

37
20j-



Universidad Nacional Autónoma de México

Escuela Nacional de Artes Plásticas

Un enfoque interdisciplinario en
el diseño de cubiertas de libro

TESIS

que para obtener el título de

Licenciado en Diseño Gráfico

presenta

Luis Manuel Valverde Salvador

Director: Lic. Miguel Ángel Aguilera Aguilar

México, D. F., 1994



SECRETARIA
ACADEMICA
Escuela Nacional de
Artes Plásticas



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*De los diversos instrumentos del hombre, el más
asombroso es, sin duda, el libro.
Los demás son extensiones de su cuerpo.
El microscopio, el telescopio son extensiones de su
vista; el teléfono es extensión de la voz; luego
tenemos el arado y la espada, extensiones de su
brazo. Pero el libro es otra cosa:
El libro es una extensión de la memoria
y de la imaginación.*

Jorge Luis Borges

ÍNDICE

Introducción 4

1. Antecedentes del diseño de cubierta de libro en México 6

- a) El libro es el mismo, la cubierta cambia 7
- b) Renovación del libro mexicano 9
- c) Un nuevo diseño editorial 10
- d) Una escuela mexicana de diseño 11

2. El diseño de cubiertas de libro 14

- a) Qué es una cubierta de libro 14
- b) Metodología del diseño de cubierta de libro 15
- c) La computadora en el diseño de cubierta de libro 18

3. La etapa creativa y la etapa de producción 21

- a) El diseñador controla. Trabaja solo 22
- b) El diseñador interactúa 27
- c) El diseñador coordina 29

4. Conclusión 33

Bibliografía 35

Introducción

El propósito de este trabajo es hacer una reflexión sobre mi experiencia profesional en el diseño de cubiertas de libro, en el cual quiero destacar un rasgo fundamental que pocas veces se valora: la intervención de diversos especialistas en la realización de estos proyectos. La importancia de reflexionar sobre este asunto radica en que las relaciones de trabajo que establece el diseñador constituyen una condicionante para el resultado final: la cubierta.

Además, algunas veces se ha pensado que el diseñador puede trabajar aislado en su escritorio, sin embargo, esto es una visión parcial de la realidad, pues el diseñador no sólo es el creador de imágenes; también tiene que desempeñarse como coordinador de los múltiples factores que intervienen en la elaboración de un diseño de cubierta. Esto se ha dado por la evolución de los sistemas de trabajo y los cambios tecnológicos que determinan la producción de las imágenes.

La tesis que se sostiene es ésta: el diseñador es un punto de relación de un trabajo interdisciplinario, a partir del cual se da la interacción de técnicos y especialistas que hacen posible la concreción de un producto gráfico.

Para tal efecto iniciamos ubicando el diseño de cubiertas en su contexto histórico inmediato en México para establecer cómo se ha llegado a un enfoque visual aún vigente.

Posteriormente se expone la metodología general de diseño con la finalidad de hacer un análisis de cómo se lleva a la

práctica. En este contexto hacemos una exposición detallada de los papeles que juegan tanto el editor, el fotógrafo, el técnico en fotomecánica, etcétera.

El núcleo de la exposición se estructura en tres apartados: El primero consiste en lo referente al trabajo específico del diseñador; el segundo se refiere a la interacción del diseñador con otros especialistas; y el tercero versa sobre cómo el diseñador coordina el trabajo de diversos colaboradores.

Debido a la importancia que en la actualidad reviste el uso de la computadora, en este trabajo se incluye una breve explicación de su aprovechamiento para el diseño de cubiertas. Conviene señalar que este tema por sí mismo podría ser objeto de un estudio más profundo sin embargo la finalidad de nuestra reflexión no exige dicho estudio.

Una parte complementaria e importante de la presente exposición consiste en la proyección de una serie de cubiertas de libro cuyo diseño se realizó de acuerdo con la metodología reseñada.

1. Antecedentes del diseño de cubiertas de libro en México

El libro constituye uno de los más grandes inventos de la humanidad; tan importante, o quizá más, como la rueda, el uso del fuego o el lenguaje mismo.

A lo largo de más de 5 000 años el libro ha formado parte de la historia del ser humano. Sin embargo, debido a la casi nula información existente, el origen del libro se pierde en la antigüedad. Los primeros testimonios datan de fines del siglo IV a. de C., cuando los sumerios inventaron la escritura cuneiforme; ésta fue difundida por asirios y babilonios mediante el soporte de tabletas de arcilla. En otro momento, por el año 3 000 a. de C., los chinos ya utilizaban tablillas de madera para registrar sus producciones literarias. Junto con chinos y sumerios, los antiguos egipcios se encuentran entre los precursores del libro con la invención del rollo de papiro, cuyo ejemplar más viejo conocido hasta ahora data del año 2 400 a. de C. aproximadamente¹.

En el transcurso de la historia, el libro ha sido instrumento para preservar el conocimiento o elemento base del razonamiento para aprender a pensar; también ha servido como fuente de esparcimiento. A pesar de todo ello, en estos tiempos enfrenta la creciente posibilidad de desaparecer por el brutal avance de la cibernética aplicada en la producción y procesamiento de datos, lo cual ha permitido que la información contenida en gran número de libros se almacene en un simple disco compacto; pero tal posibilidad es aún remota, el

¹ Svend, Dahl. *Historia del libro*, pp. 11-19.

libro se mantiene milagrosamente entre lo imprescindible de nuestra existencia.

a) El libro es el mismo, la cubierta cambia

A pesar de su larga historia, en esencia el libro sigue siendo el mismo: es el soporte del lenguaje escrito; es el puente donde transitan escritor y lector para establecer el diálogo. Sin embargo, sus cualidades visuales y materiales han cambiado notablemente con el paso del tiempo, principalmente desde el siglo XV, época en que Johann Gensfleisch Gutenberg realizó la primera impresión de un libro con tipos móviles fundidos en metal: la Biblia de 42 líneas².

El elemento que ha sufrido una mayor transformación ha sido la cubierta o primera de forros*. Éste es un hecho relevante, puesto que por medio de ella se establece el primer contacto visual con el libro. Es la puerta de entrada que en un instante proporciona una visión del contenido. La importancia de este elemento radica en tres factores que justifican la intervención de un especialista, como el diseñador gráfico, en el proceso de su creación.

El primer factor consiste en la influencia de la cubierta para la venta del libro. Esto sucede dentro de un mercado editorial, donde predominan los libros de divulgación de nivel intermedio en el que todos compiten entre sí para posicionarse en ese mercado; en este contexto la cubierta constituye un elemento promocional para captar la atención del distraído público. Esto

² Idem, p. 95.

* En general existe una confusión entre los conceptos de portada y cubierta, el público no especializado llama portada a lo que técnicamente es la cubierta: ésta es la parte frontal del forro, por lo que también es correcto llamarle primera de forros. La verdadera portada siempre aparece en la página 5 de los interiores y en ella se presenta el título completo de la obra, subtítulo si lo hay, el nombre del autor, nombre y logotipo de la editorial, lugar donde la editorial se halla establecida y el año de publicación (ver Zavala Ruiz, El libro y sus orillas).

es importante en un país como el nuestro con poco interés por la lectura de libros de divulgación, donde existen sólo 500 librerías en una superficie de 2 millones de km² y una población de más de 82 millones de habitantes con una mayoría de jóvenes que estudian o trabajan. Por otro lado, en relación con la cubierta, se presenta una situación contradictoria, pues mientras más especializada es la obra, menor la necesidad del diseño de cubierta, pero mientras menos especializada es la obra, mayor la necesidad del diseño.

Esto deriva al segundo factor de importancia de la cubierta consistente en el hecho de que para hacerla destacar, el diseñador se basa en la psicología como recurso que le permite utilizar un lenguaje visual con el que el destinatario se pueda identificar. Así es como la imagen se adapta al código visual del receptor para que le resulte significativa.

El tercer factor surge de la tendencia inherente al ser humano hacia lo estético, fundamentada originariamente en la imagen. Recordemos al hombre prehistórico, quien después de inventar la vasija para guardar agua, una vez mitigada su sed, tomó esta vasija y empezó a dibujar sobre ella.

Los tres factores de importancia mencionados anteriormente se retratan históricamente en la evolución de la cubierta de libro de la siguiente manera: En un principio, debido a la inexistente competencia entre los productores de libros y el escaso número de lectores y, sobre todo, por los recursos técnicos disponibles, la cubierta no tenía la importancia ni las funciones que se le dan actualmente. Más adelante, en el caso de los libros encuadernados, el primer elemento que se incorporó fue de motivo ornamental logrando un desarrollo excepcional en la estética de la cubierta, basado en las técnicas del grabado. Posteriormente el elemento tipográfico empezó a aparecer incluyendo el título, el sello del impresor y el nombre del autor junto con una ilustración de carácter decorativo o simbólico o alusiva al texto. Esta práctica se

popularizó entre los editores quienes reconocieron la capacidad del juego visual que presenta la cubierta para incidir en el interés del público³.

Desde su origen, el enfoque visual se ha mantenido hasta la actualidad con las transformaciones producidas por el desarrollo de las técnicas de impresión.

b) Renovación del libro mexicano

Concretamente en México los antecedentes inmediatos del diseño de cubiertas de libro se encuentran en el periodo posrevolucionario. En esta etapa la producción editorial recibió un gran impulso debido sobre todo al afán de reactivar el desarrollo de la cultura mexicana frenado por el proceso revolucionario⁴.

A partir de los años veinte, los artistas mexicanos empezaron a participar en la naciente industria gráfica de nuestro país, mediante la aplicación de sus ideas plásticas en los talleres de impresión. Su intención fue renovar el libro mexicano con los recursos del lenguaje visual y con la adaptación de los conceptos funcionales, constructivos y abstractos de las vanguardias artísticas europeas; todo esto desembocó en un estilo nacional llamado Estridentismo que fue un movimiento plástico y literario que promovió un mexicanismo basado en los modelos antiguos, en la evocación de las artes populares, indígenas y prehispánicas, aplicado a partir del orden del constructivismo, al uso de la letra como elemento plástico del dadaísmo, la abstracción tridimensional del cubismo, y las aspiraciones de Williams Morris y la bauhaus para unificar el arte y la vida, el arte y la artesanía, el arte y la industria. Asimismo se aprovecharon al máximo los recursos técnicos que ofrecían los sistemas de impresión, especialmente la com-

³ Idem, p. 240.

⁴ Medina, Cuauhtémoc, *Diseño antes del diseño*, p. 15.

posición tipográfica y las técnicas gráficas como el grabado, sobre todo la xilografía, para aplicarlas en la ilustración de la cubierta y los interiores.

c) Un nuevo diseño editorial

Artistas como Gabriel Fernández Ledesma y Francisco Díaz de León están entre los principales impulsores de este cambio con la aplicación de los aspectos citados en la producción editorial. Particularmente en la proyectación de las cubiertas de libro, desarrollaron una composición basada en la pulcritud y el orden con una clara búsqueda del equilibrio clásico; lograron además la integración total entre texto e imagen.

Esta tendencia estética presenta además un claro enfoque funcional por la estrecha relación entre su carácter visual basado en motivos netamente mexicanos y el contenido social de tales ediciones.

Dicha tendencia se ve incrementada por la participación de los artistas españoles exiliados, que rápidamente se integraron a la industria editorial del país. Entre los más destacados en ese momento figuran los pintores Josep Renau y Miguel Prieto. Aunque el primero se dedicó principalmente a crear los carteles de la época de oro del cine mexicano, lo mencionamos aquí por sus excelentes acabados en los montajes y el uso del aerógrafo, técnicas que posteriormente fueron retomadas para aplicarlas en el diseño de las cubiertas de libro.

A Miguel Prieto le debemos un desarrollo importantísimo de la composición tipográfica en el campo del diseño editorial. Entre los años 1940-50 fue el diseñador más importante de la prensa cultural en México. La producción principal de este artista se encuentra en sus diseños del suplemento dominical *México en la cultura* del periódico *Novedades* y en el departamento de ediciones del recién creado INBA⁵.

⁵ Idem, p. 34.

Aunque el trabajo de Miguel Prieto se desarrolló casi de manera exclusiva en el diseño de periódicos y revistas, también participó en el diseño de libros. En sus trabajos encontramos el mismo estilo gráfico, basado en la composición geométrica, la cual fue considerada como un problema de estructuración del lenguaje plástico, es decir, la página y la cubierta se resuelven de la misma manera que se resuelve una pintura; con esto consiguió diseños de gran expresividad y vigor. La relación figura-fondo hace emerger la imagen fotográfica y la integra a la vez con la mancha tipográfica cuyo desarrollo a través de la página presenta elegantes y atrevidos ritmos visuales dentro de un equilibrio total que mantiene una relación directa con las proporciones del formato. En el surgimiento del diseño editorial de nuestro país, Miguel Prieto, posiblemente influido por Fernández Ledesma y Díaz de León, es el precursor del uso de diversas fuentes tipográficas en el mismo diseño, con preferencia por los tipos alargados que combinan trazos gruesos y delgados, el uso de fotografías rebasadas, la distribución del texto siguiendo la orilla de la silueta de la imagen o el uso de la línea para dividir la caja tipográfica, cortar textos y rodear las fotos.

d) Una escuela mexicana de diseño

El continuador de esta importante producción es sin duda Vicente Rojo, otro exiliado español, quien fue discípulo de Prieto cuando trabajó con éste en el diseño del suplemento cultural de *Novedades*⁶.

Mucho del estilo del maestro está presente en el alumno; tal influencia se refleja en el hecho de que Rojo es considerado el creador de una escuela mexicana de diseño editorial. En la actualidad, Rojo desarrolla una intensa labor tendiente a crear trabajos de una excelente calidad.

Es notable su producción de revistas, carteles, periódicos, pro-

⁶ "Vicente Rojo, trayectoria de un diseñador gráfico", pp. 23-26.

gramas, etcétera, pero sobre todo destaca en el diseño de libros tanto de interiores como cubiertas, en los que establece nuevas armonías visuales que modifican el acercamiento a la lectura. Todo esto desde su intervención en la Imprenta Madero, la editorial Era y su trabajo independiente para las principales instituciones culturales del país.

Uno de los más relevantes aciertos de Vicente Rojo ha sido el óptimo aprovechamiento de los limitados recursos técnicos que se manejan, casi siempre, en los proyectos culturales debido al escaso presupuesto. Por otro lado podemos decir que en sus tratamientos tipográficos siempre logra composiciones que destacan las cualidades formales de la letra integrándola así a todo el conjunto. En cuanto a la imagen ha desarrollado un complejo código visual a partir del collage y el fotomontaje, con el uso de elementos muy cotidianos que, por separado, pueden tener un limitado valor semántico, pero en el momento de ser combinados entre sí ya no son los mismos, sino que adquieren una inusitada fuerza expresiva. Todo esto aunado a nuevas relaciones cromáticas que refuerzan la identificación de los elementos ubicándolos perfectamente según su importancia en el plano visual.

De esta manera Vicente Rojo es el último eslabón en el desarrollo de una nueva estética en la producción editorial mexicana, iniciada en la primera mitad de este siglo.

Mientras que los antecedentes de la nueva escuela de diseño se ubican en el movimiento estridentista, su consolidación viene a darse en lo que se ha llamado el posmodernismo. Así el trabajo de Vicente Rojo coincide con los conceptos expresados por Alejandro Cruz en su definición del diseño posmoderno: "La tendencia del diseño actual se basa en el rescate de los elementos visuales. Es ecléctico por la referencia a estilos como el surrealismo, constructivismo y futurismo. En el diseño posmoderno se experimenta con la tipografía, sus espaciamientos, su peso y tamaño, con las palabras, los blancos y negros, cambios de color en los textos, etcétera.

Tenemos también el uso del recurso del collage con elementos fotográficos, grabados, fotomontajes, recortes de periódicos y revistas, viñetas antiguas, etcétera.

El diseño posmoderno se caracteriza por el manejo de los elementos gráficos utilizados como pictóricos; es decir, es la descomposición de los elementos básicos de la comunicación en el diseño, para experimentar ahora con ellos y provocar su valor (...) habría que decir que el uso tipográfico se vuelve en sí la composición, ya que, estéticamente, la tipografía que atrae al ojo hace uso de los mismos principios de diseño que se encuentran dentro de cualquier obra de arte⁷.

⁷ Cruz, Alejandro, *El postoficio de la modernidad*, pp. 79-80.

2. El diseño de cubiertas de libro

El diseño de la cubierta forma parte del proceso editorial y, por lo general, empieza cuando va muy avanzada la producción, de los interiores, cuando el texto ya ha entrado en la etapa de correcciones tipográficas, que por cierto pasa por un proceso más largo y complejo que aquél.

a) Qué es una cubierta

La cubierta de libro es un preámbulo al texto; es la mejor concreción visual del lenguaje verbal, pues se puede crear una imagen a partir de cualquier otro escrito, pero no estará en el nivel de la imagen creada para el libro, donde la palabra encuentra su máximo poder de expresión y su mayor desarrollo. He aquí la verdadera razón de la cubierta y más aún la dimensión de la responsabilidad del diseñador frente al libro y frente al lector.

Cuando el diseñador entiende la magnitud del lenguaje escrito que se presenta en el libro, sabe que no puede proyectar una cubierta que simplemente repita visualmente el contenido. Tampoco puede proyectar una cubierta totalmente ajena o que compita contra las ideas del autor. Lo que sí puede hacer el diseñador es buscar un discurso visual paralelo al contenido literario, discurso basado en el contexto de la obra y que, a la vez, se maneje con cierta libertad con la intención de constituir un complemento significativo para el lector.

Con tal concepción, el diseñador aborda el problema de la

cubierta considerando, además, un factor necesario y consecuente con la industria que produce el libro: La cubierta debe ser un auxiliar para la venta, por lo tanto, se debe trabajar con imágenes que resulten atractivas y encuentren consumidores.

Acerca de las funciones de la cubierta, Reinhard Schubert⁸ propone las siguientes:

- Función orientadora.
 - Expresar algo del contenido.
 - Transmitir el carácter del libro.
 - Transmitir su vinculación con una serie o colección.
 - Ser representativo de la política de la editorial.
 - Ilustrar el título.
- Función publicitaria.
 - Llamar la atención sobre el libro.
 - Ofrecer un estímulo para la compra.
- Función estética.
 - Hacer que el libro se vea bien.
 - Ser propiamente una obra de arte.
- Función protectora.
 - Proteger el libro.

c) Metodología del diseño de cubierta de libro

A continuación presentamos el problema de diseño de cubiertas de libro desde una perspectiva teórica, haciendo referencia a una metodología general de diseño planteada por Bruno Munari en su libro *Diseño y comunicación visual* con el fin de que nos sirva de punto de partida para el desarrollo del si-

⁸ Schubert, Reinhard. *Diseño de libros*, p. 29.

guiente apartado, en el que se expone el proceso de diseño de cubiertas de libro en el contexto profesional donde se da una continuidad entre el enfoque teórico de esta parte y su aplicación directa a problemas reales de diseño en un contexto eminentemente pragmático.

Según Munari en el campo del diseño es normal el uso de toda clase de materiales y técnicas, debido a esto, es necesario que el diseñador sistematice su trabajo mediante una metodología que le permita elegir la técnica y el material adecuados siguiendo un proceso que asegure la correspondencia entre forma y función, de tal manera que junto con el valor artístico del objeto de diseño, se desarrolle una solución funcional para todos sus componentes; entre ellos el económico y la relación con el usuario.

De entre las varias posibilidades que presentan los métodos de diseño se eligen los aspectos de coincidencia para elaborar una metodología general que presente flexibilidad con el fin de aplicarla en el área del diseño editorial, de tal manera que nos guíe en la sucesión de cada etapa y nos marque los tiempos de ejecución en este proceso.

- *Enunciación del problema*

Por lo general, el problema le es indicado al diseñador por la industria y no al contrario. El problema debe estar bien definido o en todo caso se deberá hacer una exacta definición del mismo. De esta manera se tendrá la claridad suficiente para evitar desviaciones en el trabajo.

- *Identificación de los aspectos y las funciones*

El problema se aborda desde dos aspectos fundamentales: el físico y el psicológico. El fundamento físico se refiere a la forma que ha de tener el objeto de diseño, y el fundamento psicológico se refiere a la relación entre el objeto y el usuario.

En el aspecto físico se hace un análisis técnico y económico que permita sentar lineamientos aplicables al diseño. En el aspecto psicológico se hace un análisis cultural, histórico y geográfico para ubicar al objeto en el contexto real del usuario.

De esta información se obtienen datos que permiten establecer elementos de juicio aplicables en las situaciones donde se presenta el mismo problema de diseño.

- *Límites*

Se realiza una investigación sobre exigencias del mercado que definen las condiciones de uso, las restricciones del objeto, los colores, las formas, su durabilidad, etcétera. Las decisiones en el diseño deberán ajustarse a estos límites.

- *Disponibilidad tecnológica*

Se determinan los materiales y técnicas más adecuados para la reproducción del objeto de diseño con el fin de lograr el mejor resultado al menor costo.

- *Creatividad*

Ésta es consecuencia inmediata de la síntesis de la información obtenida anteriormente. El diseñador no puede saber qué va a proyectar hasta que ha cubierto todos los pasos anteriores. Es entonces cuando empieza la búsqueda de la solución más adecuada para lograr la fusión de todos los componentes con un tratamiento de la forma que logre un acabado estético.

- *Modelos*

De esta síntesis creativa resultan las propuestas que son so-

medidas a un proceso de corrección y selección para que finalmente el diseñador defina cuál es la propuesta más adecuada y se inicie la fase de producción. En la siguiente página se presenta el diagrama de flujo que desarrolla el proceso de diseño de una cubierta de libro basado en la metodología expuesta anteriormente.

c) La computadora en el diseño de cubierta de libro

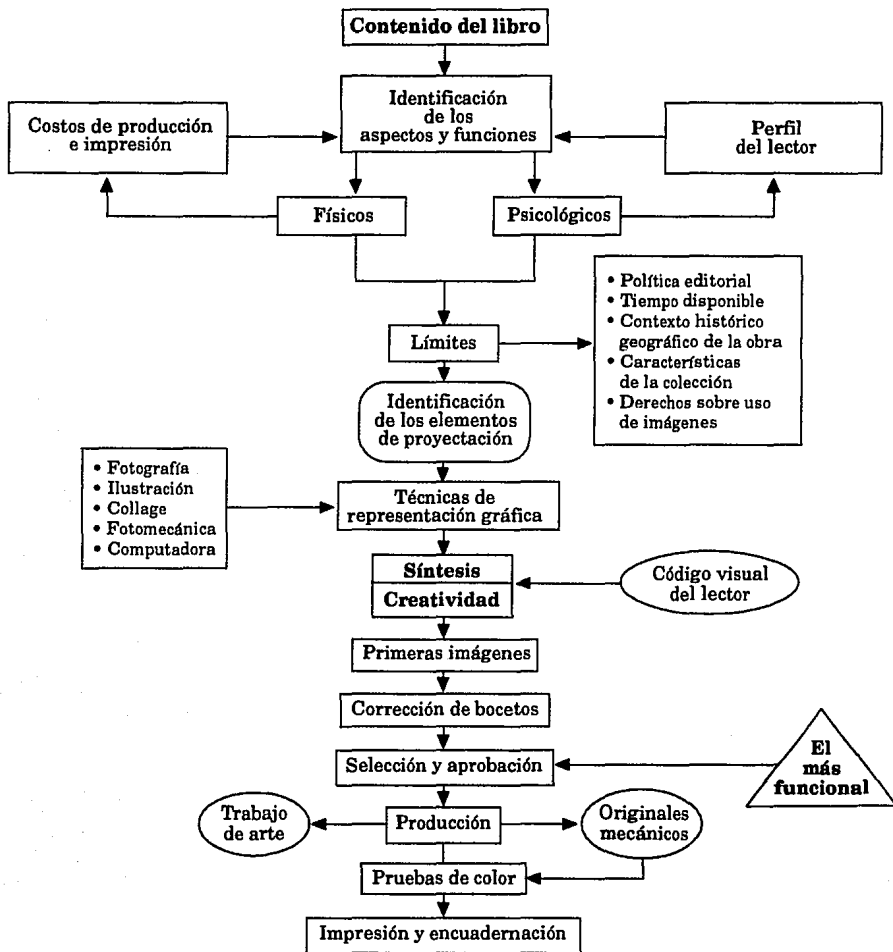
Aprovechar la capacidad de la computadora implica una transformación de los sistemas tradicionales de trabajo empleado en las editoriales; en la actualidad el diseño de una cubierta se puede realizar por completo en una computadora; sin embargo, en muchos lugares se conservan los sistemas tradicionales; sólo se resuelven en pantalla algunos aspectos de este proceso.

Es deseable que esta tecnología se aplique de manera generalizada por los beneficios en cuanto tiempo y costos, pues por el avance de los sistemas de cómputo, se cuenta con equipos altamente eficientes aplicables en el campo de la producción editorial, que están dotados de gran velocidad de procesamiento y elevada capacidad de almacenamiento de información, además de la gran variedad de periféricos que simplifican el trabajo del diseñador; por ejemplo, digitalizadores de texto e imágenes, discos ópticos y discos duros removibles, lápices electrónicos que permiten digitalizar un dibujo en el mismo momento que se realiza a mano alzada.

Básicamente por medio del uso de las microcomputadoras se resuelve la parte creativa del diseño, tanto en imagen como en color, la composición tipográfica y las primeras fases del proceso de producción.

Todo esto se puede realizar fácilmente, pues existe un programa para cada necesidad, desde un simple procesador de textos hasta un complejo programa para retoque de fotografías. Para diagramar y hacer tipografía, existen el Page Maker y el

Metodología de diseño de cubierta de libro



QuarkXpress principalmente; para crear imágenes y resolver el uso del color, Illustrator y Free Hand; existen programas para cualquier clase de procesamiento de imágenes previamente digitalizadas; un ejemplo de éstos es el Photoshop. Estos programas permiten realizar dummies de presentación y originales mecánicos.

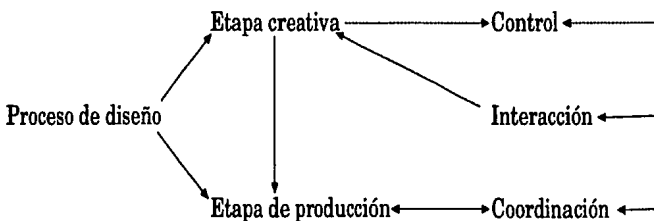
Con estos sistemas se puede dar salida en impresoras láser de alta y baja resolución, en blanco y negro y a color; en procesadoras como la Linotronic con impresiones en papel fotográfico o película.

Las ventajas del uso de la computadora en este campo son tan amplias que permiten sustituir por completo el trabajo del fotolito.

3. La etapa creativa y la etapa de producción

A continuación describimos el proceso de diseño que sigue la cubierta de libro desarrollado dentro de una editorial. Para tal efecto lo dividimos en dos etapas: la creativa y la de producción. En la primera el diseñador trabaja solo resolviendo el problema de la imagen, el cual es exclusivamente de su responsabilidad. Sin embargo, sus decisiones están condicionadas por la política editorial y las características de la colección a la que pertenece la obra en cuestión, lo que determina los aspectos técnicos como el formato, el estilo de la imagen, su composición respecto a la tipografía y el número de tintas; otras condicionantes son la intervención del autor y el editor, las características del receptor y el tiempo disponible.

Cuando el diseñador ha resuelto la imagen a nivel de boceto, inicia la etapa de producción, donde se materializa la labor creativa con la intervención de otros especialistas y colaboradores, con los cuales el diseñador mantendrá una relación de interacción y de coordinación. Este proceso se resume en el siguiente cuadro sinóptico:



a) El diseñador controla. Trabaja solo

El primer encuentro entre el diseñador y el futuro libro se da cuando el original manuscrito cae en sus manos. En ese momento empieza la etapa creativa de un proceso interno de producción.

El paso inicial consiste en leer el material; el diseñador realiza una lectura para tener claras las propuestas del autor, debe buscar una visión global de la obra, de tal manera que consulta el índice y realiza una lectura de la introducción y de las conclusiones, además de dar una lectura a saltos de los principales capítulos. Todo esto tomando notas.

Salvo algunos casos excepcionales, nunca se lee la obra completa por dos razones: la primera es el poco tiempo disponible para resolver el diseño de la imagen. Es normal trabajar con varias portadas a la vez. La segunda razón es que el material proporcionado debe regresar a la brevedad al área editorial para que se prosiga la elaboración de los interiores. Mediante la lectura del manuscrito, el diseñador intenta una concreción del discurso del autor para transformar las ideas y conceptos en imágenes. La visualización se da en un proceso inverso a la concreción, puesto que se llega a la expansión de un discurso visual creado por el diseñador.

En algunas ocasiones, los editores o autores intervienen con ideas sobre la imagen de la cubierta o envían fotografías. En estos casos el diseñador considera la viabilidad de la imagen sugerida y la adapta a su propia idea; si esto no funciona, la descarta definitivamente.

La fase de visualización es un periodo de búsqueda, ensayo y error que siempre se da con una intención bien definida.

Para explicar mejor el proceso de visualización, lo dividiremos en cuatro partes: la referente a la imagen, a la tipografía, al color y la composición.

• *Imagen*

En este momento introspectivo frente al espacio blanco y vacío del papel, el diseñador pone en juego toda su capacidad creativa. Dispone de un número infinito de elementos visuales a los que siempre puede recurrir. El proceso creativo pasa por dos momentos: el primero se da cuando el diseñador elige sólo unos cuantos de los muchos elementos que puede tener en mente y sólo se queda con los que pueden dar como resultado una metáfora visual de los conceptos extraídos del manuscrito. Todo esto constituye la fase de selección.

El segundo momento principia cuando el diseñador combina los elementos seleccionados, al mismo tiempo que realiza sus trazos en el papel o en la pantalla de una computadora; así surge la composición donde cada elemento se interrelaciona con todos los demás para lograr un todo estructurado cargado de un significado. Ésta es la fase de combinación⁹.

Además de todo esto, el diseñador piensa en la relación dialéctica que se puede dar entre título e imagen. Considera también otros aspectos como el formato de la portada, las características de la colección y las posibilidades de producción de la imagen como la fotografía o la ilustración.

Por lo regular los bocetos son realizados en un formato menor que el definitivo, aunque con las mismas proporciones para que al pasar la imagen del boceto al original simplemente crecerá sin sufrir variaciones en su composición.

• *La tipografía*

En el boceto el diseñador resuelve la imagen y la distribución de la tipografía junto con el logotipo editorial buscando una relación basada en la armonía, el equilibrio y el orden.

⁹ Llovet, Jordi. *Ideología y metodología del diseño*.

Por lo tanto, la distribución tipográfica se integra a la imagen o es parte de la imagen total. Entonces es necesario considerar las cualidades de la forma de la letra, de la palabra y del texto completo independientemente de su significado verbal.

Es necesario manejar jerarquías en el texto, por lo que a veces se destaca el autor y otras ocasiones se destaca el título. Los recursos más frecuentes para controlar estas jerarquías son variaciones de tamaño, de color, de posición, distintas fuentes, variaciones de grosor, etc.

Siempre se busca que el tamaño y color de la tipografía sean adecuados para lograr una fácil legibilidad.

- *El color*

El elemento que determina las relaciones de color en la cubierta es la imagen, todo lo demás se subordina a aquélla. Cuando la imagen se ubica en un espacio de la portada, hay que considerar el color de fondo que está definido por las características de la colección a la que pertenece la obra, de tal manera que la relación de color entre ambas sea armónica. En los casos donde el fondo es blanco o la imagen va rebasada, es posible resolver más libremente los aspectos del color.

La resolución cromática más sencilla e inmediata es aquella que conserva los colores originales de las imágenes cuando éstas son objetos reales. En estos casos sólo es necesario que la toma fotográfica no altere estos colores.

El trabajo se complica cuando la imagen original es en blanco y negro o cuando es necesario cambiar el color.

Los recursos más frecuentes para resolver el color en estos casos se describen a continuación:

- a) Aplicar color en una copia fotográfica de la imagen con acuarela, lápiz de color, aerógrafo, gouache.

- b) Fotografiar la imagen aplicándole una luz de color.
- c) Sobre un original de línea o medio tono, resolver el color con recursos de fotomecánica.

Para cualquier caso, es necesario realizar pruebas de color en la fase de visualización.

La aplicación de color en la tipografía tiene un carácter funcional, pues éste es un factor determinante para que aquella se destaque perfectamente sobre el fondo, en especial cuando la tipografía se imprime sobre la imagen para lo cual se buscan colores contrastantes en las guías de color como el harmony color, la guía pantone y el atlas de los colores.

Sin la computadora, las pruebas de color para tipografía no eran del todo confiables, pues se realizaban con lápices de color, gouache y fotocopias, lo cual significaba una gran inversión de tiempo, además su aspecto real sólo se podía apreciar hasta que se tenían las pruebas de roll y cromalines partir de los negativos. Si los resultados no eran favorables, se debía repetir el proceso de fotomecánica, lo que incrementaba el costo de producción. Actualmente el color se resuelve en la computadora con la ventaja de apreciar en la pantalla las relaciones cromáticas entre la letra y el fondo; también se pueden hacer todos los cambios o pruebas necesarias con la misma gama de colores utilizada por el impresor según la guía pantone, ya sea para proceso de selección o de separación de color, lo que permite asegurar una adecuada legibilidad y un mejor control en la reproducción de los colores.

La imagen, la tipografía y el color en la etapa creativa de la cubierta de libro se han expuesto por separado para lograr más claridad, pero en realidad se resuelven al mismo tiempo en los bocetos del diseñador.

• *La composición*

El problema de la composición en el diseño editorial y por

extensión en el diseño de cubiertas de libro se resuelve de la misma manera en que se resuelve una pintura. La composición es la misma en el diseño editorial y en las artes plásticas, tal vez en el arte en general.

Las reglas de composición en el diseño editorial se basan en el arte y en más de quinientos años de práctica de las artes gráficas. "La composición correcta y eficaz depende de cada uno de los detalles, se consigue con la justa relación de todos los componentes compensando la distinta energía de los trazos y el peso diverso de las masas"¹⁰.

En toda composición el ojo siempre busca el equilibrio, es decir, la unidad o relación del todo con las partes. Por medio de la composición estructurada se logra la armonía, la proporción y el ritmo entre los elementos y su relación con el marco que los contiene. "El espacio de la cubierta es considerado conscientemente como problema plástico. El ojo del espectador es guiado con una certeza infalible a las formas esenciales y sus relaciones"¹¹.

En este proceso de composición se "aprovechan las fuerzas espaciales en el plano pictórico y sus leyes de organización inherentes al proceso de percepción visual"¹².

Por lo regular en el proceso interno se elaboran bocetos rough para presentarlos al encargado del departamento de diseño, sin embargo, cuando es necesario tener la aprobación del autor se realiza un dummy que le permita apreciar la cubierta como se verá una vez impresa.

Con las ideas que puede tener el diseñador elabora dos bocetos rough que presenta para ser analizados, discutidos y, en su caso, corregidos y poder elegir uno de ellos. Cuando el boceto es aprobado termina el trabajo individual del diseñador.

¹⁰ Martín, Euniciano, *La composición en artes gráficas*, t. 2, p. 61.

¹¹ Kepes, Gyorgy, *El lenguaje de la visión*, p. 162.

¹² Idem, p.156.

dor y también la etapa creativa, pero continúa el proceso interno. En adelante vendrá la concreción del proyecto y el inicio de la etapa de producción donde el diseñador se relaciona con otros colaboradores.

El paso inmediato al término y aprobación del los bocetos es determinar cuál es el medio más adecuado para producir la imagen, lo cual incidirá directamente en el impacto visual que se proyecta desde el boceto. Estos medios son la ilustración, la fotografía, el collage, la reproducción de otras imágenes o el uso de recursos de fotomecánica.

b) El diseñador interactúa

En esta sección ubicamos las relaciones que sostiene el diseñador con diversos especialistas que se van a reflejar en el desarrollo de su trabajo individual y con las relaciones de otros colaboradores que el diseñador coordina. Éstas serán comentadas más adelante.

• *El editor*

La relación diseñador editor es de carácter operativo, puesto que éste es un canal de información sobre el tema de la obra y sobre aspectos técnicos como el formato, el número de páginas, la encuadernación y la colección, así como el manejo de los tiempos de producción en los que se encaja el proceso de diseño de la cubierta.

El editor proporciona el manuscrito al diseñador, también es el enlace con el autor y el medio para localizar imágenes muy específicas; tiene cierta influencia en la elección de las imágenes para la cubierta.

• *El autor*

En algunas ocasiones se presentan bocetos al autor, con quien

se discuten las ideas y se realizan, en su caso, los cambios que éste solicite. Por lo regular este encuentro resulta positivo puesto que la imagen se valora con el que mejor conoce la obra.

- *Los correctores*

La relación con los correctores se da en los aspectos de la tipografía de la portada, el lomo, el texto de cuarta de forros o de solapas. Ellos son los responsables de que los textos vayan correctamente en el original mecánico y como el diseñador es el responsable de la elaboración del original mecánico, cualquier problema de corrección tipográfica se resuelve entre ellos.

- *El coordinador de impresión y encuadernación*

Es el encargado de enviar el original mecánico, los negativos y las pruebas de color a la imprenta. Es la última parte del proceso de producción interno. El diseñador debe verificar que el material que se le entrega no tenga errores ni omisiones. También debe cumplir con tiempos establecidos de entrega, pues esta área se encarga además de enviar los originales de interiores a la imprenta para que ambos se impriman al mismo tiempo.

- *El receptor*

El diseñador sabe que el público consumidor de los libros para los que diseña la cubierta puede ser desde estudiantes de bachillerato hasta egresados de alguna licenciatura, maestros, investigadores y gente que gusta de la literatura. Esto le permite al diseñador elaborar imágenes con cierto grado de complejidad en su composición y en el manejo de significados. Por otro lado es necesario pensar cómo interesar

al lector mediante la cubierta y motivarlo a la lectura del libro. Otra intención del diseñador respecto al receptor es la de elaborar un discurso visual autónomo, aunque en el mismo contexto de la obra, pero tratando de ofrecer un significado complementario al título.

c) El diseñador coordina

Entre las funciones del diseñador está la de controlar el trabajo de sus colaboradores, delegando responsabilidades para acortar los tiempos de producción.

• Formadores

Cuando el diseñador empieza a trabajar la imagen de la cubierta o incluso antes de que esto suceda, le encarga al formador la captura y formación del texto correspondiente. El diseñador se encarga de que la elaboración de la tipografía se realice con oportunidad y que siga el proceso de revisión y corrección hasta la impresión de pruebas finas, además resuelve cualquier problema de carácter visual de la tipografía. También debe indicar al formador el espacio que dejará disponible en la cubierta para la imagen. Asimismo encarga al formador la elaboración del código de barras. Cuando la tipografía ha sido aprobada por el corrector, el formador elabora el original mecánico.

En este momento el diseñador debe tener lista la imagen para integrarla al original, cuando el formador entrega el original mecánico al diseñador, éste debe revisar que vaya limpio y bien trazado, que el tamaño del formato sea correcto, que el trazo corresponda a la encuadernación requerida, que sean correctos los registros de corte, las marcas de dobléz y las líneas de rebase, que esté incluido el código de barras y que conserve todas las características de la colección a la que pertenece la obra.

- *El maquetista*

Cuando es imposible conseguir los objetos requeridos para la imagen de la cubierta, es necesario hacer una maqueta. El diseñador puede encargarse de ello, pero también puede contratar a alguien que haga este trabajo, que será supervisado por el mismo diseñador. Para realizar las maquetas hay que saber exactamente qué se necesita y tener un modelo para poder copiarlo o realizar un boceto guía. Hay que elegir el material más adecuado acorde con la apariencia real del objeto y que el proceso de coloreado se ajuste a las cualidades del material elegido, el acabado no debe ser tosco ni falso, nunca funciona que la maqueta se vea nueva, hay que buscar un acabado más natural.

- *El ilustrador*

Cuando la imagen se resuelve por medio de una ilustración, la puede realizar el diseñador o encargarla a un ilustrador, es necesario mostrarle un boceto para que tenga una idea más clara de lo que el diseñador requiere. Se pedirá al ilustrador que presente un boceto para verificar y corregir antes de la entrega del original y es necesario informarle de algunos aspectos técnicos como el formato de la portada, el juego con la tipografía, las relaciones cromáticas y el tiempo disponible para terminar la ilustración. También es necesario tomar en cuenta el estilo del ilustrador para saber si es acorde a la imagen requerida.

Después de todo se debe permitir que el ilustrador trabaje con cierta libertad, puesto que esta actividad artística no puede ser desarrollada de manera adecuada en medio de muchas restricciones.

- *El fotógrafo*

Quizá sea el fotógrafo el colaborador más cercano al diseña-

dor. La programación de la toma fotográfica inicia desde la elaboración del boceto. El fotógrafo puede resolver la reproducción de una pintura o la toma de un exterior, algún efecto especial como un acercamiento a un objeto para obtener texturas, algún fotomontaje o una fotografía de estudio sobre una maqueta o una serie de objetos dispuestos expresamente para esta toma.

Las dos últimas posibilidades son resueltas entre el diseñador y el fotógrafo. Cuando ya se ha definido el boceto para la fotografía se procede a conseguir el fondo y todo lo que se requiere para la ambientación.

El día de la toma fotográfica se presenta el boceto al fotógrafo para observar todos los detalles de composición, iluminación, encuadre, cantidad de tomas uso de difusores, filtros, lentes, reflectores, etc. Hay que tomar en cuenta las proporciones de la cubierta y dejar un espacio para la tipografía. Básicamente el diseñador decide la composición de la fotografía y el fotógrafo controla los aspectos técnicos.

Se acostumbra hacer una toma de prueba en papel polaroid para verificar y corregir posibles errores que se hayan escapado. Posteriormente se realiza la toma definitiva en película positiva a color.

Cuando el fotógrafo entrega las diapositivas al diseñador las revisa en una mesa de luz con un cuentahilos para verificar el enfoque, que no exista alguna mancha o sombra no deseada, la reproducción de los colores y elige junto con el fotógrafo la diapositiva más adecuada para la selección de color.

Posteriormente el diseñador realiza una edición de la fotografía a partir de las proporciones de la cubierta y la entrega al formador para que la anexe al original mecánico.

- *El técnico en fotomecánica*

Cabe aclarar que este especialista trabaja de manera autóno-

ma. Consulta al diseñador en caso de duda, y éste deberá indicarle los errores que puedan surgir para corregirlos oportunamente.

Aquí inicia el proceso externo. El formador elabora las guías de posición y tamaño, así como las guías de color del original para ser enviado al taller de fotomecánica, donde se realizará la selección de color, la formación de negativos y las pruebas de color que pueden ser un roll consecutivo, un cromalín o en sistema contract. Cuando existe algún problema técnico en esta etapa se resuelve directamente con el diseñador. Una vez que se ha terminado este trabajo regresa al diseñador para que éste lo revise basándose en las pruebas de color y tomando en cuenta los siguientes aspectos: el registro de los colores, los registros de corte, las marcas de doblez y las líneas de rebase, los tamaños de las imágenes y la tipografía; se verifica que no esté rota, incompleta y que sea legible, lo mismo que la distribución del color, las ampliaciones y reducciones e injertos, los colores especiales y que haya sido devuelto todo el material que fue enviado¹³. Aquí termina el proceso interno de producción y todo este material es entregado al departamento de impresión y encuadernación. Por lo general los resultados en la impresión ya no son supervisados por el diseñador ni tampoco se le responsabiliza de los errores que puedan presentarse.

¹³ Bann, David y John Gargan. *Cómo corregir pruebas en color*, p. 77.

Conclusiones

En la actualidad el enfoque visual de la cubierta de libro es resultado de los estilos desarrollados a partir de los años 20's por diversos artistas y diseñadores que llevaron a la cubierta por una evolución y que ahora influyen directa o indirectamente en su estilo visual.

Estos cambios se han dado, además, a partir de nuevos materiales y técnicas de impresión, así como por la utilización de la cubierta como auxiliar para la venta y el desarrollo de una imagen editorial.

Actualmente el diseñador es parte del engranaje en la producción de la cubierta, puesto que, a partir de la imagen que él propone, intervienen otros colaboradores; algunos influyen en la elaboración de la imagen; otros se encargan de su producción. Para lograr esto, es necesario un sistema de trabajo que controle el proceso en su conjunto.

La intervención de especialistas y técnicos, junto con el diseñador, además de estar determinada por el sistema de trabajo, puede ser positiva si todos participan organizadamente y tienen claras las metas por alcanzar. Esto enriquece la labor creativa del diseñador, quien es responsable directo del proceso.

El diseñador debe manejar una fundamentación teórica basada en el conocimiento de los antecedentes históricos del diseño de cubiertas de libro, en su evolución visual, la aplicación de una metodología de diseño y los conceptos del lenguaje visual aplicados a la composición de la cubierta, así como el conoci-

miento de las políticas editoriales y los aspectos particulares del problema de diseño. Al producirse un enlace efectivo entre los factores teóricos, estéticos y técnicos, el diseñador es capaz de proponer soluciones adecuadas a las necesidades que se le plantean. Sin embargo, todo esto sería inoperante si no se considera además la intervención de los colaboradores citados, puesto que ésta es la situación real en que se inserta el trabajo del diseñador.

Es necesario además buscar nuevas formas de trabajo y de comunicación visual para dar solución a los problemas que plantea el diseño de una cubierta de libro.

Ya hemos dicho que los cambios son producidos por la evolución en los sistemas de reproducción gráfica y por el desarrollo comercial de la industria editorial; esto escapa al control del diseñador. Lo que está a su alcance es el desarrollo de las imágenes, la tipografía y el color, que puede lograr siempre y cuando éstos sean objeto de una búsqueda y una experimentación constantes, lo cual casi siempre es provocado por los cambios mencionados antes.

La utilidad e importancia, así como la calidad de una cubierta de libro, no se valoran por el costo de su producción ni por las ganancias que produce su circulación como imagen publicitaria, ni mucho menos por la importancia comercial de la editorial que la produce; por el contrario, una buena cubierta incide en la circulación de ideas y nos habla con la imagen y la organización de sus partes, retomando la tradición plástica y alcanzando nuevos códigos de comunicación que contribuyen al desarrollo de la cultura visual de nuestro país. Un buen diseño es aquel que toma en cuenta la responsabilidad de su incidencia en lo social y busca la optimización de los recursos al alcance para su producción y circulación.

Bibliografía

1. Bann, David y John Gargan, *Cómo corregir pruebas de color*, 1a. ed., México, Gustavo Gili, 1992 (Col. Manuales de Diseño).
2. Cruz, Alejandro, "El postoficio de la modernidad" en *México en el arte*, Núm 16, primavera de 1987, México, INBA-SEP, pp. 79-81.
3. Dahl, Svend, *Historia del libro*, 1a. ed., Madrid, Alianza Editorial, 1990 (Col. Alianza Universidad).
4. Dondis, D. A., *La sintaxis de la imagen, Introducción al alfabeto visual*, 4a. ed., Barcelona, Gustavo Gili, 1982 (Col. Comunicación Visual).
5. Germani-Fabris, *Fundamentos del proyecto gráfico*, 2da. ed., Barcelona, Don Bosco, 1975.
6. Kepes, Gyory, *El lenguaje de la visión*, 2da. ed., Buenos Aires, Infinito, 1966.
7. Llovet, Jordi, *Ideología y metodología del diseño*, 2a. ed., Barcelona, Gustavo Gili, 1981 (Col G. G. Diseño).
8. Martín, Euniciano, *La composición en artes gráficas*, t. 2, 4a. ed., Madrid, Don Bosco, 1979.
9. Munari, Bruno, *Diseño y comunicación visual*, 6a. ed., Barcelona, Gustavo Gili, 1980 (Col. Comunicación Visual).

10. Satúe, Enric, *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*, 1a. ed., Madrid, Alianza editorial, 1988 (Col. Alianza Forma).
11. Schubert, Reinhard, "Diseño de libros" en *Catálogo de exposición Diseño antes del diseño, diseño gráfico en México 1920-1960*, T. de Carrillo Gil, octubre-diciembre, 1991, Museo de Arte Alvar y Carmen, México, CNCA/INBA. PP. 11.38.
12. ———, "Nuevas técnicas en la industria editorial", en *Libros de México*, Núm. 14, primavera de 1989, México, CEPROMEX, pp. 23-27.
13. "Vicente Rojo, trayectoria de un diseñador gráfico" en *Libros de México*, Núm. 6, México, primavera, 1987, CEPROMEX, pp. 23-26
14. Zavala Ruiz, Roberto, *El libro y sus orillas, tipografía, originales, redacción, corrección de estilo y de pruebas*, 1a. ed., México, Universidad Nacional Autónoma de México, 1991 (Col. Biblioteca del Editor).