

## LA IMPORTANCIA

DEL DISEÑO EN LA COMUNICACIÓN DE LAS CIENCIAS EN LAS EDITORIALES. PROPUESTAS DE MEJORA

### THE IMPORTANCE OF DESIGN IN SCIENCE COMMUNICATION IN PUBLISHING HOUSES. PROPOSALS FOR IMPROVEMENT

Reinier Michel Viera Reinoso<sup>1\*</sup>

E-mail: [rmviera@ucf.edu.cu](mailto:rmviera@ucf.edu.cu)

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

Adisbey Ibañez Hernández<sup>1</sup>

E-mail: [aihernandez@ucf.edu.cu](mailto:aihernandez@ucf.edu.cu)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5186-2370>

Liéter Elena Lamí Rodríguez del Rey<sup>1</sup>

E-mail: [lelrd17@gmail.com](mailto:lelrd17@gmail.com)

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

Amarily Rodríguez Chiong<sup>1</sup>

E-mail: [archiong@ucf.edu.cu](mailto:archiong@ucf.edu.cu)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-4763-622X>

Elvys Chapi Cabrera<sup>1</sup>

E-mail: [echapis@ucf.edu.cu](mailto:echapis@ucf.edu.cu)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6321-0086>

<sup>1</sup>Universidad de Cienfuegos "Carlos Rafael Rodríguez"; Cienfuegos. Cuba.

\*Autor a correspondencia

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Viera Reinoso, R. M., Ibañez Hernández, A., Lamí Rodríguez del Rey, L. E., Rodríguez Chiong, A. y Chapi Cabrera, E. (2025). La importancia del diseño en la comunicación de las ciencias en las editoriales. Propuestas de mejora. *Universidad y Sociedad*, 17(3), e4991.

#### RESUMEN

La presente investigación analiza los referentes teóricos sobre la importancia del diseño en la comunicación de las ciencias en editoriales. Abarca elementos históricos sobre la evolución del diseño editorial en revistas científicas hasta la actualidad, así como las tendencias y retos a las que se enfrentan. Explora cómo la inclusión de elementos visuales, como infografías y esquemas explicativos, puede impactar la recepción y la citación de los artículos científicos. Examina varias fases, desde la planificación hasta la publicación, y cómo cada etapa influye en la efectividad de la comunicación científica. Se analizan casos de éxitos que revelan que un buen diseño puede potenciar la difusión y el impacto de las investigaciones. Se exponen los elementos fundamentales del diseño y una propuesta para lograr una comunicación más afectiva con los lectores, porque como señala Dreyfuss "el diseño es el interfaz entre la ciencia y el público".

**Palabras clave:** Diseño, Gestión editorial, Comunicación.

#### ABSTRACT

The present investigation analyzes the relating teorícós about the importance of the design in the communication of the sciences of the editorials. It embraces historical elements on the evolution of the editorial design in scientific magazines until arriving to the present time, as well as the tendencies and challenges to those that face. it explores how the inclusion of visual elements, as infografías and explanatory outlines, it can impact the reception and the citation of the scientific articles. It explores several faces, from the planning until the publication, and as each stage it influences in the effectiveness of the scientific communication. Cases of successes are analyzed that reveal that a good design

can develop the diffusion and the impact of the investigations. The fundamental elements of the design and a plan of improvements are exposed to achieve a more affective communication with the readers, because like an industrial outstanding designer points out Dreyfuss (1955), "the design is the interface between the science and the public.

**Keywords:** Design, Editorial management, Communication.

## INTRODUCCIÓN

En la era de la información, donde el conocimiento se expande de manera exponencial, no solo la presentación efectiva de los artículos científicos es fundamental, sino también, en su capacidad para comunicar efectivamente los hallazgos y las implicaciones de la investigación. A medida que el volumen de publicaciones científicas crece, se vuelve esencial entender cómo el diseño puede influir en la comprensión, accesibilidad y recepción de la información por parte de diversos públicos.

El diseño desempeña un rol crucial en la presentación de artículos científicos, ya que influye directamente en la efectividad de la comunicación. Bien concebido no solo mejora la legibilidad del texto, sino que también facilita la comprensión de conceptos complejos a través de elementos visuales claros, de manera accesible, lo que permite a los lectores captar rápidamente la información más importante. Este enfoque no solo beneficia al lector, sino que también fomenta una difusión más amplia de los resultados, contribuye a un mayor impacto en la comunidad científica y en la sociedad en general. El diseño editorial debe adaptarse a las necesidades de las audiencias, lo que implica considerar factores como el nivel de conocimiento previo de los lectores y su contexto cultural.

El diseño editorial en revistas científicas ha sido influenciado por la necesidad de estandarización y claridad. A medida que el volumen de investigaciones aumentó, también lo hizo la necesidad de formatos que presentaran la información de manera eficiente. Figuras como John Wiley y la familia de revistas de la American Chemical Society marcaron hitos en la estructuración de publicaciones científicas que sentaron las bases para las pautas editoriales actuales. Este desarrollo resalta cómo el diseño se ha convertido en un facilitador de la comunicación.

Existen desafíos asociados con la implementación de un diseño eficaz. Por ejemplo, la sobrecarga de información visual puede llevar a la confusión y diluir el mensaje principal de la investigación. Asimismo, existe una tensión entre el deseo de innovación en el diseño y la necesidad de adherirse a ciertas convenciones y estándares académicos. Esto plantea la cuestión de cómo equilibrar la innovación con la tradición en la comunicación científica.

A lo largo de los años, la digitalización ha revolucionado la forma en que se gestionan las publicaciones científicas. La transición de revistas impresas a plataformas digitales ha permitido experimentos con diferentes formas de presentación, como la integración de videos y enlaces interactivos. Sin embargo, esta transformación también ha creado una nueva línea de desafíos, como la necesidad de una mayor capacitación en diseño y la adaptación a las preferencias cambiantes de los consumidores de información.

Los profesionales del diseño gráfico y editorial han colaborado con científicos para mejorar cómo se presenta la investigación. Ejemplos de esta colaboración incluyen la creación de infografías que resumen hallazgos complejos y la producción de sitios web académicos que son más intuitivos y accesibles. Estas interacciones no solo enriquecen la exploración del contenido, sino que también fomentan un diálogo más amplio sobre la importancia del diseño en la comunicación científica. La participación de diseñadores en el proceso editorial refleja el reconocimiento de que el diseño no es un aspecto secundario, sino una parte integral de la ciencia misma.

De cara al futuro, es probable que el enfoque en el diseño continúe su evolución. Con el auge de la inteligencia artificial y la automatización, las posibilidades de personalización y optimización del diseño editorial son vastas. Asimismo, la influencia de las redes sociales en la diseminación de la investigación científica es un fenómeno que no puede ser ignorado. Los formatos de diseño que adapten la investigación para su consumo en plataformas sociales podrían alcanzar una mayor visibilidad y atraer a un público más amplio.

Al integrar principios de diseño reflexivos dentro de las prácticas editoriales, los profesionales pueden crear narrativas atractivas que resuenen con diversas audiencias, se destaca en última instancia la necesidad del diseño en la promoción de una experiencia comunicativa impactante. Esto se relaciona con la importancia de una comunicación clara y efectiva, especialmente en un entorno donde la desconfianza científica puede obstaculizar la recepción de información (Voci y Karmasin, 2023).

Al planificar la presentación de un artículo, los editores deben prestar atención a los elementos clave del diseño que optimizan la interacción del público con el contenido. La transición hacia la gestión de contenido resaltarán cómo estos elementos de diseño contribuyen a una comunicación más efectiva y a la mejora de la calidad de los artículos científicos. El diseño en la gestión editorial juega un papel clave en la efectividad y accesibilidad de la comunicación académica. En un mundo donde la cantidad de información disponible es abrumadora, el diseño no solo se limita a aspectos estéticos, sino que se convierte en una herramienta fundamental para facilitar la

comprensión y la difusión del conocimiento. Un artículo científico bien diseñado no solo atrae la atención del lector, sino que también puede influir en la manera en que se percibe la investigación (Meyer, 2020). La presente investigación tiene como objetivo fundamental lograr a partir de una revisión bibliográfica un análisis para llegar a un plan de mejoras en el diseño editorial de revistas científicas.

## DESARROLLO

En el contexto de la publicación, el diseño actúa como una estrategia de marketing fundamental que impacta significativamente en cómo se percibe y se interactúa con el contenido tanto por parte de autores como de lectores. Un diseño efectivo no solo atrae la atención, sino que también comunica la esencia del material publicado. Por ejemplo, maquetas visualmente atractivas y una navegación intuitiva pueden mejorar la comprensión y retención de información por parte de los lectores, lo que establece una conexión más fuerte entre el contenido y su audiencia. Los autores deben considerar elementos de diseño, incluida la tipografía, esquemas de color e ilustraciones gráficas, como parte de su estrategia de marketing para diferenciar su trabajo en un mercado saturado.

Fases del proceso de diseño editorial en artículos científicos:

El diseño editorial de artículos científicos sigue un proceso estructurado que garantiza la calidad y la presentación adecuada del contenido. Según los estudios recientes, estas son las principales fases del proceso:

### 1. Recepción y revisión inicial

En esta etapa, el manuscrito es recibido por el comité editorial, que verifica que cumpla con los requisitos básicos de formato, estilo y políticas éticas. Se evalúa si el artículo es apto para pasar a la revisión por pares (Dávila y Cubillos, 2015).

### 2. Revisión por pares

El artículo pasa por una evaluación doble ciego realizada por expertos en el área temática. Este proceso asegura la calidad científica y la originalidad del contenido, permitiendo a los autores realizar correcciones basadas en las observaciones de los revisores (Dávila y Cubillos, 2015).

### 3. Corrección de estilo y edición

Durante esta fase, se revisan aspectos lingüísticos, ortográficos y de coherencia textual. Además, se asegura la correcta citación de fuentes según normas como APA 7ma edición (Normas APA, 2025).

### 4. Diseño y maquetación

El diseñador editorial organiza el contenido visualmente, seleccionando tipografías, colores y elementos gráficos que mejoren la legibilidad y estética del artículo. Se

busca un equilibrio entre funcionalidad y atractivo visual (Pibeca Solutions, 2024).

## 5. Publicación

Una vez aprobado el diseño final, el artículo se convierte en formatos como PDF o XML para su publicación en línea o impresa. Este paso incluye la integración de elementos interactivos como enlaces o códigos QR para facilitar la interacción con el lector (Pibeca Solutions, 2024).

## 6. Difusión

Finalmente, se implementan estrategias de promoción para asegurar que el artículo llegue a su público objetivo mediante redes sociales, bases de datos académicas y plataformas digitales especializadas (Dávila y Cubillos, 2015).

Las fases más importantes en el proceso de diseño editorial pueden variar según el tipo de proyecto, pero generalmente incluyen las siguientes etapas clave:

### Fases del proceso de diseño editorial:

#### 1. Investigación y conceptualización

En esta etapa, se explora el propósito del proyecto, se investiga el público objetivo y se recopila información relevante sobre el tema. Se define el concepto y la dirección creativa que guía el diseño (Medium Multimedia, 2024)

#### 2. Planificación y estructuración

Se definen los elementos clave del diseño, como la distribución de contenido, títulos, subtítulos e imágenes. Esta etapa es crucial para establecer una estructura coherente y equilibrada (Medium Multimedia, 2024)

#### 3. Creación y diseño

Aquí se materializan las ideas en forma de diseños visuales impactantes. Se juega con colores, tipografías, imágenes y otros elementos gráficos para crear una experiencia visual única (Medium Multimedia, 2024)

#### 4. Revisión y ajuste

En esta fase, se examina detenidamente el diseño para detectar posibles mejoras y se realizan ajustes necesarios para perfeccionarlo. Se busca la perfección en cada detalle para asegurar que el diseño cumpla con los objetivos planteados (Medium Multimedia, 2024)

Diversas herramientas y métodos son empleados en el diseño editorial, desde software de diseño gráfico como Adobe InDesign y Illustrator, hasta plataformas de gestión de contenido que facilitan la colaboración como Open Journal Systems (OJS)<sup>1</sup>. Los diseñadores también utilizan métodos como el prototipado y las maquetas para visualizar cómo se verá el producto final antes de la impresión.

<sup>1</sup> OJS es una solución de código abierto para la gestión y publicación de revistas académicas en línea. [http:// docs.pkp.sfu.ca](http://docs.pkp.sfu.ca)

Estas herramientas permiten a estos especialistas iterar y ajustar el diseño según sea necesario, lo que asegura que se logren los objetivos de comunicación.

El diseño gráfico desempeña un papel significativo en la gestión editorial, lo que influye en cómo se presenta y se percibe el contenido en revistas científicas. Un diseño gráfico efectivo no solo mejora el atractivo estético de las publicaciones, sino que también mejora la claridad y accesibilidad de la información compleja. Los autores y los equipos editoriales pueden aprovechar estrategias de diseño para crear maquetas que guíen a los lectores a través de los artículos, facilitando así la comprensión de los hallazgos y argumentos clave. Por ejemplo, una jerarquía visual bien estructurada ayuda a atraer la atención hacia secciones importantes, como resúmenes y conclusiones, que son esenciales para una comprensión rápida.

Además, el diseño gráfico puede realzar la marca de las revistas científicas y contribuye a su identidad y profesionalismo. La misma puede atraer tanto a autores como a lectores, fomenta un sentido de comunidad y pertenencia entre los contribuyentes, según las reflexiones sobre narración e identidad en la educación del diseño gráfico (Merwe, 2024). Al integrar elementos visuales que toquen a un público objetivo, las revistas pueden comunicar eficazmente su misión y valores, al mismo tiempo que fomentan la presentación de trabajos de una variedad de autores.

A medida que se adentra en el tema de la comunicación efectiva en las revistas científicas, es esencial reconocer que el diseño gráfico no se trata simplemente de estética; es una herramienta estratégica que moldea la forma en que se transmite la información. Las publicaciones bien diseñadas pueden cerrar la brecha entre la información especializada y el público, lo que facilita una mejor comprensión y compromiso con el discurso científico. La inclusión de elementos visuales permite que los investigadores transmitan información especializada de manera más accesible. Por ejemplo, una figura bien diseñada puede resumir hallazgos clave y ofrecer una representación visual convincente que simplifique la comprensión de datos cuantitativos. Este tipo de diseño no solo favorece a los expertos en la materia, sino que también hace que la investigación sea más accesible para un público no especializado.

Los autores deben priorizar la claridad y precisión para llegar a una audiencia diversa, incluidos investigadores, profesionales y el público en general. El desafío radica en equilibrar el lenguaje técnico con la accesibilidad, lo que asegura que el contenido siga siendo científicamente riguroso y a la vez comprensible. Por ejemplo, Hwang et al. (2024) destacan que, si bien ChatGPT puede producir resúmenes legibles, la calidad de la información transmitida puede no cumplir con los estándares de los resúmenes de los autores originales. Esto subraya la necesidad

de que los autores refinen sus estrategias de comunicación, centrándose en componentes esenciales de la investigación que cumplan con los estándares de informes establecidos.

Además, la globalización de la comunicación científica, como indica Mach'avec (2023), revela disparidades significativas en la forma en que se difunde la investigación en diferentes regiones y disciplinas. Los países avanzados son más hábiles en conectar con audiencias internacionales, lo que sugiere que los autores de regiones menos globalizadas pueden beneficiarse de mejorar sus técnicas de comunicación para alcanzar una audiencia más amplia.

Esta conexión entre la comunicación y la efectividad de la difusión de la investigación lleva naturalmente a la discusión del diseño como estrategia de marketing en la publicación. Las publicaciones científicas bien diseñadas no solo mejoran la legibilidad, sino que también pueden atraer más interés y fomentar el compromiso, lo que hace que sea imperativo que los autores y editores consideren los aspectos visuales de su trabajo junto con sus esfuerzos de comunicación.

Además, el diseño influye en la credibilidad y profesionalismo de las publicaciones científicas. Una portada de revista o un diseño de artículo bien elaborados pueden mejorar la confianza percibida, lo que fomenta que más autores envíen su trabajo. Esto se alinea con los hallazgos de Wang et al. (2022), que destacan cómo las elecciones estratégicas de marketing pueden moldear las percepciones y decisiones de los consumidores.

A medida que el panorama de la publicación evoluciona, se vuelve cada vez más importante reconocer la interacción entre el diseño y la experiencia del usuario. La estética y funcionalidad de una publicación impactan directamente en cómo los usuarios navegan y consumen contenido, lo que mejora su satisfacción general. Esto lleva al siguiente tema crucial: la experiencia del usuario y el impacto del diseño, enfatizando cómo elecciones de diseño reflexivas pueden transformar la forma en que las audiencias interactúan y aprecian las obras publicadas.

La experiencia del usuario juega un papel significativo en el impacto del diseño de la gestión editorial y la comunicación científica. Los autores han reconocido cada vez más que un diseño efectivo puede mejorar enormemente la satisfacción y el compromiso del usuario. Por ejemplo, Anwar et al. (2023) destacan cómo la formación dinámica de grupos en sistemas de tutoría inteligente influye positivamente en la experiencia del usuario, y enfatizan la importancia de la adaptabilidad e interacción en los entornos de aprendizaje digital. De manera similar, Caldiroli et al. (2017) exploran cómo el diseño web afecta la carga cognitiva durante la navegación, demostrando que un contenido bien estructurado y un diseño reflexivo



pueden aliviar la carga cognitiva y mejorar la navegación del usuario.

Estos estudios subrayan la necesidad de que los autores y equipos editoriales consideren intencionadamente los elementos de diseño visual y funcional. Además, a medida que el paisaje digital evoluciona, los autores deben adaptar sus estrategias de diseño para satisfacer las necesidades y preferencias cambiantes de su audiencia. Esto implica una comprensión aguda de cómo las decisiones de diseño influyen en el comportamiento del usuario y los procesos de toma de decisiones.

### **Casos de éxito que destacan el efecto comunicacional en el impacto positivo del diseño editorial en revistas científicas.**

Existen múltiples casos que constituyen ejemplo que demuestran el impacto positivo del diseño editorial en revistas científicas. Publicaciones que han invertido en un diseño bien pensado han visto incrementos significativos en sus tasas de lectura y citación. Estas revistas a menudo combinan un layout limpio y profesional con elementos creativos que no solo informan, sino que también inspiran a sus lectores, resaltando la capacidad del diseño para transformar la comunicación científica.

La gestión editorial desempeña un papel determinante en la calidad final de los artículos científicos. Un equipo editorial competente no solo se encarga de la revisión de contenido, sino que también atiende aspectos de diseño. Un artículo que sigue las pautas estilísticas y de formato de la revista tiene más probabilidades de ser aceptado y publicado.

Las editoriales que priorizan una filosofía de diseño integral tienden a implementar procesos que fomentan la colaboración entre editores, autores y diseñadores. Esta sinergia garantiza que tanto el contenido como su presentación sean coherentes y efectivos. En muchas ocasiones, las revistas que invierten en diseño editorial han logrado mejorar significativamente su reputación y su índice de impacto.

La integración de elementos visuales dentro del diseño editorial mejora significativamente el compromiso y la comprensión del lector y ofrece una herramienta poderosa para transmitir información especializada. Además, la interacción entre componentes textuales y visuales puede moldear cómo se reciben las narrativas y promueve una interpretación más matizada del material Biliore y Bennett (2007). Así, al emplear estratégicamente una variedad de formatos visuales, los editores pueden atender a diversos estilos y preferencias de aprendizaje, enriquecen en última instancia la experiencia y la comprensión de los lectores. Esto subraya la necesidad de un diseño reflexivo en la gestión editorial, ya que influye directamente en la efectividad de la comunicación en el paisaje actual impulsado por la información.

La consistencia del diseño juega un papel fundamental en el fomento de la confianza de la audiencia dentro de las publicaciones editoriales. Cuando los lectores se encuentran con un formato visual cohesivo, caracterizado por una tipografía, esquemas de color y elementos gráficos unificados, son más propensos a percibir la publicación como creíble y profesional. Esta percepción proviene del principio psicológico de familiaridad, que sugiere que los materiales de diseño consistentes cultivan un sentido de fiabilidad y tranquilidad entre las audiencias. A medida que los espectadores navegan por un paisaje editorial, las discrepancias en el diseño pueden generar confusión y socavar la confianza, lo que lleva al escepticismo sobre la calidad y autenticidad del contenido. Además, el diseño consistente no solo sirve como un ancla visual, sino que también ayuda en el reconocimiento y la lealtad de la marca, que son cruciales en un entorno saturado de medios Edwards et al. (2010). Las estrategias efectivas de diseño, se extienden más allá de la estética y afectan directamente las percepciones de la audiencia, convirtiendo la consistencia en un componente esencial de la gestión editorial y su impacto comunicacional.

### **Elementos de diseño en artículos científicos y tendencias actuales en diseño editorial científico**

Cada elemento de diseño en un artículo científico tiene el potencial de influir en la forma en que se recibe la información. Algunos de los elementos clave incluyen:

Los elementos visuales, como el uso de colores contrastantes y tipografías legibles, desempeñan un papel esencial en la creación de un entorno de lectura cómodo. Una tipografía adecuada, por ejemplo, mejora la accesibilidad y puede influir en la forma en que un lector percibe la información. Suroya et al. (2024)

- **Tipografía:** La elección de fuentes tipográficas legibles y adecuadas para el contenido técnico es crucial. Fuentes's sans-serif son comúnmente utilizadas en gráficos, mientras que serif pueden ser preferibles en textos largos.

- **Colores:** La paleta de colores debe seleccionarse cuidadosamente. Colores contrastantes pueden ser útiles para resaltar información, pero un uso excesivo o inadecuado puede generar confusión. Además, se deben considerar cuestiones de accesibilidad para personas con discapacidades visuales, como el daltonismo.

- **Espaciado y organización:** Un buen espaciado entre párrafos, así como una estructura lógica y organizada del contenido, permiten al lector seguir el hilo del argumento de manera fluida. Hacer uso de encabezados claros y jerarquía visual también facilita la navegación dentro del texto.

- **Gráficos y tablas:** La creación de gráficos y tablas que minimicen la sobrecarga de información es fundamental.

Los gráficos deben ser autoexplicativos y acompañados de leyendas que clarifiquen los datos presentados. Las tablas deben ser organizadas y etiquetadas adecuadamente para facilitar la interpretación.

Un diseño bien estructurado crea un layout que guía al lector a través del contenido, facilita la comprensión y el interés. La disposición de los elementos visuales, como gráficos, tablas e imágenes, no solo añade atractivo sino que también mejora la retención de información. Según Zahra y Parisa (2024), la integración de diseños gráficos estratégicos puede aumentar el compromiso del lector y su comprensión del material presentado.

La Accesibilidad y Diseño Inclusivo implica considerar a los lectores con discapacidades visuales o de aprendizaje. Un diseño inclusivo puede incluir textos alternativos para imágenes, uso de contrastes adecuados y una estructura lógica que permita una fácil navegación por el contenido. Cuando los artículos científicos están diseñados de manera efectiva, la investigación tiende a ser mejor recibida por la comunidad científica y por el público en general. Un diseño atractivo y funcional no solo captura la atención, sino que también puede influir en cómo se interpreta y se valoran los resultados de la investigación.

Las revistas científicas tienen un papel crucial en la implementación de estándares de diseño en la publicación de artículos. La calidad del diseño de las revistas no solo refleja su prestigio, sino que también afecta la percepción de los artículos publicados. Las revistas que priorizan el buen diseño suelen atraer a autores de alto calibre y lograr un mayor impacto en la comunidad científica.

A pesar de la importancia del diseño, existen varios desafíos en su implementación dentro de la gestión editorial:

- **Recursos limitados:** Muchas editoriales, especialmente las independientes, pueden no tener el presupuesto necesario para invertir en diseño profesional. La falta de infraestructura tecnológica y la calidad de las mismas afecta a países de América Latina como Cuba.
- **Capacitación del personal:** No todos los editores cuentan con la formación adecuada en diseño; esto puede llevar a decisiones subóptimas que afectan la calidad del producto final.
- **Resistencia al cambio:** Algunas editoriales rechazan adoptar nuevas tendencias de diseño, prefiriendo mantener formatos tradicionales que pueden no ser efectivos.

### Referentes teóricos sobre tendencias actuales en el diseño editorial de revistas científicas

Las tendencias actuales en el diseño editorial de artículos científicos se centran en mejorar la accesibilidad y la

interacción del lector con el contenido. Con el crecimiento de la comunicación visual, los diseñadores adoptan enfoques que priorizan la claridad y la estética, hace que los artículos sean más atractivos y fáciles de entender. Las infografías, gráficos interactivos y elementos visuales son cada vez más comunes, ya que ayudan a desglosar información compleja y a captar la atención de los lectores (Valkanova, 2023). Además, los diseños responden a la necesidad de adaptarse a diferentes plataformas digitales, permitiendo que los usuarios personalicen su experiencia de lectura, lo que potencia su independencia y control sobre el contenido. Ejemplo de ello es el "Diseño Responsive", que con el aumento del uso de dispositivos móviles, es fundamental en la visualización de los artículos científicos en diferentes plataformas, ajustando su diseño a las características específicas de cada dispositivo.

La influencia de tendencias artísticas contemporáneas, como el futurismo, también se refleja en estos diseños, brindando nuevas formas de expresión y ampliando las posibilidades estéticas de la comunicación visual en los artículos científicos (Hu y Cheng, 2023). Este enfoque no solo mejora la experiencia del lector, sino que también contribuye a la difusión y el entendimiento de los hallazgos científicos en un mundo que demanda información rápida y visualmente atractiva.

A medida que estas tendencias evolucionan, el impacto de la tecnología en el diseño editorial se vuelve cada vez más significativo. Con herramientas digitales avanzadas a su disposición, los diseñadores pueden crear presentaciones más dinámicas y efectivas del contenido científico, lo que transformará la forma en que se comunican los conocimientos en el futuro.

La tecnología ha transformado significativamente el diseño editorial de artículos científicos, ofrece nuevas posibilidades para atraer y retener la atención del lector. Las herramientas digitales han facilitado el uso de un diseño interactivo que permite a los autores presentar información de manera más dinámica y atractiva. Plataformas de publicación como edX y Madrasati han demostrado cómo la integración de elementos visuales y multimedia puede enriquecer la experiencia de aprendizaje, haciendo que los conceptos sean más accesibles y comprensibles para los estudiantes (Abdelmagid et al., 2024; Ibrahim et al., 2024).

Además, los diseños editoriales contemporáneos ahora incorporan características que permiten la personalización y participación del lector, crea un diálogo más activo con el contenido. Esto no solo mejora la comprensión, sino que también fomenta el interés en la investigación científica. Sin embargo, con estas innovaciones también surge la necesidad de considerar la estética y la legibilidad, dos aspectos que son fundamentales para la presentación efectiva de la investigación. La calidad visual de un artículo no solo influye en su atractivo, sino que

también puede impactar en la capacidad del lector para absorber y retener información. A medida que se adoptan más herramientas digitales e interactivas, se hace esencial encontrar un equilibrio entre el diseño innovador y la claridad visual, preparando el terreno para la discusión sobre la estética y legibilidad en la presentación de investigaciones.

La estética y la legibilidad son aspectos fundamentales en la presentación de investigaciones, especialmente en artículos científicos, donde la claridad de la información es esencial. La elección de la tipografía, el tamaño de la fuente, y la disposición del texto influyen directamente en cómo se percibe y se entiende la información. Por ejemplo, estudios han demostrado que las fuentes serif, como Times New Roman, son preferidas en materiales impresos, ya que facilitan la lectura y la comprensión (Günay, 2024). En contraste, las fuentes sans serif, como Arial y Helvética, son más efectivas en plataformas digitales, donde la rapidez de lectura es fundamental (Büyükpehlivan, 2024).

El diseño estético no solo se trata de hacer que un artículo luzca atractivo, sino que también debe priorizar la accesibilidad de la información. El uso de espacio en blanco, la alineación del texto y la jerarquía visual contribuyen a una experiencia de lectura más fluida. La interacción entre la tipografía y los elementos visuales puede mejorar la retención de información, como se observó en estudios sobre tipografía cinética, donde la velocidad y el método de interpolación afectan la comprensión del contenido (Doli et al., 2024).

A medida que avanzamos hacia el futuro del diseño editorial en la ciencia, es probable que estas consideraciones estéticas y de legibilidad evolucionen, impulsadas por nuevas tecnologías y metodologías que busquen mejorar la difusión del conocimiento y la interacción del lector con el contenido científico. Perfilan hacia una transformación marcada por la innovación y la adaptabilidad a las nuevas demandas del entorno académico. Las tendencias emergentes sugieren que los artículos científicos tendrán a adoptar formatos más dinámicos y accesibles, integrando elementos multimedia como infografías, videos y visualizaciones interactivas.

Además, las plataformas de publicación académica están evolucionando para incluir opciones de acceso abierto, lo que permitirá una mayor difusión del conocimiento y una interacción más fluida entre los investigadores y su audiencia. Este acceso democratizado a la información científica puede estimular el interés en la investigación y fomentar la colaboración entre diferentes disciplinas.

Los editores también tendrán que considerar las expectativas de un público más diverso y global, adaptando sus diseños para ser inclusivos y accesibles. En este sentido,

la implementación de estándares de accesibilidad será fundamental.

### **Visión general del diseño en la gestión editorial y su significado en la comunicación**

Cuando el diseño editorial está optimizado, impacta de forma significativa en cómo se percibe y se entiende la información, influye así en la efectividad con que se transmiten los mensajes. Por ejemplo, la integración de elementos visuales como infografías puede enriquecer la narrativa y atraer la atención sobre datos clave, mejorando el impacto comunicativo general de la publicación. Las elecciones de diseño pueden reflejar los valores editoriales y los estándares periodísticos, guían las expectativas de la audiencia respecto a la calidad y fiabilidad. Esto subraya la importancia de una estrategia de diseño deliberada que se alinee con el propósito del contenido, fomentando un intercambio de ideas más claro y significativo entre editores y sus lectores.

En el ámbito de la identidad de la marca, el diseño actúa como un elemento crucial en la formación de la percepción del consumidor y el fomento de la lealtad. Un diseño efectivo trasciende el mero atractivo estético; encapsula los valores y la misión de una marca, influyendo en cómo los consumidores interactúan con ella a nivel psicológico. Por ejemplo, elementos como el color, la tipografía y la imagerie pueden evocar emociones y asociaciones específicas que impactan directamente el comportamiento del consumidor Cohen & Uecharoenkit (2011). Esta conexión emocional es crucial para diferenciar una marca en un mercado saturado. Además, como se destaca en la investigación sobre el branding de lugares, el diseño de paisajes urbanos puede influir significativamente en las percepciones de la identidad de una ciudad, mostrando las implicaciones más amplias del diseño más allá del branding tradicional Calderon-Vazquez et al. (2018). En última instancia, un diseño estratégico en la gestión editorial no solo amplifica la narrativa de una marca, sino que también asegura que el mensaje intencionado resuene de manera efectiva con la audiencia objetivo, fomentando una lealtad y un compromiso más profundos con la marca.

La calidad del diseño en los artículos científicos no solo afecta la recepción por parte de los lectores, sino que también influye en la citación y el reconocimiento de las investigaciones. Según estudios, aquellos artículos que incorporan un diseño visual atractivo tienden a obtener una mayor atención en redes sociales y plataformas de diseminación académica. Esto, a su vez, incrementa la visibilidad de la investigación y puede resultar en un mayor número de citas.

El impacto comunicacional de un artículo se amplifica cuando se considera que las redes sociales y el uso de plataformas digitales se han convertido en canales

prevalentes para la difusión de la ciencia. Una presentación visual efectiva permite que los hallazgos de investigación sean compartidos de manera más amplia, alcanza audiencias diversas y fomenta el diálogo entre científicos y el público general.

### **Propuestas de mejora en el diseño editorial para artículos científicos**

El diseño editorial de artículos científicos es un aspecto fundamental que puede mejorar significativamente la comunicación de la investigación. Existen varias propuestas de mejora que pueden optimizar este proceso.

#### **1. Investigación de Mercado**

- **Análisis de Competencia:** Realizar un estudio de otras editoriales en la región a nivel nacional e internacional, para identificar tendencias, estilos y prácticas exitosas en diseño editorial.

- **Encuestas y Feedback:** Implementar encuestas dirigidas a lectores y autores para conocer sus percepciones sobre el diseño actual y sus expectativas.

#### **2. Capacitación del Personal**

- **Talleres y Cursos:** Organizar talleres de formación continua para el equipo de diseño y edición sobre tendencias de diseño gráfico, tipografía y maquetación.

- **Intercambio de Experiencias:** Establecer programas de pasantías o colaboración con diseñadores gráficos y editores de otras entidades y editoriales.

#### **3. Actualización del Diseño Gráfico**

- **Rediseño de Identidad Visual:** Revisar y modernizar la identidad visual de la editorial, incluyendo logotipo, colores y tipografía si es necesario.

- **Portadas Atractivas:** Diseñar portadas innovadoras y atractivas que reflejen el contenido del libro o el volumen de la revista, que capten la atención del lector. Considerar usar ilustraciones exclusivas o fotografías de alta calidad.

#### **4. Mejora de la Maquetación**

- **Estándares de Maquetación:** Establecer un manual de estilo que defina los estándares de maquetación, incluyendo márgenes, tipografía y espaciado.

- **Formato Digital y Impreso:** Diseñar versiones adaptadas tanto para el formato impreso como digital, considerando la experiencia de usuario en cada uno.

- **La estructuración coherente del contenido:** es otro aspecto que necesita atención. Un formato consistente que utilice encabezados, subencabezados y párrafos bien definidos facilita la navegación a través del artículo.

#### **Inclusión de Elementos Multimedia**

- **Códigos QR:** Integrar códigos QR en las portadas o dentro de los libros que dirijan al contenido

adicional en línea, como entrevistas con autores o materiales complementarios.

- **Diseño Interactivo:** En el caso de libros digitales, considerar elementos interactivos que enriquezcan el contenido, como gráficos animados o enlaces a videos.

#### **Estrategia de Marketing Visual**

- **Redes Sociales:** Desarrollar una estrategia visual en redes sociales que muestre el proceso de diseño, las portadas y los libros en su contexto, generando interés y conexión con el público.

- **Material Promocional:** Crear folletos, carteles y otro material promocional visualmente atractivo que comunique las novedades de la editorial y su catálogo.

#### **Diseño Inclusivo y Accesible**

- **Normas de Accesibilidad:** Asegurarse de que los diseños sean accesibles para personas con discapacidad. Esto incluye el uso de tipografías legibles, descripciones de imágenes y un diseño que facilite la lectura.

- **Diversidad Cultural:** Incorporar elementos que reflejen la diversidad cultural de la región en el diseño de las portadas y en la elección de temáticas.

#### **Retroalimentación continua (Feedback Continuo)**

- **Revisión y Evaluación:** Establecer un proceso de revisión continua donde se obtenga feedback sobre cada nuevo diseño o publicación, y se implementen mejoras basadas en esta información.

- **Grupos de Lectores o autores:** Crear grupos que ofrezcan sus impresiones sobre el diseño editorial, permitiendo una participación activa de la comunidad.

- **Promover la comunicación efectiva:** Entre los autores, revisores y editores, creando un ambiente colaborativo que fomente la mejora continua en la gestión editorial.

- **La aplicación de estándares de calidad:** En la revisión y edición de los manuscritos también es fundamental. Implementar una revisión por pares más rigurosa y especializada, como la recomendada por Winterstein et al. (2023). En el contexto de estudios de evidencia del mundo real, puede elevar la calidad del trabajo publicado.

Esos cambios no solo benefician a los autores y editores, sino que también enriquecen la experiencia del lector. Se puede avanzar hacia un diseño editorial que no solo informe, sino que también eduque y enganche a la audiencia científica. Esto prepara el terreno para un análisis más profundo sobre los métodos científicos utilizados en la investigación y su impacto en la producción de conocimiento.

La gestión editorial de artículos científicos debe reconocer y priorizar la importancia del diseño en la comunicación de la investigación. Un enfoque que integre principios de diseño efectivos no solo mejorará la legibilidad



y accesibilidad de los artículos, sino que también potencia su impacto en la comunidad científica y más allá. Las editoriales deben invertir en capacitación y recursos para mejorar su capacidad de diseño, adopta tendencias actuales que favorezcan la interacción y la comprensión de los datos.

La implementación de un buen diseño no es una opción, sino una necesidad en el contexto actual de sobrecarga de información. Al hacerlo, se facilita una difusión más amplia y efectiva del conocimiento científico, contribuyendo a una sociedad más informada y educada.

Con la adopción de estas prácticas, es posible avanzar hacia un futuro en el que el diseño editorial no solo sea un aspecto estético, sino una herramienta poderosa para la comunicación científica.

Los resultados indican que un diseño editorial efectivo mejora significativamente la comunicación de artículos científicos.

La claridad visual y la estructura organizada de un artículo permiten que los lectores identifiquen rápidamente la información clave, lo cual es vital en un contexto donde la atención del lector es limitada. La utilización de gráficos, tablas y otros elementos visuales no solo complementa el texto, sino que también ayuda a transmitir conceptos complejos de manera más comprensible. Esto se alinea con la investigación de Chen et al. (2021), quienes argumentan que el uso de visualizaciones adecuadas puede aumentar la retención de información y mejorar la experiencia del lector.

Asimismo, la integración de elementos de diseño en la gestión editorial promueve una mayor accesibilidad. Artículos bien estructurados y visualmente atractivos tienen más probabilidades de ser citados y compartidos, lo que amplía su difusión y, potencialmente, su impacto en la comunidad científica. Es importante resaltar que la percepción del diseño no se limita a su atractivo visual: una buena gestión editorial requiere una planificación cuidadosa para garantizar que el contenido sea fácilmente digerible y que siga las normas de publicación académica.

Sin embargo, no todas las revistas científicas han adoptado enfoques eficaces de diseño editorial. Algunas continúan utilizando formatos obsoletos que dificultan la lectura y comprensión de los artículos. Esta falta de adaptación puede ser perjudicial para la visibilidad de los investigadores y sus hallazgos. La presión por publicar y la competencia entre autores a menudo llevan a que se descuide la presentación, lo que subraya la necesidad de un cambio cultural en el ámbito académico, donde el diseño se valore como parte integral de la comunicación científica.

El presente artículo resulta un resultado de las investigaciones efectuadas en el marco del Proyecto sectorial

del Ministerio de Educación Superior de Cuba: **Análisis y mejoras de la producción científica del Ministerio de Educación Superior para lograr calidad y sostenibilidad mediante la consolidación de una red de editoriales.**

## CONCLUSIONES

El diseño en la gestión editorial de artículos científicos es crucial para la comunicación efectiva de la investigación. Su impacto va más allá de la mera estética, afectando la accesibilidad, credibilidad y recepción de los hallazgos científicos. La historia y evolución del diseño en este campo reflejan la creciente importancia que se le otorga en la actualidad. Con el avance de la tecnología y la digitalización, las perspectivas sobre el diseño editorial siguen expandiéndose, presentando desafíos y oportunidades para mejorar la comunicación científica en el futuro.

El diseño en la gestión editorial de artículos científicos es un aspecto que no debe ser subestimado. Un buen diseño no solo mejora la presentación de la investigación, sino que también potencia su capacidad comunicacional. Al facilitar la comprensión y la retención de información.

La colaboración entre editores, autores y diseñadores es crucial para maximizar el impacto de cada artículo. Invertir en un diseño cuidadoso, por ende, una estrategia que puede proporcionar retornos significativos en términos de visibilidad y citación.

La relación entre diseño, gestión editorial y comunicación en la publicación de artículos científicos es innegable. Un enfoque estratégico en el diseño no solo mejora la estética de los trabajos publicados, sino que también potencia la efectividad de la comunicación de la investigación. A medida que la producción de conocimiento continúa creciendo, es esencial que las revistas científicas actualicen sus prácticas editoriales para incluir consideraciones de diseño que mejoren la accesibilidad y la comprensión del contenido.

Como se aclara en la investigación, la interacción entre los medios, la cultura y las relaciones públicas sugiere que el diseño es integral para la creación de conexiones significativas en una sociedad de información inclusiva. Por lo tanto, priorizar el diseño en los procesos editoriales es esencial para fomentar interacciones impactantes entre los medios y las audiencias.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abdelmagid, A. S., Hafez, M. A., Ahmed, E. W., Jabli, N., Ibrahim, A. M., Teleb, A., y Aljawarneh, N. (2024). Interactive Digital Platforms and Artificial Intelligence Applications to Develop Technological Innovation Skills among Saudi University Students. In *Int. J. Interact. Mob. Technol.* 18(11) pp. 64-79. <https://doi.org/10.3991/ijim.v18i11.48877>

- Anwar, A., Rehman, I., Dicheva, N., y Haq, I. (2023). Analysing User Experience of Dynamic Group Formation (DGF) in Intelligent Tutor Collaborative Learning (ITSCCL) using Aspect-Based Sentiment Analysis. In *Proceedings of the XXIII International Conference on Human Computer Interaction*. Proceedings of the XXIII International Conference on Human Computer Interaction. p.5. <https://doi.org/10.1145/3612783.3612788>
- Bilfiore, E., y Bennett, O. (2007) "Determinants of impact : towards a better understanding of encounters with the arts". *Cultural Trends*, 16(3). pp.225-275. Doi:10.1080/09548960701479417. ISSN 0954-8963.
- Calderon-Vazquez, F. J., Cruz Ruiz, E., Ruiz-Romero-de-laCruz, E. M. (2018). "Elements involved in the territory brand from residents' perception: the city of Málaga". <https://core.ac.uk/download/214831270.pdf>
- Caldirolì, C. L., Garbo, R., Pallavicini, F., Antonietti, A., Mangiatordi, A., y Mantovani, F. (2017). How web design influences user experience: A multi-modal method for real-time assessment during web browsing. In *2017 14th IEEE Annual Consumer Communications y Networking Conference (CCNC)*. (pp. 1063-1066). <https://doi.org/10.1109/CCNC.2017.7983286>
- Chen, Y., Zhang, X., y Huang, J. (2021). The Impact of Visual Elements on Readability and Citation Rates of Scientific Articles. *Journal of Scholarly Publishing*, 52(3), 322-339. doi:10.3138/jsp.2020-0034
- Cohen, G., Uecharoenkit, S. (2011). "Investigating the relationship of brand experience and loyalty: A study of luxury brand in Thailand". Brunel University. <https://core.ac.uk/download/20443855.pdf>
- Dávila Castañeda, S., & Cubillos Álvarez, D. (2015). *Proceso editorial para la producción de la revista científica Perspectivas de la Investigación*. Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/3def924b-6430-45dd-bac1-da458fef1cc7/content>
- Dolić, J., Pibernik, J., Muftić, I., y Mandić, L. (2024). Temporal typography: the impact of animation speed and interpolation on information transmission efficiency. In *Proceedings - The Twelfth International Symposium GRID 2024*. Proceedings - The Twelfth International Symposium GRID 2024. <https://doi.org/10.24867/grid-2024-p89>
- Edwards, F., Haas, P. J., Rohlich, N. (2010) "Exploring the Effectiveness of San Francisco Security Awareness Campaigns in the San Francisco Bay Area, Research Report". pp.92-99. SJSU ScholarWorks, <https://core.ac.uk/download/70413457.pdf>
- Gnūay, M. (2024). The importance and use of typography in print and digital design. *Internacional Journal of Eurasia Sciences*, 15(57) . <https://doi.org/10.12981/mahder.1526320>
- Hu, L., y Cheng, J. (2023). On the Influence and Significance of Contemporary Art Trends on Modernist Visual Communication Design. *Highlights in Art and Desing* 4(1). pp30-34. . <https://doi.org/10.54097/hiaad.v4i1.12117>
- Hwang, T., Aggarwal, N., Khan, P. Z., Roberts, T., Mahmood, A., Griffiths, M. M., Parsons, N., y Khan, S. (2024). Can ChatGPT assist authors with abstract writing in medical journals? Evaluating the quality of scientific abstracts generated by ChatGPT and original abstracts. In *PLOS ONE* 19(2). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0297701>
- Ibrahim, A. M., Al-Farhan, I. A., Ahmed, E. W., Abdelmagid, A. S., Al-Zahrani, M. A., y Dakamsih, N. J. (2024). Enhancing High School Students' Future Thinking Skills through Interactive Digital Platforms for Teaching Energy Issues. In *Int. J. Interact. Mob. Technol.* 18(9), pp. 4-18. <https://doi.org/10.3991/ijim.v18i09.48879>
- Mach'avceek, V. (2023). Globalization of Scientific Communication: Evidence from authors in academic journals by country of origin. *Research Evaluation* 32(1), pp.157-169. <https://doi.org/10.1093/reseval/rvac033>
- Medium Multimedia. (2024). *Las 4 etapas esenciales del diseño editorial: Una guía completa*. Medium Multimedia. <https://www.mediummultimedia.com/disenio/cuales-son-las-4-etapas-del-diseno-editorial/>
- Meyer, T. (2020). Graphic Design in Scientific Publishing: A Review of Effective Practices. *Science Communication*, 42(4), 498-514. doi:10.1177/1075547019874174
- Normas APA. (2025). *Normas APA con plantilla y generador 2025 - Séptima edición*. <https://normasapa.in/>
- Pibeca Solutions. (2024). Tendencias en diseño editorial para el 2025. <https://www.pibeca.com/2024/12/14/tendencias-en-diseno-editorial-para-el-2025/>
- Suroya, S. H., Torrens, G., y Downs, S. T. (2024). Font Matters: Investigating the Typographical Components of Legibility. In *International Journal of Research and Innovation in Social Science VIII (IX)*. <https://doi.org/10.47772/ijriss.2024.8090283>
- Valkanova, V. (2023). Visual Communication Online – Design Trends and Perspectives of Media in a Digital Environment. In *communication and media of the 21st century: educational and professional challenges*. <https://doi.org/10.60060/ijpn4562>
- Van der Merwe, M. (2024). Storytelling, belonging and identity in the graphic design classroom: A critical reflection. *Image & Text*, (38), 1-21. <https://doi.org/10.17159/2617-3255/2024/n38a11>
- Voci, D., y Karmasin, M. (2023). Sustainability communication: how to communicate an inconvenient truth in the era of scientific mistrust. In *Journal of Communication Management*. 28(1). <https://doi.org/10.1108/jcom-05-2022-0060>

- Wang, M., Ang, S., Yang, F., y Song, J. (2022). Warranty or education?: An analysis of marketing strategy choices for remanufactured products. In *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.35(3). <https://doi.org/10.1108/apjml-05-2021-0331>
- Winterstein, A., Ehrenstein, V., Brown, J. S., Stürmer, T., y Smith, M. Y. (2023). A Road Map for Peer Review of Real-World Evidence Studies on Safety and Effectiveness of Treatments. In *Diabetes Care* 46(8), pp. 1448-1454. <https://doi.org/10.2337/dc22-2037>
- Zahra, S. R., y Parisa, Z. (2024). From text to visual: Analyzing the influence of graphic design on english language storytelling. In *i-manager's Journal on Humanities y Social Sciences*. 4(2).p.50. <https://doi.org/10.26634/jhss.4.2.20847>