la espera de que su temperamento se vaya definiendo. Por la otra, las investigaciones en neurociencias nos están ayudando a comprender cómo funciona el cerebro y nos acercan, cada vez más, a entender lo que sucede cuando leemos. Además de revisar estos conceptos, el autor pone al día los modelos de diseño editorial y los capítulos relacionados con la ortografía y la ortotipografía según las reformas del 2010.

Diseñar buenos productos editoriales es un oficio complejo, porque exige el conocimiento de muchas disciplinas. Es necesario saber de la lengua (amarla, de hecho), tanto en sus aspectos ortográficos como en los ortotipográficos; es comprender al autor y al lector, manejar los procesos de la comunicación y la percepción; tener profundos conocimientos de la tipografía, de su historia, de la tipología y las técnicas con que se manejan las letras; también es saber de ilustraciones y de legibilidad...

Este libro explora aspectos que nunca antes habían sido tocados en una misma obra. En sus investigaciones, el autor se lanza más allá del campo del diseño en visitas a la psicología, la oftalmología, la optometría, la paleografía y otras materias. Comienza con un análisis del texto como medio de comunicación; luego nos cuenta cómo fueron los comienzos de la imprenta, para entrar enseguida a analizar los diversos sistemas de medidas tipográficas. Sigue con una exposición sobre lo que se sabe y lo que se ignora del proceso de la lectura y la legibilidad. La tercera parte está dedicada a la tipología: el estudio de las letras como moldes de imprenta, sus formas y variaciones, sus transformaciones a lo largo de la historia. Lo que sigue se dedica al papel, los formatos, la diagramación y las ilustraciones; también introduce una manera novedosa y útil de abordar los proyectos editoriales. La quinta parte cubre los principales aspectos de la ortografía y la ortotipografía, y cierra con una sección sobre barbarismos tipográficos. El penúltimo capítulo es un diccionario de signos tipográficos, y el último, una descripción de las partes de los libros.

Toda la obra está salpicada de referencias históricas, ilustraciones, citas de autores fundamentales, anécdotas y comentarios, críticas y toques de humor. Es un libro hecho con pasión, cocinado lentamente.

Jorge de Buen Unna nació en la ciudad de México en 1956. Estudió diseño para la comunicación gráfica en la Universidad Autónoma Metropolitana y es licenciado en Ciencias de la Comunicación. Trabajó como caricaturista y diseñador gráfico en diversos canales televisivos. De 1986 a 1994 dirigió en la ciudad de México su propia compañía de diseño gráfico. Ha dado clases de televisión, animación, tipografía y diseño editorial en las universidades Intercontinental, Iberoamericana y Anáhuac (México, Tijuana y Querétaro, respectivamente). También ha impartido muchos cursos y conferencias sobre tipografía, ortotipografía y diseño editorial en varias universidades e instituciones educativas de México, Argentina, Brasil, Chile, Canadá, España, El Salvador, Panamá, los Estados Unidos y Uruguay.

En el año 2000 publicó en México la primera edición del *Manual de diseño editorial*, obra a la cual han seguido *Introducción al estudio de la tipografía* (Trea, 2011) y *Diseño, comunicación y neurociencias* (Trea, 2013), además de muchos artículos y libros colectivos. Como tipógrafo, fue reconocido por el jurado de la primera Bienal Letras Latinas por su tipo Unna. También ha recibido algunos reconocimientos internacionales por su trabajo en la televisión, así como por su labor como caricaturista, diseñador gráfico, diseñador editorial, tipógrafo y director artístico. Es miembro de la Asociación Tipográfica Internacional y del colectivo Palabras Mayores (ATypl), así como fundador de Imprimatur.