KIT ESCRITORES 360 · EBOOKS PARA AUTORES

Portada, maquetación e ISBN

Lo que hace profesional a un libro por fuera y por dentro.



STUDIO ESCRITORES

Una nota antes de empezar

Bienvenido, bienvenida. Un libro se juzga por dentro, claro, pero primero se juzga por fuera. La portada invita, la maquetación acompaña la lectura y el ISBN identifica tu obra en el mundo del libro. Son tres elementos distintos que, bien resueltos, hacen que un libro autopublicado se sienta tan profesional como cualquiera.

En este ebook aprenderás qué hace buena a una portada, cómo plantear su encargo, qué principios sostienen una maquetación limpia en ebook y en papel, y qué es el ISBN y cómo se gestiona. El trámite del ISBN depende de cada país, así que verás qué preguntar y dónde verificar. Cada capítulo incluye una caja práctica.

CAPÍTULO 1

Por qué lo profesional se nota

Los lectores no analizan el diseño: simplemente sienten si confían o no.

Un lector que ve tu libro en una pantalla o en una mesa decide en segundos si merece su atención. No piensa en tipografías ni márgenes: percibe una impresión general de cuidado o de descuido. Esa impresión afecta a clics, a lectura de la muestra y a la disposición a recomendar el libro. Invertir en el aspecto es respetar el contenido que escribiste.

Lo profesional no significa lo caro. Significa coherencia, legibilidad y adecuación al género. Un buen diseño para una novela negra no sirve para un libro de cocina. Antes de crear nada, observa libros de tu género que admires: cómo son sus portadas, qué tipo de letra usan, cómo respiran sus páginas. Inspírate en los principios, no copies lo concreto.

Piensa en el libro como un producto completo con tres piezas: la cubierta, el interior y la identificación. Cada una tiene su lógica y sus errores típicos. Muchos autores cuidan el texto y dejan lo demás para el final, con prisa. Planifica desde el comienzo tiempo y presupuesto para estas tareas y evitarás decisiones apresuradas.

Decide qué harás tú y qué encargarás. Con herramientas accesibles y disciplina puedes lograr resultados dignos, sobre todo en el interior. La portada suele ser la tarea donde más compensa pedir ayuda profesional. Sea cual sea tu elección, define criterios claros de calidad y compara tu libro con los que ocupan los primeros puestos de tu género.

PARA REFLEXIONAR

Mira con ojos de lector

- ¿Qué sensación me transmite mi libro a primera vista?
- ¿Parece de mi género o parece de otro?
- ¿Qué tres libros de mi género me parecen impecables por fuera y por qué?
- ¿Qué parte de este trabajo puedo hacer yo y cuál es mejor encargar?

CAPÍTULO 2

La portada: claridad, género y legibilidad

Una portada eficaz promete el tipo de libro que de verdad es.

La portada cumple una función de comunicación: debe indicar género, tono y tema en un vistazo. Una novela romántica, un thriller y un manual práctico tienen convenciones visuales distintas, y los lectores las reconocen. Romper esas convenciones sin motivo puede confundir. Observa las portadas de tu categoría y detecta qué patrones comparten antes de decidir cómo destacar.

La legibilidad es innegociable. El título debe leerse bien en miniatura, porque muchas veces tu libro se verá del tamaño de un sello en una pantalla. Elige pocas tipografías, con buen contraste, y evita adornos que dificulten la lectura. Prueba tu diseño reduciéndolo a un tamaño pequeño: si el título sigue claro, vas por buen camino.

Cuida la jerarquía: primero el título, luego la imagen o elemento principal y después el nombre del autor y el subtítulo. Menos elementos funcionan mejor que muchos. Una imagen potente y bien encuadrada vale más que un collage recargado. Si usas imágenes o fuentes de terceros, comprueba que su licencia permita uso comercial en portadas de libros.

Piensa en la cubierta completa si imprimes: portada, lomo y contraportada. La contraportada lleva texto de venta breve, un espacio para el código de barras y datos del libro. El lomo debe mostrar título y autor con buena legibilidad, y sus medidas dependen del grosor del libro y del papel. Pide siempre a la plataforma o a la imprenta sus especificaciones vigentes.

> **Una portada no explica el libro: le promete al lector la clase de experiencia que va a vivir.**

PRUÉBALO HOY

Prueba de miniatura

1. Exporta tu portada o boceto en un tamaño muy reducido, como el de una lista de resultados.
2. Comprueba si el título se lee sin esfuerzo y si se distingue la imagen principal.
3. Colócala junto a cinco portadas de tu género y observa si encaja y destaca a la vez.
4. Pide a tres personas que adivinen el género del libro solo con mirarla.

CAPÍTULO 3

Cómo encargar o diseñar tu portada

Un buen encargo evita revisiones infinitas y resultados que no te representan.

Si contratas a un diseñador, prepara un briefing claro: género, público, sinopsis breve, tono deseado, ejemplos de portadas que te gusten y lo que no quieres. Indica los formatos que necesitas, como ebook, tapa blanda o ambos, y las fechas límite. Cuanta más claridad des al inicio, mejores propuestas recibirás y menos tiempo perderán ambas partes.

Acuerda por escrito el alcance: cuántas propuestas, cuántas rondas de cambios, quién conserva los derechos del diseño y si podrás usarlo en promoción, web y futuras ediciones. Pregunta por las licencias de imágenes y tipografías empleadas. Un profesional serio responde a estas preguntas con naturalidad. Si evita el tema, es una señal para investigar más.

Si diseñas tú mismo, parte de plantillas legítimas y respeta las medidas oficiales de la plataforma o la imprenta, incluidas las zonas de sangrado y de seguridad. Usa imágenes con licencia clara, evita recortes de internet de origen dudoso y no mezcles más de dos tipografías. Pide opinión a lectores de tu género antes de cerrar.

Evalúa las propuestas con criterios, no solo con gusto personal: ¿comunica el género?, ¿se lee en miniatura?, ¿se ve coherente en toda la serie, si habrá más libros? Es normal que tu gusto no coincida con el de tu público. Si tienes dudas, consulta a lectores reales. Una portada final es una decisión que te acompañará durante la vida del libro.

UNA IDEA

Briefing para tu diseñador en 6 líneas

- Género, público y sensación que debe transmitir la portada.
- Sinopsis en tres frases y elementos clave que podrían aparecer.
- Tres referencias que te gustan, explicando qué te gusta de cada una.
- Lo que no quieres: colores, símbolos o estilos que te desagradan.
- Formatos, medidas, plazos y número de rondas de cambios acordadas.

CAPÍTULO 4

Maquetación: que la lectura fluya

Una buena maquetación es la que el lector no nota porque lee sin esfuerzo.

La maquetación ordena el texto para que se lea cómodo. Empieza por una tipografía legible de cuerpo de texto, un tamaño adecuado y un interlineado que deje respirar las líneas. Aplica estilos coherentes a títulos, párrafos, citas y notas, en lugar de dar formato a mano en cada caso. Esa coherencia es la base de un interior limpio.

En el libro impreso, los márgenes importan: el interior necesita algo más de espacio por la encuadernación. Define cabeceras o pies discretos con numeración de página, y cuida que los capítulos empiecen siempre en la misma posición, con un espacio generoso. Evita viudas y huérfanas, es decir, líneas sueltas al inicio o final de página, y revisa los cortes de palabra.

En el ebook, el texto fluye y se adapta a cada dispositivo, así que olvida la idea de controlar la página. Usa estilos de títulos para generar un índice navegable, evita saltos de línea para crear espacios y tabulaciones con espacios, y comprueba las imágenes. Revisa el resultado en varios tamaños de pantalla o con las herramientas de vista previa disponibles.

Ordena las partes del libro con criterio: portadilla, página de créditos, dedicatoria si la hay, índice, cuerpo del texto, agradecimientos y sobre el autor. En no ficción, añade notas o bibliografía con formato uniforme. Una revisión final del PDF o del archivo, página a página, detecta errores que no se ven en el editor. Dedícale una tarde completa antes de enviar.

ERROR COMÚN

Errores frecuentes de maquetación

- Dar formato a mano en cada párrafo en vez de usar estilos coherentes.
- Crear espacios con intros y espacios repetidos que se rompen en ebook.
- Márgenes interiores justos que esconden texto en la encuadernación.
- Tipografías decorativas en el cuerpo del texto que cansan la vista.
- Olvidar la revisión final página a página del archivo definitivo.

CAPÍTULO 5

El ISBN: qué es y cómo gestionarlo

Un número que identifica tu libro y que no se gestiona igual en todos los países.

El ISBN es un identificador internacional que distingue cada edición de un libro. Sirve a librerías, bibliotecas y distribuidores para localizarlo y catalogarlo. Cada formato y cada edición suelen necesitar el suyo: el ebook, la tapa blanda y la tapa dura son productos distintos. No es un registro de derechos de autor ni un certificado de calidad: es una identificación comercial.

Lo esencial es que el trámite depende de cada país. En algunos lugares una agencia nacional los asigna gratis o a bajo costo; en otros se compran en paquetes o a través de entidades autorizadas. Además, ciertas plataformas ofrecen un identificador propio sin costo que sirve solo dentro de ellas. Consulta la agencia ISBN de tu país y las condiciones vigentes.

Al decidir, piensa en tus objetivos. Si quieres vender en librerías, entrar en bibliotecas o distribuir por varios canales, conviene un ISBN propio, para que figures tú como editor. Si solo vendes en una plataforma concreta, su identificador gratuito puede bastar, aunque limita la portabilidad. Lee las condiciones: quién consta como editor y qué pasa si cambias de canal.

Una vez asignado, el ISBN debe coincidir en la página de créditos, en la contraportada con su código de barras y en los metadatos del libro. Guarda un registro de qué número corresponde a cada edición. Si cambias de formato, tamaño o contenido de forma sustancial, comprueba si exige un nuevo número. Ante la duda, pregunta a la agencia de tu país.

PARA REFLEXIONAR

Preguntas para tu trámite de ISBN

- ¿Cuál es la agencia o entidad que asigna ISBN en mi país?
- ¿Necesito un número por cada formato que voy a publicar?
- ¿Quiero figurar como editor o me basta un identificador de la plataforma?
- ¿Dónde registraré qué ISBN corresponde a cada edición?

CAPÍTULO 6

Revisión final y plan de primeros pasos

Antes de dar el visto bueno, comprueba cada pieza como lo haría un lector exigente.

Haz una revisión integral con una lista. Portada: título, nombre y subtítulo escritos igual que en los metadatos. Lomo y contraportada: textos, código de barras y márgenes. Interior: tipografía coherente, capítulos bien marcados, numeración correcta y página de créditos con ISBN y año. Revisa cada elemento con calma, sin esperar a encontrar solo errores grandes.

Pide un ejemplar de prueba o una copia de revisión si imprimes. Sostener el libro permite juzgar el tamaño, la lectura, el color de la portada y el peso del papel. Compara además la portada en pantalla y en papel, porque los colores pueden variar. Si algo no te convence, corrige ahora: después de publicar es más incómodo.

Pide opinión a dos o tres lectores de tu público, no solo a amigos. Pregúntales qué piensan al ver la portada, si el interior es cómodo de leer y si han encontrado erratas. Anota sus respuestas sin defender tus decisiones. Las ideas externas descubren puntos ciegos que a ti, por conocer demasiado el libro, se te escapan.

Cuando todo esté listo, guarda copias de los archivos finales en un lugar seguro: texto, portada, interior, licencias de imágenes y registro de ISBN. Esa carpeta te servirá para reimpresiones, nuevas ediciones y promoción. Un libro bien terminado por fuera y por dentro es un regalo para tus lectores, y también una buena carta de presentación para tu próximo proyecto.

PRUÉBALO HOY

Plan de primeros pasos (una semana)

1. Día 1: elige tres libros de referencia y anota qué hace profesional a cada uno.
2. Día 2: redacta el briefing de portada o haz un boceto con las pruebas de miniatura.
3. Día 3: define estilos de texto y márgenes, y maqueta los dos primeros capítulos.
4. Día 4: consulta la agencia de ISBN de tu país y decide el identificador para cada formato.
5. Día 5: revisa la lista final y pide opinión a tres lectores antes de cerrar.

Lo esencial

- Lo profesional se nota en coherencia, legibilidad y adecuación al género, no en el gasto.
- Una buena portada comunica género y tono, se lee en miniatura y respeta licencias de imagen y tipografía.
- Un briefing claro y un acuerdo escrito sobre alcance y derechos evitan problemas con el diseño.
- La maquetación se basa en estilos coherentes, márgenes cuidados y revisión página a página.
- El ISBN identifica cada edición y su trámite depende de cada país: consulta la agencia local y las condiciones vigentes.
- Prueba un ejemplar, pide opinión a lectores reales y guarda todos los archivos finales.

Siguientes pasos

Lleva lo aprendido a la práctica con estos recursos del kit.

Checklist: Calidad de portada

Plantilla: Presupuesto de publicación

Herramienta: Generador de títulos

Banco: Banco de títulos