

PLAN DE FORMACIÓN PARA ENTIDADES Y COLECTIVOS CIUDADANOS 2022

- Vicealcaldía. Área Delegada de Coordinación Territorial, Transparencia y Participación Ciudadana -

•• Espacio asociativo/Banco de recursos formativos ••

ELEMENTOS BÁSICOS PARA EL DISEÑO DE CARTELES



CONTENIDO

1. Introducción	3
2. Color	4
RGB.....	4
Color web = hexadecimal	4
CMYK.....	4
Colores Pantone	5
Nuestro día a día	5
Interpretación de los colores	6
3. Imagen	7
Imagen mapa de bits	7
<i>Resolución de las imágenes de mapa de bits.....</i>	<i>7</i>
<i>Formatos de imagen: JPG</i>	<i>8</i>
<i>Formatos de imagen: GIF</i>	<i>8</i>
<i>Formatos de imagen: PNG</i>	<i>9</i>
<i>Resolución de los dispositivos</i>	<i>9</i>
Imagen vectorial	10
<i>Formatos de imagen vectorial 11</i>	<i>11</i>
Trabajar en vectorial	11
4. Tipografía	12
Tipos con serifa y sin serifa	12
Peso o grosor	13
Anchura	14
Cursivas	14
Familia tipográfica.....	15
Recomendaciones para el uso de tipografías.....	15
5. Fotografía	16
Identifica el centro de interés.....	16
Rellena el encuadre.....	16
Apoyarse en las líneas	16
Regla de los tercios.....	16
Ley del horizonte	17
6. Indicaciones de diseño	18
8. Producción	20
Bibliografía recomendada	21
Color.....	21
Vector.....	21
Imagen	22
Tipografía.....	22
Herramientas y recursos.....	22
Redes sociales de diseño	23



1. INTRODUCCIÓN

Los carteles son uno de los medios publicitarios más antiguos de nuestra historia, pero su poder de persuasión sigue siendo muy eficiente. Su revolución llegó de la mano de los avances tecnológicos en la última década del siglo XIX con la llegada de la litografía y el uso del color.

Un cartel **es un soporte de publicidad**, consistente en una impresión que tiene como soporte una lámina de papel de cualquier tamaño, diseñado para ser colocado en una pared o en una superficie vertical. En él se incluyen imágenes de cualquier tipo (grabados, dibujos o pinturas de cualquier técnica, fotografías, etc.), elementos gráficos y textos (cuya disposición y tipografía tienen una función particularmente importante).

El cartel es un soporte icónico dentro del diseño gráfico, y **para que sea impactante debemos tener presente:**

- El público destinatario. No debemos partir de los gustos o preferencias propias. Estamos diseñando para terceros, y estos debe ser los seducidos por nuestra composición... así que debemos ponernos en su lugar.
- Nuestro entorno está visualmente contaminado, es necesario desarrollar un diseño fresco y llamativo que nos permita destacar. Para ello contamos con el color, la tipografía y las imágenes.
- El texto justo, y una redacción impecable y significativa. Los carteles habitualmente son superficies grandes, pero pensadas para ser observadas a cierta distancia y normalmente en lugares de tránsito, así que el contenido debe poder leerse con un golpe de vista.
- Producción impecable. Nuestro diseño tiene que tener en cuenta el soporte final para que pueda desplegar todo su potencial.

Como hemos visto, el cartel es un material impreso, pero actualmente la mayoría del material que publicamos es digital, y existen bastantes diferencias ente un soporte y otro... así que vamos a hablar de los dos, para entender mejor cómo debemos crear contenido para ser impreso... y también para poder publicar nuestros carteles en línea.



2. COLOR

Vamos a comenzar con el color, en su parte más técnica, para pasar posteriormente a su interpretación:

RGB

“RGB (sigla en inglés de red, green, blue, en español «rojo, verde y azul») es la **composición del color en términos de la intensidad** de los colores primarios de la luz”.

Es el utilizado en todo tipo de **pantallas**, y se describe con tres cifras (cada una correspondiente a uno de los colores) que van desde el 0 hasta el 255. Si nuestro diseño va destinado a pantallas, es la descripción de color adecuada.

Color web = hexadecimal

El sistema hexadecimal del color **permite expresar fácilmente un color concreto de la escala RGB**.

Se utiliza mucho en **web**, y está formado por tres códigos de dos dígitos precedidos por el símbolo almohadilla:

- Rojo = 255,0,0 (RGB) = #ff0000 (hexadecimal).
- Verde = 0,255,0 (RGB) = #00ff00 (hexadecimal).
- Azul = 0,0,255 (RGB) = #0000ff (hexadecimal).
- Blanco = 255,255,255 (RGB) = #ffffff (hexadecimal).

CMYK

“El modelo CMYK (siglas de Cyan, Magenta, Yellow y Key, en español sería cian, magenta, amarillo y negro) es un **modelo de color que se utiliza en la impresión en colores**”.

Esta es la descripción de color que debemos utilizar cuando nuestro diseño vaya a terminar impreso. Está formado por cuatro cifras que expresan el porcentaje de cada color, y claro, pueden ir desde el 1 hasta el 100.

El CMYK es bastante limitado, no es capaz de reproducir colores como el plata o el oro, ni tampoco genera una gama tan amplia como el RGB. Y algo muy importante que debemos tener en cuenta cuando estemos diseñando es que nuestras pantallas nos están mostrando en color RGB una representación de cómo quedará en CMYK... siempre y cuando le hayamos indicado al software este hecho. De no hacerlo nos podemos encontrar variaciones de color enormes.

Colores Pantone

“Pantone es un sistema de identificación cromática. Es un sistema propietario y se basa en las Guías Pantone”.

Es algo parecido a las cartas de colores que miramos cuando vamos a elegir un color para pintar nuestra casa. **Se utiliza mucho para definir los colores de nuestros logotipos.**



Nuestro día a día

En general nosotros trabajaremos con colores expresados con el sistema **hexadecimal**, que es una forma cómoda de trabajar con colores RGB, para todo lo relacionado con pantallas...

Y utilizaremos colores **CMYK** cuando el producto final vaya a ser impreso para **evitar utilizar colores que en pantalla veremos sin problema, pero que luego no van a poder ser impresos en CMYK**, donde sólo conseguiremos una aproximación que podría llegar a arruinar nuestro trabajo.



Interpretación de los colores

Una vez vista la parte más técnica de los colores, vamos a hablar brevemente de la interpretación que tienen.

Podemos distinguir dos tipos de colores básicos: los cálidos (rojos, naranjas y amarillos) y fríos (azules, verdes y violetas). Además existen elementos psicológicos ligados a los colores. Por ejemplo los azules se consideran colores tranquilos y los rojos temperamentales... Conocer estos conceptos nos será muy útil a la hora de crear nuestros diseños.





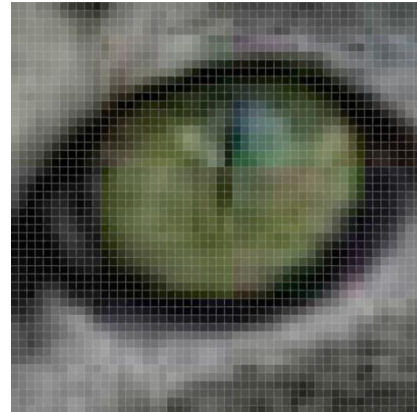
3. IMAGEN

Otro elemento básico del diseño gráfico son las imágenes. También vamos a comenzar por hablar de la parte más técnica de las mismas:

Imagen mapa de bits

Imagen compuesta por puntos (píxeles), y tienen una resolución limitada. Un ejemplo perfecto de imágenes en mapa de bits son las fotografías digitales que realizamos (más adelante hay un apartado expreso sobre fotografía, composición y diseño gráfico).

- Software: Photoshop, GIMP
- Formatos: JPG, GIF, PNG



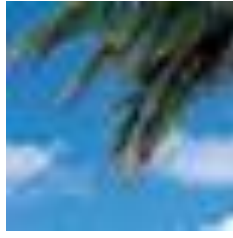
Resolución de las imágenes de mapa de bits

Este concepto a veces nos resulta complicado, pero es muy importante tenerlo claro: la resolución es el número de píxeles por unidad de longitud. Habitualmente se expresan en puntos por pulgada (ppp).

Resolución para pantallas

72 ppp

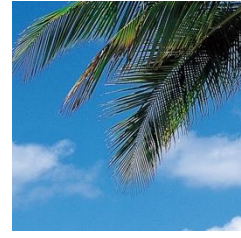
x 4



Resolución para impresión

300 ppp

x 4



Vamos a pasar a ver los formatos más habituales para las imágenes en mapa de bits:

Formatos de imagen: JPG

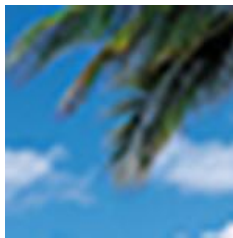
JPEG es el más usado no sólo en Internet sino también para impresión. La mayor ventaja que tiene es su **capacidad de compresión**, que puede llegar a valores tan altos como 100:1. Y **soporta RGB y CMYK**.

Cuando vamos a guardar el archivo podemos seleccionar la compresión: a más compresión menor peso (tamaño del archivo) y más pérdida de calidad. La pérdida de calidad una vez guardado el archivo es imposible de recuperar.

Poco comprimido = 109 KB

Poco comprimido

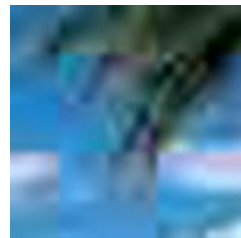
x 4



Muy comprimido = 82 KB

Muy comprimido

x 4



Generalmente cuando vayamos a guardar una imagen en jpg para impresión en papel indicaremos "máxima calidad", de esta forma el archivo pesará más pero nos aseguramos una óptima impresión.

Cuando vamos a guardar en jpg una imagen para web debemos ponderar calidad vs peso, para que no tarde demasiado en cargar: normalmente aplicaremos una calidad alta o media. La compresión a baja calidad (o máxima compresión) en general no es bueno utilizarla, empobrece mucho la calidad de la imagen.

Formatos de imagen: GIF

GIF es un formato peculiar: su punto débil es que sólo representa 256 colores. Sus ventajas son que **soporta transparencia y animaciones**. Se utiliza en web para logotipos y es muy utilizado para hacer memes. No lo utilizaremos para impresión, además no soporta CMYK.

JPG (16 millones de colores)

109 KB

x 4



GIF = 256 colores

60 KB

x 4



Formatos de imagen: PNG

PNG **comprime sin pérdida y admite transparencia**. Pero no alcanza una compresión tan alta como JPEG, así que se utiliza para imágenes de no demasiado tamaño con grandes áreas de color plano o con pocas variaciones de color (logotipos, diseños...). No soporta CMYK, así que no es apto para impresión.

Comparación pesos

JPG 109 KB

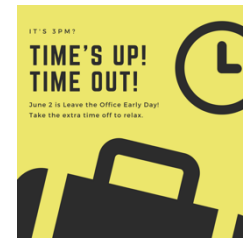
PNG 517 KB



Usos más habituales del PNG

Logotipos

Diseños



Resolución de los dispositivos

Este es otro apartado técnico también muy importante: cada dispositivo en el que pretendamos utilizar una imagen precisa una resolución distinta. **Importantísimo:** en pantallas es necesaria muchísima menos resolución que para imprimir.

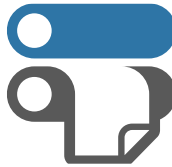
Esto implica que una imagen que se vería estupendamente en pantalla (72ppp) quedaría fatal impresa en un tamaño similar. Sólo podría ser impresa de manera aceptable si la reducimos de tamaño del orden del **75%** (para llegar a los 300ppp).

Por eso muchas imágenes que funcionan perfectamente en web o redes sociales no tienen suficiente resolución para impresión y quedan muy mal. Hay que ir en busca de imágenes que tengan suficiente resolución para el dispositivo de salida que tengamos pensado utilizar.

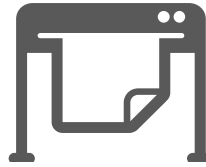
También debemos tener en cuenta que el caso contrario es extremadamente contraproducente: si subimos a nuestra web una imagen a 300ppp las pantallas sólo mostrarán 72ppp, pero la imagen sí habrá sido descargada completa (con todo su peso). Esto ralentiza enormemente la carga de nuestra web, muchísimo más en dispositivos móviles.

Como consecuencia debemos generar imágenes de distintos tamaños y resoluciones para cada dispositivo.

Imprenta:
300ppp



Plóter:
300ppp



Impresión digital:
200ppp



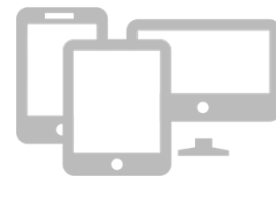
Impresora chorro de tinta:
150ppp



Páginas web:
72ppp



72 ppp (pero soportan
más resoluciones)



La resolución de pantalla estándar es de 72ppp, pero ahora muchas pantallas (sobre todo de smartphones) tienen muchísima más resolución. La solución que se va implementando poco a poco es que el **CMS** de nuestra web tiene distintas copias de la imagen a distintas resoluciones y sirve la que precisa el dispositivo... pero esto todavía no está generalizado.

Imagen vectorial

Este es un formato poco conocido fuera del entorno del diseño gráfico, pero es extremadamente importante. Básicamente se trata de una descripción matemática de las formas. Tiene muy poco peso, y una resolución infinita.

- Software: Illustrator, Corel Draw, Affinity Designer, Inkscape
- Formatos: EPS, SVG

Gráfico vectorial

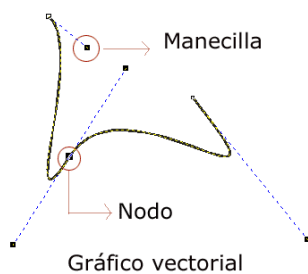
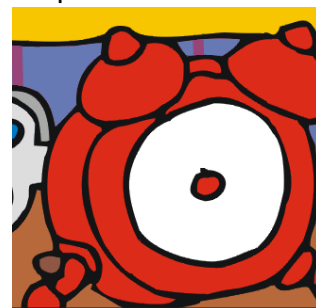


Imagen vectorial



Ampliación



“Una imagen vectorial está formada por objetos geométricos con atributos de forma, posición, etc. Por ejemplo un círculo de color rojo quedaría definido por la posición de su centro, su radio, el grosor de línea y su color.”

Al ser una descripción matemática, la resolución no le afecta. Si creamos nuestro logotipo como vector no habrá problema en imprimirlo en unas tarjetas o en una lona que cubra un edificio. Además, su peso es mucho menor (aunque tiene mucha importancia la complejidad de la imagen).



Peso en formato vectorial:
109 KB.



Peso en formato vectorial:
445 bytes.

Aquí conviene señalar que desde el software de diseño vectorial se puede exportar a todo tipo de formatos de mapa de bits: ese es su gran potencial. Siguiendo con el ejemplo del logo de nuestra entidad: si lo tenemos como vector lo podremos exportar a distintos tamaños y resoluciones como JPG, como PNG con transparencia, etc...

Formatos de imagen vectorial

- SVG: es el formato para web, aunque es relativamente nuevo, pero [todas las versiones actuales de los navegadores lo soportan](#).
- EPS: es el adecuado para impresión.

Trabajar en vectorial

En resumen, y de cara a trabajar haciendo carteles, lo ideal es utilizar software de diseño vectorial tipo Inkscape, Affinity Designer o Adobe Illustrator. Si trabajamos como mapa de bits con software tipo GIMP, Affinity Photo o Adobe Photoshop, con tamaños tan grandes como para un cartel y a una resolución de 300ppp, necesitaremos un ordenador bastante potente...

Otra solución es trabajar en línea con herramientas tipo Canva, que si bien nos ofrecen menos control nos facilitan mucho el trabajo...

Aunque de todo el tema software hablaremos más adelante.

¡Ah! Lo que sí suele resultar muy práctico es que el logotipo de nuestra entidad esté hecho en vectorial. Así podremos exportarlo en SVG para la web, en distintos tamaños y resoluciones como PGN, JPG o GIF, y como EPS para sumarlo a diseños de imprenta.



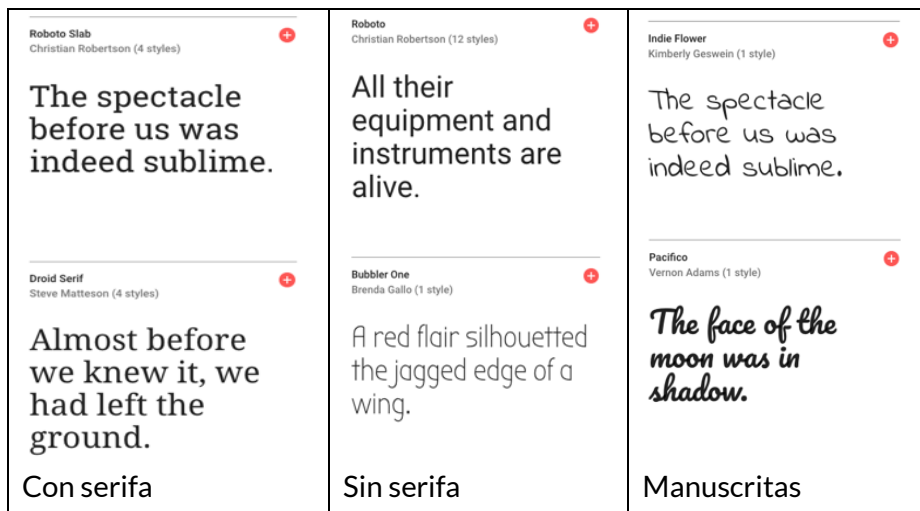
4. TIPOGRAFÍA

La tipografía es uno de los elementos más importantes en el diseño, y habitualmente al que le dedicamos menos tiempo, y quizá el que más nos cuesta combinar.



Vamos a ver algunas características básicas de los tipos de letra, pero es un extenso mundo en el que nos vamos a entretener brevemente en sólo algunos conceptos que nos ayuden a escoger la tipografía ideal para nuestro cartel:

Tipos con serifa y sin serifa



Hay bastantes formas de agrupar los tipos de letra, pero la más básica por su forma son las letras con serifa o remate, y las letras sin serifa o de palo y las “manuscritas”.

Dentro de cada una hay subtipos, pero intentando simplificar: las tipografías con serifa son muy habituales para textos largos impresos: libros y periódicos suelen utilizarlas. Sin embargo en la web los textos largos suelen ir en tipografías de palo.

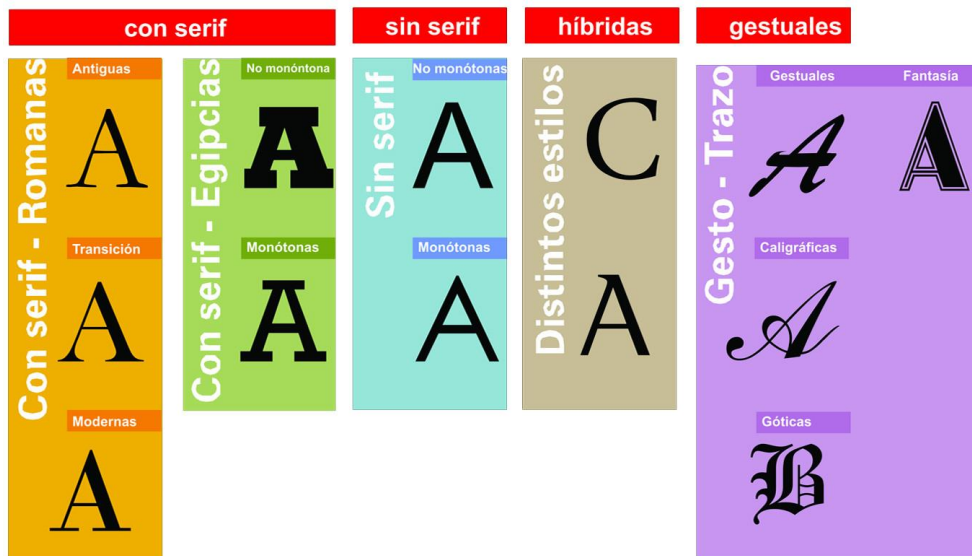
Para titulares suelen utilizarse bastante a menudo las tipografías de palo, aunque no está en absoluto generalizado. No es poco habitual que si se elige una tipografía con serifa para el texto se escoja una de palo para titulares (y viceversa), pero esto no es necesario en absoluto: lo que nunca conviene es que sean tipografías similares.

Las letras manuscritas se utilizan con mucho cuidado: necesitan bastante más tamaño para resultar legibles. Y si las utilizamos para textos largos suelen saturar.

Y en general, para el diseño y haciendo un resumen muy poco riguroso, las letras con serifa suelen considerarse con más estilo que las de palo (esto es enormemente relativo).



Aunque, si os interesa, veréis que el tema da para mucho más:



Peso o grosor

El grosor de la tipografía tiene mucha importancia, y aunque habitualmente estamos acostumbrados a “normal y negrita”, lo cierto es que muchas tipografías tienen una gran variedad de grosores y esto las hace muy versátiles.

Swift
Swift
Swift

Gotham
Gotham
Gotham

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O
P Q R S T U V W X Y Z

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O
P Q R S T U V W X Y Z

Generalizando de nuevo, las tipografías finas se perciben como elegantes, mientras que las gruesas trasladan contundencia y energía.



Anchura

También tenemos distintos anchos en las tipografías. Generalmente las tipografías más anchas la percibimos como más impactantes y las estrechas con más estilo y glamour.

Algo muy importante es que no debemos deformar las tipografías. El software actual permite estrechar o encharnar los tipos de letra: no debemos hacerlo, debemos buscar una tipografía con una relación de ancho que nos convenza.



Cursivas

La tipografía cursiva habitualmente se utiliza para hacer algún tipo de indicación respecto al resto del texto... pero en diseño tienen su propio lenguaje.

imborrable

ADOBE GARAMOND
REGULAR

imborrable

ADOBE GARAMOND
ITÁLICA

imborrable

AVENIR MEDIUM

imborrable

AVENIR MEDIUM
OBLICUA



Por ejemplo suelen implicar dinamismo, movimiento, y según con qué tipo de letra también estilo.

Familia tipográfica

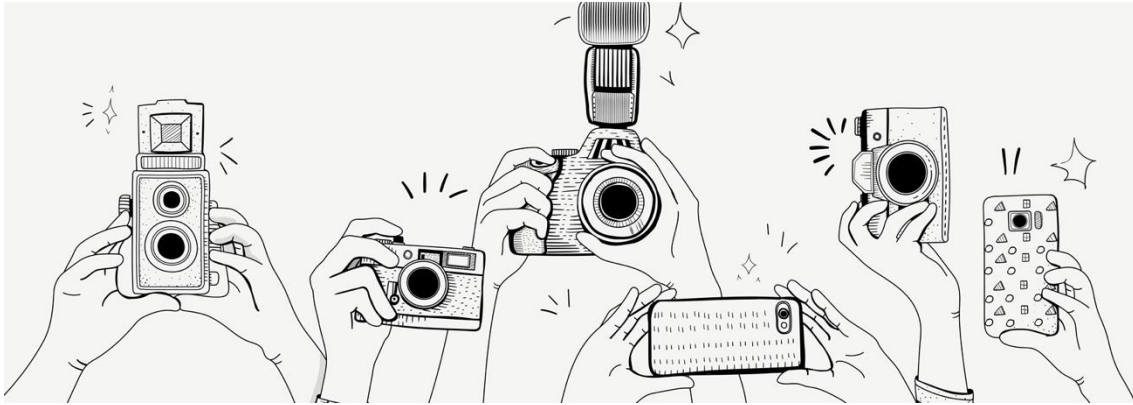
Algo que habitualmente también se desconoce es que las tipografías se agrupan en familias, que son todas las variantes de un mismo tipo. No hay una regla sobre esto: hay familias tipográficas de un sólo tipo, y las hay con infinidad de ellos.

Lo ideal es escoger la tipografía más versátil para la función que deba desarrollar. Si es para un cartel puntual podría tener unos requisitos muy concretos, pero si estamos escogiendo una familia para que sea utilizada como principal en nuestra entidad nos interesa que disponga de suficiente variedad.

Helvetica.	<i>Helvetica.</i>	Helvetica.	Helvetica.
Helvetica.	<i>Helvetica.</i>	Helvetica.	Helvetica.
Helvetica.	Helvetica.	Helvetica.	Helvetica.
<i>Helvetica.</i>	Helvetica.	<i>Helvetica.</i>	Helvetica.
<i>Helvetica.</i>	Helvetica.	Helvetica.	Helvetica.
Helvetica.	<i>Helvetica.</i>	Helvetica.	Helvetica.
Helvetica.	<i>Helvetica.</i>	Helvetica.	Helvetica.
Helvetica.	<i>Helvetica.</i>	Helvetica.	Helvetica.
<i>Helvetica.</i>	Helvetica.	Helvetica.	
<i>Helvetica.</i>	Helvetica.	Helvetica.	
<i>Helvetica.</i>	Helvetica.	Helvetica.	
Helvetica.	Helvetica.	Helvetica.	
Helvetica.	<i>Helvetica.</i>	Helvetica.	
<i>Helvetica.</i>	Helvetica.	Helvetica.	

Recomendaciones para el uso de tipografías

1. No mezclar más de dos familias tipográficas. Máximo 3, y con mucho cuidado.
2. No deformar las tipografías, buscar una familia versátil para el uso que deseemos (estrecha, ancha, etc.).
3. Las tipografías de fantasía suelen tener problemas de lectura y necesitan mucho tamaño (ocupando mucho espacio). Utilízalas de manera muy puntual.



5. FOTOGRAFÍA

Este es un apartado expreso para fotografía desde el punto de vista del diseño gráfico, independientemente de formatos, cámaras, resoluciones.

La imagen es muy importante, y las fotografías podrían considerarse su máximo exponente. Para ilustrar nuestros diseños podemos utilizar fotos de bancos de imagen (disponéis de un listado al final de la documentación), pero se valora mucho más y da más valor y credibilidad a nuestra web, campaña, diseño si utilizamos imágenes reales. Pero esto tiene una complicación añadida: conseguir una buena imagen. Vamos a ver algunas notas a tener en cuenta:

Identifica el centro de interés

Debe ser evidente lo que queremos mostrar en la foto. Y aunque se llame centro de interés, no implica en absoluto que deba estar en el centro de la fotografía ni ocupar la mayor parte de la misma.

Vamos a hablar de algunos recursos para crear composiciones fotográficas, pero recuerda que las reglas están para romperlas: no te sientas limitado por las mismas... y recuerda que también puedes combinarlas.

Rellena el encuadre

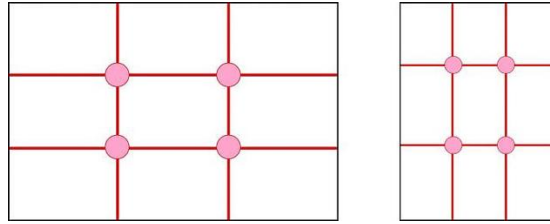
Una opción consiste en hacer que el elemento que queremos destacar ocupe la mayor parte de la imagen. La limitación es que quede en segundo plano el contexto.

Apoyarse en las líneas

Las líneas son un gran recurso en la composición fotográfica. Ayudan a dirigir la mirada de quien contempla la foto hacia donde queremos.

Regla de los tercios

Dividimos mentalmente la imagen en tres tercios tanto horizontal como verticalmente. Los cuatro puntos de intersección son los puntos fuertes. En lugar de colocar el punto de interés en el centro de la imagen podemos ubicarlo en uno de estos cuatro puntos. Esto genera mayor atracción al espectador.



Ley del horizonte

Se desprende de la ley de los tercios. Cuando fotografiamos un horizonte, este debe aparecer en el tercio superior o en el inferior.

Tercios



6 pto



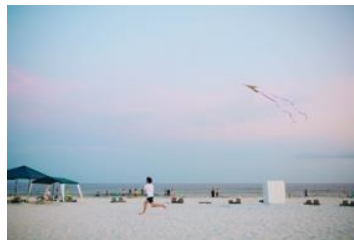
Tercios + líneas



Horizonte + tercios



Horizonte



Líneas



Líneas + Tercios



Tercios



Rellenar encuadre + líneas

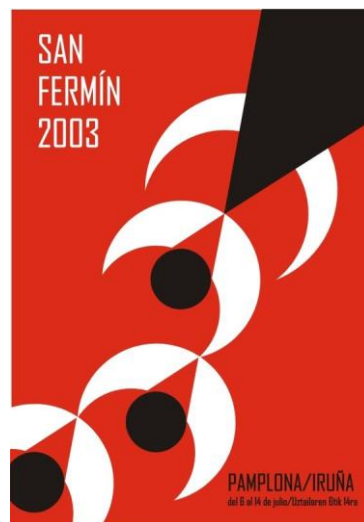




6. INDICACIONES DE DISEÑO

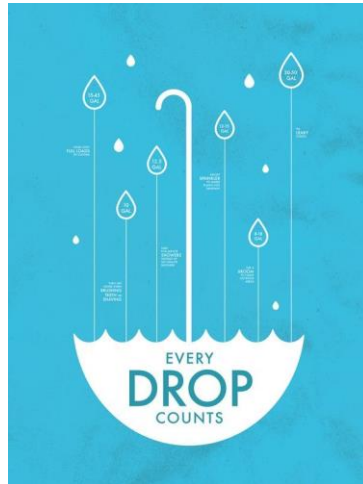
Ahora que hemos visto muchos componentes del diseño gráfico, vamos a **reparar algunas pautas para no meter la pata**.

- Déjate llevar por la imaginación, pero sin perder de vista al destinatario. No tienes que impresionar, tienes que comunicar.
- Comunica, no decores: no es arte. Todo lo que utilices debe servir para comunicar, simplifica.
- Busca un concepto: qué quieres decir y cómo vas a hacerlo. No hacen falta muchos elementos si tienes claro qué quieres decir.

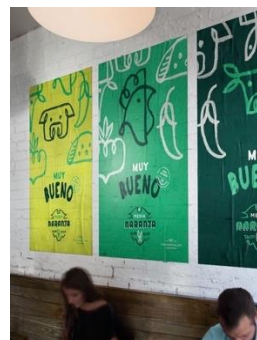


- Busca un lenguaje visual: todas las distintas piezas que compongas tienen que tener una línea común, ser variaciones de determinados conceptos. Puedes apoyarte en figuras geométricas, colores, líneas, etc.
- Escoge los colores (pocos, en la mayoría de ocasiones con dos o tres te bastará) con un propósito.
- Menos es más. Cuanto más sencillo, más directo.

- Trabaja el espacio negativo. Es decir: deja espacios, aire, no rellenes todo el espacio con elementos. Tu mensaje tiene que respirar y ocupar determinada posición en el espacio.



- Dale la misma importancia a la tipografía que a la imagen: busca, compara, prueba. Es un elemento muy importante (recuerda, dos tipos máximo).
- Niveles de lectura: no toda la información debe tener la misma importancia. Selecciona qué contenidos vas a destacar.
- Es preferible usar nuestro propio material gráfico que utilizar las imágenes de un banco de imagen.
- Lo principal: mira muchos diseños. Navega por la web. En la documentación aparecen unas cuantas redes sociales de diseño. La inspiración es fundamental. Yo recomiendo especialmente Pinterest, es generalista pero hay muchos tableros de diseño, podemos seleccionar y guardar los pines preferidos y organizarlos.
- Realiza un boceto siempre. Dibuja pinta y colorea. No seas cool, emborrona y tacha. Escribe ideas locas. Parte de lo imposible.

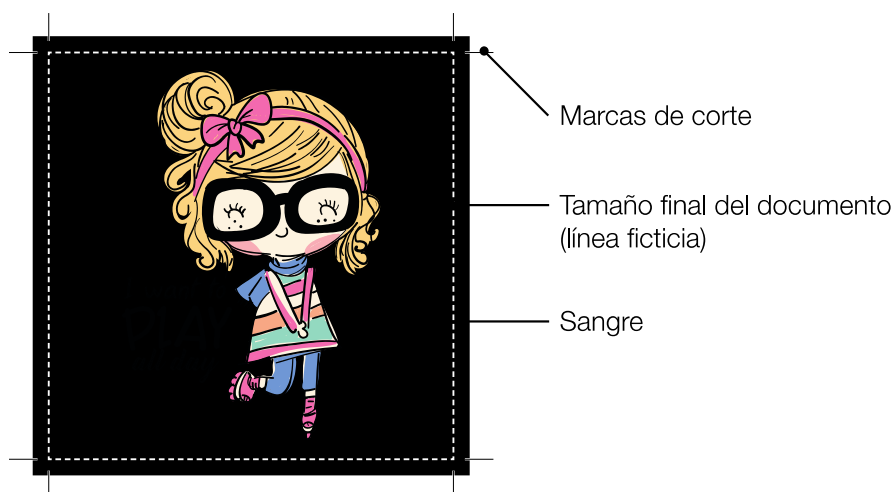




8. PRODUCCIÓN

Hemos visto que hay bastantes cosas que tener en cuenta a la hora de diseñar para impresión: principalmente tamaño y resolución, y también el modo de color (CMYK). Pero hay una más: la sangre o sangrado...

La sangre es un margen exterior que se deja en los trabajos que van impresos hasta los bordes para evitar que quede un margen blanco cuando se guillotina... Todos los diseños que enviemos a imprimir deben llevar sangre.



También decirte que el formato más habitual para enviar documentos a la imprenta es el PDF. Nuestro software de edición muy posiblemente nos permita indicar las sangre y las marcas de corte, y poder exportarlo todo a PDF. Y seguramente nuestra imprenta pueda darnos [algunas indicaciones específicas](#).

Esperamos que todos estos conceptos os ayuden a iniciaros en el diseño gráfico en general, y en la creación de cartelería en particular.

La mayoría de las definiciones proceden de la Wikipedia, donde podéis encontrar mucha información.



BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Color

Calculador de color	w3schools.com/colors/colors_converter.asp
Conversores de color	codebeautify.org/color-tools
Inspiración con ColourLovers	colourlovers.com
Herramienta paletas de color	colors.co
Herramienta Adobe Color	color.adobe.com/es
Más herramientas de color	htmlcolorcodes.com/es/recursos/mejor-paleta-de-colores-generadores
Inspiración con LOLColors	webdesignrankings.com/resources/lolcolors
Psicología del color	es.wikipedia.org/wiki/Psicología_del_color

Vector

FlatIcon: repositorio de iconos	flaticon.com
IcoMoon: repositorio de iconos	icomoon.io
Simple Icons: repositorio de iconos	simpleicons.org
Freepik: vectores y fotografías	freepik.com
Vectorizer: convierte a vector	vectorizer.io

Imagen

Flickr: repositorio de imágenes	flickr.com
Unsplash: banco de imagen	unsplash.com
Pexels: banco de imagen	pexels.com
Freepotos: banco de imagen	freepotos.cc/es
Picjumbo: banco de imagen	picjumbo.com
Pixabay: banco de imagen	pixabay.com/es
Picography: banco de imagen	picography.co
Freepik: banco de imagen y vector	freepik.com
Gratisography: banco de imagen	gratisography.com+
Repositorio de recursos libres	freewebedesignresources.com

Tipografía

Dafont	dafont.com/es
Google Fonts	fonts.google.com
Font Space	fontspace.com
The League of Moveable Type	theleagueofmoveabletype.com
Fontjoy: combina tipos de Google Fonts	fontjoy.com

Herramientas y recursos

Scribus: software libre de maquetación	scribus.net
Gimp: editor de imágenes libre	gimp.org
Manual de Gimp	docs.gimp.org/es
Editor de imagen en línea	freepotos.cc/photo-editor
Sencillo editor de imágenes	online-image-editor.com

Editor de imágenes de Canva	canva.com/es_mx/editor-fotos
Calculadora de resoluciones	pixelcalculator.com
Inkscape: diseño vectorial	inkscape.org/es
Krita: pintura	krita.org/es
Canva: diseño multipropósito	canva.com
Easil: diseño multipropósito	about.easil.com
Visme: infografías y presentaciones	visme.co/es
Easel: infografías	easel.ly
Infogram: gráficos	infogram.com
iLovePDF: trabajo con PDFs	ilovepdf.com/es

Redes sociales de diseño

Dribbble	dribbble.com
DeviantArt	deviantart.com
Behance	behance.net
Pinterest: red social generalista	pinterest.com