



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Artes Plásticas

Fundamentos para el Diseño
de cubiertas de libro

Tesis que para obtener el título de
Licenciado en Diseño Gráfico

Presenta

Martha Patricia Mendoza González

Director

Lic. Marco Antonio Basilio

México, D.F., 2002



DEPTO. DE EDUCACIÓN
PARA LA INVESTIGACIÓN
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLÁSTICAS
XOCHIMILCO D.F.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

60



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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 esta 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.

	Introducción	7
1	La editorial y el libro	9
2	La cubierta y sus funciones	36
3	Fases del diseño de una cubierta	60
4	Método para el diseño de cubierta	96
5	Diseño de imagen para el libro Visperas	102
	Conclusiones	124
	Bibliografía	130



INDICE

Sin ninguna duda se puede afirmar que existe una gran variedad y cantidad de libros e investigaciones sobre la creación de la identidad corporativa, el diseño de envases o la señalización, entre otros temas muy específicos; pero, ¿qué existe con relación al diseño de cubiertas de libro?

En respuesta a lo anterior puedo comentar que el diseño de libros, y específicamente el diseño de la cubierta de éste, es un área poco estudiada. Esto se debe, en gran medida, al escaso material bibliográfico que existe sobre el tema. Además, las pocas referencias documentales de este tipo sólo se enfocan al rediseño de libros, a los ejemplos gráficos y, sólo unas cuantas, hacen alusión a la producción y diseño de la cubierta; no debemos olvidar que el primer contacto del lector con la obra escrita, es la cubierta. Y esto, empero, es de trascendental importancia. Ante tal escasez de información, la presente investigación tienen por objetivo ser una alternativa y herramienta de trabajo para quienes buscan ampliar sus conocimientos en un área que no cuenta con material bibliográfico suficiente.

Lo que expongo aquí introduce y guía al diseñador hacia el aprendizaje del proceso básico para diseñar cubiertas de libro, y al cómo se trabaja en una editorial y los resultados que de este ejercicio se obtienen. Todo esto cuenta con el respaldo de la experiencia profesional que he obtenido en el Fondo de Cultura Económica y en los fundamentos de la comunicación visual y el diseño gráfico aprendidos en la Universidad.

La realización de este proyecto tiene como meta brindar material enfocado al diseño de imágenes para cubiertas. También, busca ofrecer a los diseñadores que se encuentran en la etapa de formación, y a todos los interesados en el tema, una idea precisa de los conocimientos que se requieren para este tipo de trabajo; esto de alguna manera facilitará el camino de su ejercicio profesional como diseñadores.

INTRODUCCIÓN

LA EDITORIAL Y EL LIBRO

1

¿PORQUÉ UNA CUBIERTA PARA EL FCE?

Para diseñar una cubierta libro, probablemente lo primero que hay que conseguir es una editorial para la cual trabajar, en nuestro país tenemos un gran número, sin embargo, sobresale una en especial que ha enfocado sus esfuerzos en poner al alcance de todos la lectura y el conocimiento; lo cual, la ha distinguido por ser más una institución de fomento cultural, que una editorial de tipo lucrativo.

El Fondo de Cultura Económica se propone impulsar el conocimiento de la cultura mexicana en países hispano-hablantes, así como formar lectores infantiles y juveniles; todo ello, sobre la base de la autonomía científica y académica.

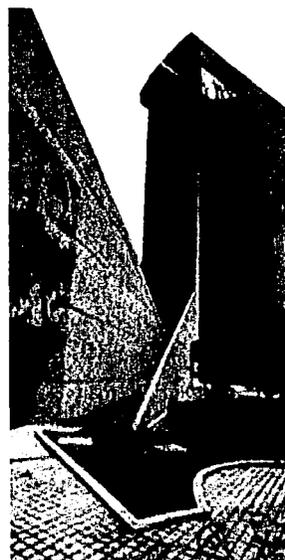
Del interés de colaborar con esta noble tarea, es que decidí trabajar para esta editorial y compartir con todos aquellos interesados en el tema, mi experiencia en esta área desarrollando un proyecto de cubierta de libro que servirá de guía a este trabajo y que puede ser un punto de partida para la elaboración de otros materiales que profundicen sobre el tema.

Pero entremos en materia, la editorial es quien define el rostro de cada uno de sus libros. El diseñador trabaja para ella,

por lo tanto, debe saber tres cosas principales ¿Quién es?, ¿Qué hace? y ¿Cómo lo hace?



2. Logotipo de la editorial.



1. Edificio de la editorial Fondo de Cultura Económica en México.

EL FONDO A FONDO

Al fundarse, el propósito inicial era difundir los textos fundamentales en materia económica. Pero muy pronto se tuvo conciencia de que los lindes debían extenderse a todos los ámbitos del conocimiento, nacional e internacional.

Así pues, reafirmando la propia cultura en todas las disciplinas, a la vez que se mantiene atento y receptivo a las ideas de todos los pueblos.

El Fondo de Cultura Económica, mejor conocido con las siglas: FCE, se distingue por ser una editorial de amplio criterio en la que los autores, hispanohablantes y de lenguas extranjeras, tienen oportunidad de exponer sus ideas con absoluto respeto a su libertad de expresión. Por ello, en el curso de los años se han publicado las obras de muchos y muy brillantes talentos, los cuales integran el catálogo siempre vigente de esta empresa, uno de los más ricos y variados de Iberoamérica.



3. Daniel Cosío Villegas

La historia del FCE se remonta a 1934, cuando Daniel Cosío Villegas, uno de los más grandes intelectuales mexicanos del siglo XX, comprendió la necesidad de crear una biblioteca básica en español enfocada, ante todo, a los estudiantes de la recién fundada Escuela Nacional de Economía.

Desde entonces, no fue concebido como empresa lucrativa, sino como institución de fomento cultural, y surgió gracias al apoyo financiero del Estado, en calidad de fideicomiso, con el fin de impulsar la cultura sin condicionarla ni censurarla. Pronto

se formó una Junta de Gobierno y, desde su fundación, la empresa definió su destino, estableciendo una relación de mútuo respeto con el Estado. Desde sus inicios, los libros que ha publicado no tienen otra finalidad que la difusión del conocimiento. Así, después de la colección de Economía, surgieron nuevas y variadas series que en un principio brindaron al público traducciones al español de lo más avanzado del saber universal.

Durante los primeros 15 años de vida de la editorial, bajo dirección de don Daniel, se publicaron 342 títulos comprendidos en las colecciones de Economía, Política y Derecho, Sociología, Historia, Tezontle, Filosofía, Antropología, Biblioteca Americana, Tierra Firme y Ciencia y Tecnología. Así mismo, en este lapso se empezaron a promover y publicar obras en lengua española, que vinieron a sumarse a las traducciones iniciales del catálogo de la editorial.

De 1948 a 1965 ocupó la dirección Arnaldo Orfila Reynal. Durante estos años se publicaron 891 títulos nuevos y se crearon siete colecciones: Breviarios, Lengua y Estudios Literarios, Arte Universal, Vida y Pensamiento de México; Psicología, Psiquiatría y Psicoanálisis y la muy gustada Colección Popular.



4. Arnaldo Orfila Reynal

El patrimonio de la editorial crecía a pasos agigantados, haciendo sentir su presencia no sólo en la vida cultural de México sino en la de Iberoamérica.

El FCE, crecía no sólo en número de colecciones y títulos sino en redes de distribución, de modo que comenzó a incursionar en el extranjero, estableciendo sucursales en Argentina, en 1945, y en Santiago de Chile, en 1954. El Fondo llegó a Europa en 1963, al fundar en España su mayor sucursal.

En el periodo de 1965 a 1976 el Fondo de Cultura Económica publicó 608 novedades y tuvo varios directores: de 1966 a 1970 Salvador Azuela dio continuidad a las colecciones ya existentes; de 1970 a 1972 Antonio Carrillo Flores dirigió con gran éxito la editorial; Francisco Javier Alejo creó la colección Archivo del Fondo durante su administración, de 1972 a 1974.

Lo sucedió Guillermo Ramírez, quien durante el periodo 1974-1976 adquirió varias empresas para reforzar las tareas de impresión y encuadernación. De 1977 a 1982 ocupó la dirección José Luis Martínez, quien creó la colección Revistas Literarias Mexicanas Modernas y publicó 448 títulos nuevos.

Jaime García Terrés encabezó la editorial de 1983 a 1988, añadiendo 12 colecciones y 1397 títulos nuevos. Como director, en 1989, Enrique González Pedrero reforzó la colección de

Política y Derecho; en el periodo 1990 a noviembre de 2000 el Fondo de Cultura Económica estuvo a cargo del licenciado Miguel de la Madrid H., quien, al implantar programas de modernización en las áreas productivas y administrativas de la editorial, logró incorporarla a las corrientes más avanzadas de la cultura, manteniendo a su vez el pluralismo y la apertura que la han caracterizado desde sus inicios.

En el periodo 1990-2000 se publicaron 2,300 novedades y casi 5,000 reimpresiones. Se lanzaron proyectos de cobertura internacional como el de Periolibros, en colaboración con la UNESCO.



5. Salvador Azuela



6. Antonio Carrillo F.



7. Francisco J. Alejo



8. Guillermo Ramírez H.



9. José Luis Martínez



10. Jaime García Terrés



11. Enrique González P.



12. Miguel de la Madrid H.

Dicho proyecto consistió en la publicación, en forma de periódico, de obras de autores iberoamericanos de reconocida importancia, como César Vallejo, Octavio Paz, Carlos Fuentes, Juan Carlos Onetti, Clarice Lispector y Gabriel García Márquez, entre otros. Los textos se incluyeron a manera de suplemento en los 20 periódicos que participaron en el convenio.



13. Octavio Paz



14. Rosario Castellanos



15. José Vasconcelos



16. Carlos Pellicer

Se crearon dos colecciones de libros para niños y jóvenes: la muy exitosa *A la Orilla del Viento*, y *Travesías*, además de la serie *Hijos de la Primavera*, *Vida y palabras de los indios de América*. También, celebrando nuestro rico patrimonio histórico, se inició la colección de *Códices Mexicanos* y, recientemente, se lanzaron la colección *Fondo 2000* y los audiolibros en la colección *Entre Voces*.

Por otro lado, custodiando una parte del acervo cultural de México y de Iberoamérica, el FCE, en colaboración con la UNESCO, se ha dedicado a resguardar el material bibliográfico, la obra gráfica y los manuscritos de escritores como Octavio Paz, Rosario Castellanos, José Vasconcelos y Carlos Pellicer, entre otros, en la colección *Archivos*.

Otro proyecto reciente, en colaboración con el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa, consiste en poner al alcance de alumnos y maestros del Sistema Red Escolar de la Secretaría de Educación Pública algunos títulos de las colecciones *La Ciencia para Todos*, *Fondo 2000*, *Breves Historias de la República Mexicana* y *Diccionarios*.

Desde su fundación, el FCE ha sabido que el libro es un objeto vivo y sensible a las transformaciones sociales. Es así como ha evolucionado junto con su entorno a lo largo de 66 años de vida. Por ello, no es exagerado decir que la historia cultural de Iberoamérica está inseparablemente ligada a la historia de esta casa editora. De hecho, ciertos fenómenos de la vida cultural de Iberoamérica son explicables por la repercusión de las ideas difundidas por el FCE. Para muchas generaciones de estudiantes y profesionales, esta casa ha sido fuente inagotable de conocimientos, ha satisfecho tanto sus necesidades técnicas como sus inquietudes intelectuales.

LOGROS

A lo largo de su vida, el Fondo además de cumplir con sus labores estrictamente editoriales, se ha interesado en otras actividades que lo han convertido en una empresa cultural de mayor variedad. Parte de esta expansión son sus publicaciones

periódicas. La Gaceta, que se originó como boletín bibliográfico en 1954, es ya una revista mensual y fue galardonada con el Premio Nacional de Periodismo en 1987 y el Premio Caniem 98, como reconocimiento a su labor de difusión cultural.



17. Cámara Nacional de la Industria Editorial (CANEM)

También se lleva a cabo el proyecto Periolibros -que surgió como parte del compromiso de promover la lectura, propuesto en la Primera Cumbre Iberoamericana de 1991-, que figura como suplemento en los 20 periódicos que participan en este convenio. Dicha red cubre todo el continente americano -incluyendo los Estados Unidos y Canadá-, además de España e Israel. El tiraje de esta publicación mensual es de casi cuatro millones de ejemplares.

La creación de un avanzado sistema de información para atender las necesidades del manejo de información de todas las áreas de la editorial muestra cómo la tecnología puede ponerse al servicio de la cultura; se introdujeron sistemas de vanguardia en el área de edición para acelerar sus procesos.

Además de su casa matriz, el FCE ha establecido nueve subsidiarias y nueve representaciones, con el fin de ampliar el alcance de sus libros en el mundo.

METAS

Consciente de que su presencia es cada vez más importante en el campo editorial nacional e internacional, esta editorial se ha fijado metas de modernización guiándose por dos principios fundamentales: mantener el prestigio de la editorial como salvaguarda de la cultura iberoamericana, y estar abierto a cualquier corriente de promoción de la cultura.

MISIÓN

La misión del Fondo de Cultura Económica es publicar y comercializar libros de relevancia fundamental a fin de contribuir al conocimiento de la cultura mexicana en el resto de los países hispanohablantes, formar lectores infantiles y juveniles y mantener autonomía científica y académica.

Además de ser una de las editoriales más importantes y prestigiosas de latinoamérica, el Fondo de Cultura Económica está reconocido mundialmente como uno de los suministradores punteros de libros de calidad en lengua española. El FCE lleva sirviendo muchos años a distribuidores, librerías, facultades, escuelas y otras entidades educativas.

LOS LIBROS EN EL FCE

Como puede verse el FCE publica libros de casi todas las áreas y temas, lo que resulta muy atractivo para cualquier diseñador que quiera adentrarse al diseño de cubierta o incluso a la producción de libros, ya que el trabajo se proyecta variado y de enriquecimiento cultural en varios campos además de que este trabajo tiene alcance internacional.

La actividad principal del Fondo de Cultura Económica (FCE) es la producción de libros para su difusión y venta, por lo tanto, el diseñador debe estar familiarizado, de manera general, con el producto de la empresa para la cual va a trabajar.

Con base en esta idea, lo primero que se debemos tener bien definido es el concepto libro. De acuerdo con José Martínez de Sousa, un libro es la publicación unitaria que consta como mínimo de 50 páginas, sin contar las cubiertas. Dicho número de páginas se refiere a un sólo volumen o al conjunto de fascículos o entregas que componen una misma obra.¹

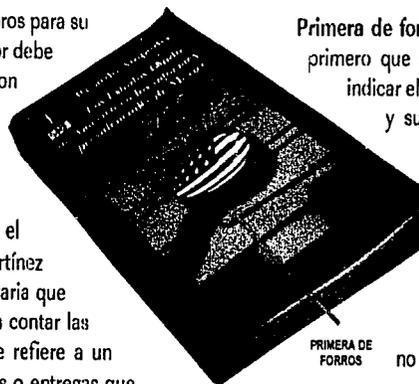
Ahora bien, el libro cuenta con varias partes, éstas cambian de una editorial a otra; por ello, tomaré como referencia las características de los libros que se diseñan en el FCE, los cuales generalmente se encuentran protegidos por una cartulina delgada que cubre las hojas, y es del mismo tamaño al de las páginas interiores. A esta clase de libro se le denomina encuadernado en rústica. Ver figura 18.

PARTES DEL LIBRO

Todos los libros en rústica, del FCE, pueden dividirse en dos partes principales: la externa y la interna. La primera equivale a la cartulina que protege las hojas y la segunda, a las páginas interiores. Pero veamos esto con más detalle, de acuerdo con Roberto Zavala², las partes primordiales de un libro en rústica son las que se enlistan a continuación:

Primera de forros: Es la parte frontal del libro, lo primero que se ve al tomarlo. En ella se debe indicar el nombre del autor o autores, el título y subtítulo de la obra, el número del volumen o tomo, el nombre de la obra completa de la cual forma parte el libro, si es el caso, nombre de la editorial. Por razones de estética tipográfica, algunos de estos datos pueden abreviarse o suprimirse, cosa que no puede hacerse en la portada.

18. Libro en rústica



Segunda de forros o reiteración de portada: Es el reverso de la primera de forros. Ver Figura 19. Ésta, por lo general, es mantenida en blanco; aunque algunas editoriales aprovechan tal espacio para anunciar otras obras del autor. Fig. 19.

Páginas falsas: Son las páginas 1 y 2, que suelen ir en blanco; se les conoce también como hojas de cortesía.

1. MARTÍNEZ, de Sousa José. *Diccionario de tipografía y del libro*. España, Labor, 1974. p154

2. ZAVALA, Ruiz Roberto. *El libro y sus orillas. Tipografía, originalista, redacción, corrección de estilo y de pruebas*. México, UNAM, 1998 pp21-24

Portadilla, anteportada o falsa portada: Es la página 3, y por lo general lleva sólo el título del libro, a veces abreviado. Asimismo, si la obra pertenece a una colección o a una serie, se registra, aquí, el nombre de la misma y el de la persona que la dirige. Fig. 20

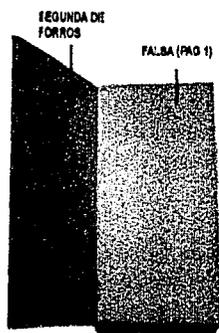
Contraportada o frenteportadilla: Es la página 4. Suele aparecer en blanco, y en algunas ocasiones figura en ella el nombre del traductor o del ilustrador, si los hay. También puede llevar el nombre de la colección, si es el caso. Fig. 21.

Portada: Es la página 5, a veces el diseño incluye la frenteportadilla. En la portada se han de asentar los siguientes datos: a) Nombre del autor, b) Título completo de la obra y subtítulo si lo hay, c) Nombre y logotipo de la editorial, d) Lugar o lugares donde la editorial se halla establecida, e) Si en la página legal no se indica el año de publicación, éste puede

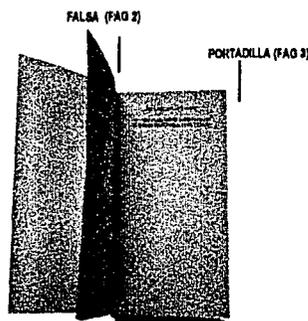
incluirse en la portada. Algunas veces podemos indicar en ésta página el crédito del traductor, el prologuista, el introductor o presentador. También, podría aparecer el nombre completo de la obra a la que pertenece el libro. Fig. 21.

Debo destacar que ocasionalmente, entre las páginas 4 y 5, se coloca una ilustración, la cual recibe el nombre de frontispicio.

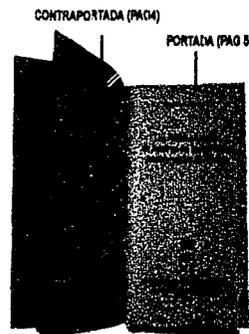
Página legal: Este espacio pertenece a la página 6. En ella se imprimen todos los datos que por ley tiene que llevar el libro: a) Propietario de los derechos de autor e información relativa a la edición original, b) Fecha de publicación, c) Nombre y domicilio de la editorial, d) Los números de ISBN correspondientes a la obra completa (si ésta forma parte de un conjunto mayor), y al libro en particular, e) La leyenda Impreso en México. Fig. 22.



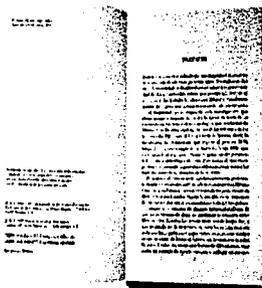
19. Al abrir el libro puede verse la llamada segunda de forros y la primera falsa.



20. Al pasar la primera falsa se ve la segunda falsa y la portadilla.



21. Al pasar dos hojas se puede ver la contraportada y la portada.



22. Pagina legal

Además, si deseamos suprimir el colofón, la página legal puede incluir los datos del impresor (firma y dirección) y el número de ejemplares de que consta el tir. También se tiene la oportunidad de anotar el nombre del editor original, el dato de si la obra se ha publicado por segunda vez en otra casa editorial, o los créditos que se necesiten registrar: portadista, ilustrador, diseñador, persona que cuidó la edición.

Dedicatoria o epígrafe: Se incluye en la página 7. Si la dedicatoria o los epígrafes son breves, lo que siempre es recomendable, la página 8 aparecerá en blanco a fin de que el texto propiamente dicho se inicie en la página impar. Lo común es que el primer capítulo comience en la página 7; aunque muchas obras van precedidas de textos complementarios que pueden formar parte o no del libro (advertencia, prólogo, prefacio, presentación, agradecimientos, introducción).

El índice general: Denominado también contenido o tabla

de materias, es la lista de las partes, capítulos y demás subdivisiones del libro. Debo resaltar que en México se acostumbra incluir esto al final, pese a que resulta más cómodo tenerlo al principio.

Apéndice o anexos: Son apartados que se pueden ubicar al final de la obra, con información complementaria de algún capítulo o varios de éstos.

Cuadros o material gráfico: Dicha información se agrupa al final de la obra de manera parcial o total.

Bibliografía, vocabulario o glosario: Información que se ubica generalmente al final de la obra, si la hay.

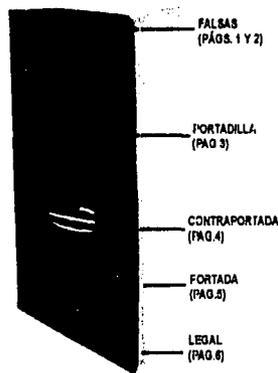
Índices analíticos: También al final de la obra; pueden ir índices de materias, nombres, lugares, obras citadas, láminas, ilustraciones, gráficos o cuadros, entre otros.

Índice general: Puede colocarse al principio del libro.

Colofón: Su inclusión también obedece a disposiciones legales. En él debemos incluir, por lo menos, los datos siguientes: a) El nombre y dirección del impresor b), La fecha en que terminó de imprimirse la obra, y c) El número de ejemplares.

Tercera de forros o reiteración de portada: La mayoría de las veces se deja en blanco. Pero algunas editoriales la usan con fines publicitarios.

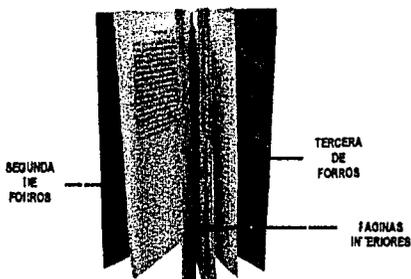
Cuarta de forros o contraportada: Es el espacio que



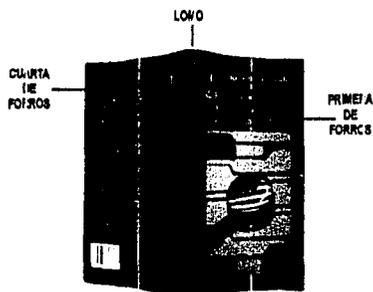
23. Vista frontal del libro con los principios indicados

utilizan la mayoría de las editoriales para ofrecer una breve presentación del libro, el currículum del autor, las críticas que ha recibido la obra (si es el caso de traducciones o reediciones), en fin, todos los datos que agreguen elementos de juicio al lector. Quisiera señalar que en algunas ediciones se pueden aprovechar de manera atinada las solapas (prolongaciónes del forro que se dobla hacia dentro) con fines publicitarios.

Lomo: es la superficie del libro donde se cosen o pegan los pliegos para unirlos a la cubierta. En él se acostumbra imprimir el título del libro, el nombre del autor y otros datos que interesen a la editorial.



24. Partes internas del libro

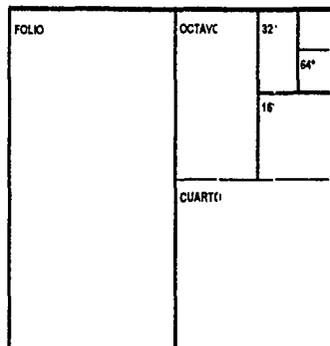


25. Partes externas del libro

TAMAÑOS DEL LIBRO

Con base en lo que he podido observar, en muchas editoriales el tamaño del libro depende de manera directa de las medidas en que se producen las distintas clases de papel.

Por otro lado, veamos algunos aspectos técnicos que definen las dimensiones específicas que se están buscando: el tamaño se puede determinar doblando una hoja de papel completa las veces que sea necesario, hasta obtener la dimensión requerida. Por ejemplo, si al desdoblar la hoja aparecen ocho rectángulos por cara, es decir, 16 páginas por pliego, el tamaño del libro así obtenido se denomina en octavo; si hay cuatro rectángulos por cara, esto es, ocho páginas en total, el resultado será en cuarto; si sólo se ha doblado la hoja hasta obtener dos páginas por cara o cuatro de pliego, se tendrá un libro en folio. Y si luego de cuatro dobleces se divide el pliego en 16 páginas por lado, 32 en total, éste será un libro en dieciseisavo.³



26. Divisiones del papel.

3. MARTÍNEZ, de Sousa José.
ob. cit p158

Como se puede constatar, el tamaño del libro y del papel están asociados de manera inseparable. Asimismo, quiero resaltar que el tamaño y el contenido guardan una relación singular y cambiante; pues, algunos autores consideran que las obras literarias se han de imprimir en octavo o dieciseisavo; las científicas y de estudio, en cuarto y en octavo; las artísticas, de ingeniería, cartografía y similares, en cuarto, en octavo o en folio; todo ello con el fin de normalizar la diversidad de tamaños de los libros.

Con base en la idea de estandarización, a partir del tamaño del papel, los especialistas en la materia decidieron catalogar a los libros por sus medidas en centímetros o milímetros, y clasificarlos en grupos más homogéneos, de esta manera los libros en treintaidosavo equivalen a libros de menos de 10 cm de altura; en veinticuatroavo, a los que miden entre 10 y 15 cm; en octavo, de 20 a 28 cm; en cuarto, de 28 a 39 cm; y en folio de 40 cm o más.

Aún así, esta estandarización dejaba sin clasificar a muchos tamaños de libro; por lo cual, en la actualidad casi no se usan ya las denominaciones de plano, folio, cuarto. Sin embargo, no quise dejar de hacer referencia sobre el manejo de las dimensiones clásicas que se habían venido utilizando, y que sirven de punto de referencia. Hoy se manejan las equivalencias que enfocan la atención en la altura del libro.

En lo que respecta al Fondo de Cultura Económica, el tamaño final del libro depende más de la tradición tipográfica de esta casa editorial que de las cuestiones técnicas de impresión.

En términos globales, el tamaño de un libro está determinado tanto por aspectos técnicos de impresión y

encuadernación, como por criterios editoriales que se refieren al tipo de lector, el propósito y el tema de la publicación. Es decir, el libro de texto de secundaria tiene diferencias esenciales frente al libro de historia para universitarios.

Además, es necesario conocer el proceso de impresión que el libro requiere, el tipo, peso y medidas del papel a utilizar, y la clase de obra que se quiere obtener conforme a la encuadernación y acabado, entre otros aspectos.

A continuación muestro una tabla que presenta los tamaños de libro en algunas colecciones del Fondo de Cultura Económica.⁴

El tamaño del papel utilizado para la elaboración de estos libros es de 87 x 114 cm (o de 57 x 87 cm) para los libros de 13.7 x 21 cm y de 70 x 90 cm, para el resto de las obras. Ver Tabla.1

COLECCION	REFINE (cm)
Popular	11.2x16.9
Breviarios 1a ed.	10.2x16.9
Breviarios otra ed.	11.2x16.9
Cuadernos	13.7x21
Otras colecciones a	13.7x21
Otras colecciones a	15.5x23
Tezontle	21.5x28

Tabla 1

4. Fondo de Cultura Económica.

Una tradición tipográfica

México, FCE, 1994

Pag. 10

CLASIFICACIONES DEL LIBRO

Los libros están tipificados de muchas maneras; sin embargo, aquí expongo la clasificación básica por su forma, contenido, uso y encuadernación.

FORMA

Todos los libros poseen dimensiones específicas que permiten dividirlos en dos grupos: prolongados y apaisados. Los primeros son los que resultan más altos que anchos y se les denomina, también, alargados o verticales; mientras que los segundos, son más anchos que altos. También está el ejemplar cuadrado, pero como este formato genera desperdicio de papel no es muy común su producción, sólo en ediciones especiales.



27. Distintas formas de libro

Antes de continuar debo comentar que la gran mayoría de los libros de las distintas colecciones en el FCE son verticales.



28. Formatos de algunos libros del FCE

CONTENIDO

De acuerdo con la disposición y forma del contenido existen los siguientes tipos de libros:

Manual: Libro que enfoca los elementos esenciales sobre una materia.



29. Colección de libros literarios



30. Enciclopedia sobre los insectos

Monografía: Tratado específico de una rama determinada de cualquier ciencia o materia.

Diccionario: Contiene, en orden alfabético, definiciones de las palabras de un idioma o la terminología de una materia determinada.

Antología: Colección de fragmentos representativos de una obra, o bien obras o fragmentos de obras de diversos autores de acuerdo con un tema o con una época.

Vocabulario: Diccionario abreviado que contiene por lo general las palabras más usuales de una lengua.

Libro de texto: Se utiliza oficialmente para la enseñanza de cualquier materia y en cualquier grado escolar.

Enciclopedia: Obra que trata de manera general el conjunto de conocimientos humanos, o bien, lo concerniente a una materia determinada, ya sea por orden alfabético o temático.

USO

Este apartado indica que el libro puede ser clasificado por su uso, veamos:

Libro objeto: Cuando el interés por el ejemplar se centra en las cualidades físicas sin importar su contenido; es decir, el libro es visto como un objeto de consumo.

Libro funcional: Es la obra que se emplea para el

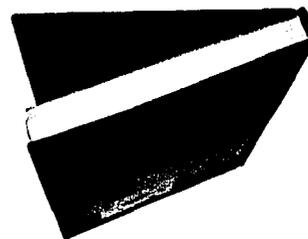
aprendizaje de la ciencia y la técnica, su función es utilitaria.

Libro literario: Es el que permite satisfacer las necesidades culturales del lector.

ENCUADERNACIÓN

Como se mencionó en la primera parte, para los libros puede ser principalmente de dos tipos: en cartóné o en rústica. En el primer caso el libro posee tapas de cartón rígido cubiertas de distintos materiales (papel, keratol, vinil o piel). Los libros en rústica pueden estar cosidos o unidos con pegamento, y carecen de pastas; en lugar de éstas, y para proteger las páginas, sólo lleva como cubierta un forro de papel o cartulina. Las páginas y el forro de cubierta tendrán el mismo tamaño.

Existen cuatro tipos de unido: *Cosido*, uniendo cuadernillos de hojas. *Caballote*, cosiendo o engrapando en el doblez del lomo cuando el volumen es de poco espesor. *Martín*, cuando se cose o engrapa atravesando los pliegos o hojas en el lomo y en caliente o *Hot Melt* cuando se engoma el lomo. También existen encuadernaciones con postes, argollas o espirales.



31. Libro encuadernado en pasta dura.

ELEMENTOS DEL LIBRO

El papel

Sin duda, este es el elemento fundamental de toda obra editorial, pues gracias a él se materializa el libro. El cual, no podría ser impreso adecuadamente sin considerar la calidad y tipo del papel empleado.

Al analizar un libro se pueden distinguir obras con dos o tres tipos de papel, uno para el texto, otro para las ilustraciones, sobre todo si éstas poseen colores, y finalmente, otro para el forro. Cuando se elija el papel para el libro, además del grosor y la opacidad, hay que fijarse en el tamaño, la textura, el peso, la calidad y el color.

Tampoco hay que olvidar el grado de porosidad, y el mayor o menor satinado de la superficie que recibirá la impresión. En términos generales, cada editorial tiene definidos los papeles que ha de usar para los libros o colecciones, aún así, siempre es importante que nosotros como diseñadores conozcamos todos los materiales que intervienen en la producción del libro.

Si nos referimos solamente a su aspecto, los papeles pueden ser alisados, satinados o estucados, entre otros. Los que se utilizan en las imprentas se agrupan en dos clases: a) naturales, es decir, sin recubrimientos, y b) estucados o couché. Antes de continuar, quisiera destacar que si el libro sólo está compuesto por texto y elementos sencillos a línea, puede emplearse el papel alisado, que a pesar de su aspereza y rugosidad, cuenta con una condición aceptable de impresión.⁵

Ahora bien, veamos otras características del papel. El satinado se logra haciendo pasar el papel entre dos o más rodillos calientes que dan el brillo y el acabado necesarios, e irán en aumento cada vez que la hoja pase por el calor y la presión. Este papel es ligero y fuerte, lo cual permite que las imágenes de mediana calidad puedan ser impresas sin mayores problemas.

El couché o estucado es un papel común al que se le agrega una pasta especial de caolín, mezclada con yeso y otros ingredientes. Para la impresión tipográfica es más adecuado emplear papeles blandos. En ediciones corrientes, sin ilustraciones, puede usarse, indistintamente, papel alisado o satinado, pero si el libro contiene gran cantidad de ilustraciones a todo color y fotografías, se necesita recurrir al papel estucado.

Por otra parte, el método de impresión más común en la producción de libros es el Offset, por lo que este sistema requiere papel de buena calidad.

En cuanto al material utilizado para la cubierta o forro se requiere papel cartulina (de 180 gramos), de las cuales también existe una gran variedad, entre éstas se hallan las bristol, marfil u opalina. Al igual que el material empleado en interiores, la cartulina puede ser satinada, mate o couché. Como se ha señalado, el papel se produce en muchos tamaños y varía sus dimensiones de un país a otro, sin embargo, en México las medidas más comunes son tres: 60x90, 70x95 y 87x114 centímetros.

5. ZAVALA, Ruiz Roberto.
Ob. Cit.
pag. 30-31

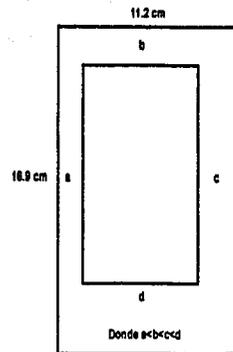
LA CAJA TIPOGRÁFICA Y LOS BLANCOS

Como se indicó, de la división del pliego de papel y de los ajustes técnicos deriva el tamaño final de la página del libro. Asimismo, en cada una de estas páginas se encuentran dos elementos: la parte impresa y los espacios en blanco; al rectángulo de texto que se dibuja o marca en la página se le llama caja o mancha tipográfica, y está compuesta por el texto y las ilustraciones, con pies de foto o epígrafes. Los blancos, por su parte, se conforman de los márgenes, los espacios entre cada línea de texto, y los que hay entre cada letra y palabra.

El tamaño de la caja se mide en picas y varía de acuerdo con la dimensión de los libros y de las especificaciones técnicas de la editorial. Del ancho de la caja, el texto debe ocupar entre el 70 y 85% del ancho de la página.

En el FCE la mancha tipográfica puede ser simple (en la mayoría de las colecciones de la editorial las páginas sólo contienen texto sin ilustraciones), o complicada, la cual se utiliza básicamente para los libros que requieren varias columnas.

Los tamaños de los libros y de las cajas en todas las obras del FCE ya se encuentran establecidas. Por ejemplo, para un libro 11.2 x 16.9 cm se especificó una caja de 20x32 cuadratines, lo cual determina la caja y los márgenes de ésta. Para tales trazos se siguen estas reglas: el margen izquierdo debe ser igual o menor al margen superior, y éstos, menores al margen derecho, éste último, menor al inferior. ⁶ Ver imagen.



12. Obtención del tamaño de caja tipográfica de un libro del FCE

Pero demos un vistazo al método para determinar la caja: El formato del libro se dispone a doble página y se trazan cuatro diagonales: dos de éstas cruzan a dos páginas, mientras que las restantes a cada página, los puntos donde se interceptan las diagonales (mayor y menor) son empleados para establecer el rectángulo del texto, también para indicar su colocación en el formato y hacer coincidir tres de los vértices del rectángulo con las diagonales. ⁷ Ver las figuras 33 y 34.

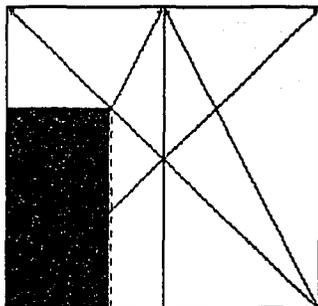
De esta manera se obtiene la caja y al mismo tiempo los márgenes. Si se requiere que el espacio de éstos no sea tan grande, se puede hacer crecer la caja tipográfica sobre la diagonal menor sin que pierda proporción, como puede verse en la figura 35.

6. Fondo de Cultura Económica.

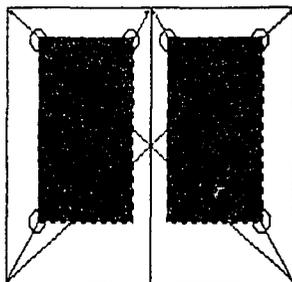
ob. cit.
Pag. 14

7. MARTÍN, Euniciano.

La composición en las artes gráficas.
Barcelona, España. Don Bosco. 1970.
8a Ed., 2 tomos. T I
Pág 411



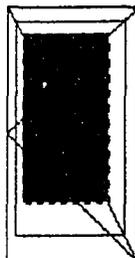
33. Obtención de la caja tipográfica



34. Ubicación de la caja en la página



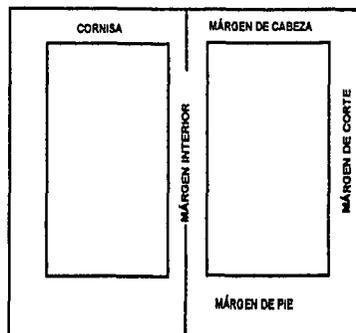
35. Caja obtenida



36. Caja ampliada

Las páginas de un libro cuentan con cuatro márgenes: Superior o de cabeza; inferior, de pie o falda; exterior o de corte, y finalmente de Interior o de lomo.

Así pues, los márgenes de corte y de lomo reciben el nombre de costados y su colocación en la página es variable, ya que en las impares el de corte queda a la derecha, y en el de lomo a la izquierda; en las pares ocurre lo contrario. ⁸



37. Márgenes

En lo que respecta a los libros con grandes ilustraciones son preferibles las páginas sin blancos cuando, éstas, requieran una apariencia llamativa. Las ilustraciones se ponen rebasadas con las que llevan blancos. Con una buena pauta, la configuración puede ofrecer un aspecto más estético. La relación entre los márgenes y sus proporciones puede provocar cierta influencia en la óptica del lector. Si éstos son demasiados cortos se podría generar en la percepción del individuo una idea de saturación de la página y crear una reacción negativa o de rechazo.

8. ZAVALA, Roberto
ob. cit Pag. 52-53

Por el contrario, si las zonas del margen son muy grandes, es fácil que surja la sensación de derroche, y se tenga la impresión de que el material impreso se extendió a todo lo ancho y largo de la superficie, es decir, podría pensarse que se pretendió abarcar más páginas de las requeridas.

Mientras que si manejamos una relación armónica y proporcionada entre las dimensiones de los blancos de cabeza, pie, corte y lomo, logramos un efecto tranquilizador y agradable.

Así pues, evitemos situar una mancha demasiado alta en la página, ya que ésta parece escaparse ópticamente hacia arriba. En el caso contrario, al colocar una mancha en la zona baja de la página, puede dar la impresión visual de caída.

Por ejemplo, si una caja de texto se encuentra bien situada en la página con respecto a la altura, pero los márgenes del lomo, corte y de cabeza cuentan con el mismo tamaño, surge siempre la impresión de incertidumbre y falta de interés.

Martín Euniciano indica que los márgenes deben aumentar de manera gradual, del margen del lomo al de pie, en el sentido de las manecillas del reloj. Para proporcionar los márgenes entre sí, el método más usual es dar al lomo la mitad del margen de corte; a la cabeza, una mitad más que al lomo; y al pie, aproximadamente, el doble que a la cabeza. Como diseñadores debemos tratar de conseguir las proporciones más atractivas para los blancos.

LOS CARACTERES

De acuerdo con José Martínez de Sousa el caracter es la figura o forma de un tipo. El llamado tipo no es otra cosa que la representación gráfica de cualquier clase de letra. Es decir, reciben el nombre de caracteres o tipos cada una de las grafías que conforman las líneas de texto de la mancha tipográfica.⁹

El tamaño del tipo depende de la dimensión vertical del cuerpo (es decir, la distancia desde la parte más baja de una letra con trazo descendente -g, p- hasta la más alta de una letra con trazo ascendente -b, h-). La unidad habitual de medida de los tipos es el punto. En algunos países europeos se emplea el sistema Didot, en el que el punto equivale a 0,0376 cm. En Estados Unidos, el punto es más pequeño, 0,0351 cm, que a veces se redondea a 1/72 de pulgada. Los tipos para textos van generalmente de los 8 a los 12 puntos. Equivalencia entre puntos y milímetros.

	EXACTAMENTE	APROXIMADAMENTE
1 punto	0,376065 mm	0,376 mm
4 puntos	1,504 mm	1,5 mm
1 cícero	4,512 mm	4,5 mm ó 12 pts
12 cíceros	54,144 mm	54 mm

Partes del tipo

Cualquiera que sea la familia y el tipo de letra, todas constan de partes "anatómicas" que las configuran y que a veces sirven para establecer el estilo al que pertenecen.¹⁰ Fig 38.

9. MARTÍNEZ, de Sousa José
ob. cit. Pag. 31

10. WATSON, Guphill Publications.
El arte de la tipografía, Introducción a
la tipo. Icono. Grafía.
Trad. Alfredo Cruz
España. Watson Guphill Inc. 1988. 4a
Ed Pág



38. Partes de la letra

CLASIFICACIÓN

Los caracteres se pueden clasificar por su figura, estilo o familia, también por sus elementos y por su ojo.¹¹

Por su figura, las letras pueden ser redondas, cursivas, negritas, minúsculas o bajas, versalitas y versales.

Se le llama *redonda* a la letra de trazo recto vertical y de forma circular, la *cursiva*, en cambio, es la de figura inclinada, parecida a la manuscrita pero sin rasgos de unión, se le llama también *itálica*, *bastarda* o *bastardilla*.

Negritas son las letras que tienen un trazo más grueso que la letra fina, blanca o normal; las hay cursivas y redondas.

Se llaman *bajas* o *de caja baja* a las letras minúsculas y versales, *altas* o *de caja alta* a las mayúsculas.

El nombre de *versales* proviene de la costumbre de iniciar los versos con éste tipo de letra, mientras que las *versalitas* son los tipos en mayúsculas de igual o parecido tamaño a las minúsculas del mismo cuerpo, tipo y clase.

11. MARTÍNEZ, de Sousa José
ob. cit
Pag. 32

redondas
cursivas
negritas
 minúsculas
 VERSALITAS
 VERSALES

39. Figuras de la letra

Por estilo o familia, se clasifican las letras en gótica, romana antigua, romana moderna, egipcia, paloseco o grotesca, caracteres de escritura o caligráficas y de fantasía.

Por sus elementos, las letras se clasifican considerando su asta y su gracia. Las hay de asta recta como la N, la T y la L; circular, como la O y la Q; semicircular, por ejemplo la C; y mixta, como la D y la R.

Roberto Zavala afirma que se llama familia al conjunto o colección de tipos y cuerpos de un mismo dibujo o trazo, es decir, de un estilo único obtenido a partir de un diseño básico.

Se calcula que hay más de tres mil tipos; aunque no son más que variaciones de cuatro familias fundamentales.



40. Familias fundamentales, de izquierda a derecha: palo seco, egipcia, romana moderna y romana antigua.

Futura fina

Futura seminegra

Futura negra

Futura super negra

Futura estrecha

Futura ancha

41. diferentes ojos o grosos de letra

Por su ojo, o grosor del caracter se clasifican en finas, seminegras, negra, supernegra; o bien, estrecha o ancha.

Se ha relacionado tradicionalmente con el arte de imprimir; el Diccionario de la Lengua Española conserva esta idea como primera acepción del término tipografía. Sin embargo, la transformación que se ha dado en las artes gráficas, gracias al avance tecnológico, permite diferenciar el trabajo de los editores y diseñadores, con el del impresor.

De tal suerte, la tipografía tiene un objetivo principal, presentar de manera armónica la información o contenido del libro: Los tipos de letra, los tamaños, la interlínea, el juego entre blancos.

Aunque no existen fórmulas básicas para todos los casos, la disposición de las letras que se han acogido en las páginas de los libros del FCE fue realizada con base en una tradición editorial que obliga a mantener características especiales que proporcionan al cliente una lectura agradable y sencilla, desde la cubierta hasta la última página del libro.

Por ello, es importante tener en cuenta que tanto la cubierta como las páginas interiores del libro reflejen una buena presentación; sin perder de vista, claro está, que el primer objetivo de la tipografía no es la decoración o el adorno, sino la utilidad, entendida ésta como la facilidad y agrado de leer.

Veamos esto con más detalle, al escoger el tipo debemos considerar que la cresta o parte superior de la letra facilite a la vista el recorrido por la línea, ya que estamos acostumbrados a leer sin detenernos en la parte baja de los caracteres, por lo que si acentuamos el movimiento horizontal del tipo (con los patines o remates) será más sencilla la lectura. Además, creo que las letras minúsculas y blancas son más cómodas y elegantes que las versales, las negras o cursivas.

Otro aspecto importante a considerar es el tipo de lector que va a consultar el texto, ya que no es lo mismo un estudiante que lee un libro de historia para sus clases, que otro alumno, cuya finalidad es leer una novela como pasatiempo.

LAS COLECCIONES DEL FCE

A parte de todas las clasificaciones de forma tamaño o uso, cada editorial clasifica sus libros en una área temática o colección, cada colección tiene características visuales muy específicas.

Las áreas temáticas del FCE son las siguientes:

Administración
Antropología
Arte
Ciencia y Tecnología
Derecho
Economía
Libros para niños
Literatura
Política
Educación y Pedagogía
Filosofía
Historia
Libros de texto
Psiquiatría y Psicología
Salud
Sociología

Así cada libro pertenece a un área específica y cada área a su vez estará compuesta de una o varias colecciones libros, dentro de las más importantes están las siguientes:

A la Orilla del Viento
Antropología
Archivo del Fondo
Arte Universal
Breviarios
Ciencia y Tecnología
Clásicos de la Historia de México
Códices Mexicanos
Colección Archivos
Colección Popular
Economía
Ediciones Científicas
Educación y Pedagogía
Entre la Guerra y la Paz
Entre Voces
Filosofía
Fondo 2000
Historia
Historias de México
La Ciencia Para Todos
Lecturas Mexicanas
Letras Mexicanas
Nueva Cultura Económica
Política y Derecho
Psicología y Psiquiatría
Sociología
Testimonios del Fondo
Tezontle
Tierra Firme

Más de una colección puede formar parte de una área temática al mismo tiempo que cada colección tiene un tema particular.

Por ejemplo A la Orilla del Viento, entre sus características de forma, estos libros están encuadernados en rústica, sin embargo también hay algunos otros que son encuadernados en pastas duras y se les denomina: Los especiales de A la orilla del Viento que son libros de formatos muy variados y coloridos tanto en el interior como en la cubierta.

La colección está dividida en varios niveles, según la capacidad y madurez lectora del público al que se dirigen. Para los niños que están aprendiendo a leer dedica breves historias acompañadas de atractivas ilustraciones que están impresas en papel couché para una mayor resistencia.

El trabajo con cada una de las distintas colecciones implica estar muy atento a sus características, es de capital importancia que el diseñador, una vez que se le asigne el proyecto de una cubierta, revise la colección a la que pertenece e identifique tanto las constantes que el libro debe presentar así como el tipo de solución visual que habrá de darle a su cubierta.

Por ejemplo en la colección Popular, que es de las más reconocidas, podemos encontrar libros muy distintos entre sí, esto es por que no existen constantes definidas a respetar para la solución visual, lo mismo se puede utilizar un collage fotográfico, una ilustración, un grabado o formas geométricas.

Las imágenes pueden ir rebasadas o delimitadas por plastas de color. Los aspectos tipográficos son determinados por el diseñador, desde la elección de la familia, su arreglo, disposición y color.



42 y 43. Dos libros de A la Orilla del Viento



44, 45, 46 y 47. Cuatro libros de la colección Popular

En general la colección Popular brinda mucha libertad de creación, no hay que preocuparse tanto por el que el tratamiento visual de la imagen sea familiar al de otros libros de la misma serie, los colores o la ubicación de los elementos, sino más por darle al libro un rostro agradable, interesante y muy representativo del contenido.

También existen colecciones donde habrá que ubicar los elementos de una manera más precisa o la utilización de ciertos colores muy específicos y en general respetar características predeterminadas por el diseñador de la colección.

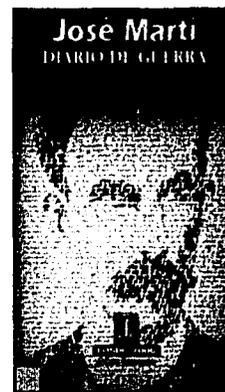
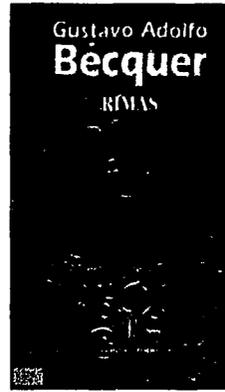
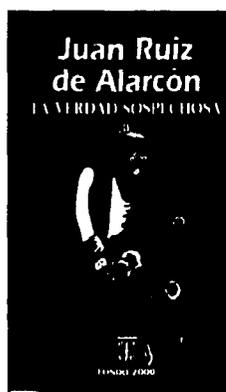
Lo anterior puede ser el caso de Fondo 2000 donde la imagen en la primera de forros siempre va rebasada de los cortes e incluso cruza por el lomo y llega a ocupar 1.5cm de la cuarta de forros, lleva un degradado del corte de cabeza hasta

4cm de la primera de forros, el nombre del autor y el del libro tienen asignado siempre el mismo color y tipografía.

Por ejemplo en esta colección hay que ser cuidadoso al diseñar la imagen, para que alguna parte importante no sea omitida al colocar la tipografía, los colores elegidos deben crear contraste con ésta última ya que de otra manera podría verse afectada la visibilidad de los títulos, etc.

En la parte superior de la primera de forros, debe aplicarse un degradado, por lo general de negro al color que domine el fondo para que se cree un adecuado contraste con la tipografía que siempre es de color amarillo.

Así cada una de las colecciones impone un reto diferente. En aquéllas colecciones que manejan constantes muy

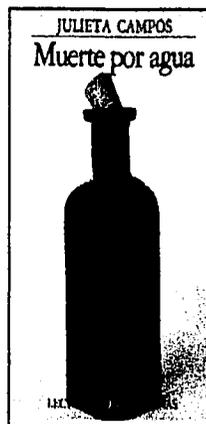


48,48,50y 61. Cuatro libros de la colección Fondo 2000

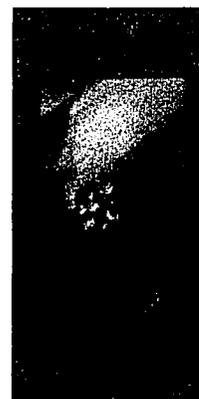
específicas el reto es que la solución visual de la cubierta sea muy familiar pero diferente de los demás libros de la colección y aquellas donde no existen dichas constantes, el diseñador tiene mucha libertad en el manejo visual de todos los elementos por lo que se le exige mucho más que el libro destaque de entre los otros.



62. Libro de la colección Tierra Firme



63. Libro de la colección Lecturas Mexicanas



64. Libro de la colección Especial Infantil



65. Libro de la colección Historias de México



66. Libro de la colección La ciencia desde México

LA PRODUCCIÓN DEL LIBRO

Aunque cada libro dependiendo de su colección tiene características de forma que lo hacen diferente de un libro de otra colección, en esencia los libros son iguales ya que siguen el mismo proceso para su producción.

Esta producción es un proceso complejo que involucra a un gran número de personas en la editorial (editores, correctores de estilo, traductores, formadores de páginas, diseñadores e impresores, entre otros), cada uno desarrolla una labor específica, la cual se entrelaza con la de los demás, hasta concluir en la distribución y venta del libro.

La producción de un libro no es trabajo sencillo, debe ser una labor ordenada; aquí la responsabilidad de organizar y coordinar a todas las personas involucradas en el proceso es la editorial.

La palabra editar, definida por José Martínez de Sousa¹², se refiere a contraer un compromiso con la sociedad a la que se pretende servir. La función del editor es ser el intermediario entre el creador del libro o generador de cultura (emisor) y el receptor de esa cultura (destinatario).

También puede considerarse que la edición es, por un lado, el conjunto de operaciones y pasos previos a la publicación de un impreso cualquiera. El editor es la persona, equipo de trabajo, empresa o institución que tiene la tarea de publicar un producto impreso.

12. *Ibidem* pag 15

El libro como ya lo mencioné antes, es un impreso de compleja realización, comprende varias etapas importantes, cada una de las cuales es decisiva para la edición y el resultado final.

Como cualquier otro producto industrial, debe ser desarrollado conforme a un orden establecido de operaciones, teniendo como objetivo lograr un precio competitivo a través de los no retrasos. Bueno, pero veamos algunas de las etapas más significativas del proceso de producción del libro.

LA CREACIÓN

El primer paso para la publicación de un libro es la creación, la cual implica la existencia de un autor, es decir, la persona que plasmará su idea en un original. Puede tratarse de un individuo o de un equipo, éstos pueden ser externos a la editorial.

El siguiente paso que da el editor es someter la obra ofrecida a los asesores, quienes a su vez emiten un informe que incluye comentarios sobre la originalidad de la obra, su oportunidad, tratamiento, enfoque del tema, las semejanzas con otros trabajos en el mercado y el posible destinatario. Si el dictamen es positivo se realiza un presupuesto de tanteo para conocer la incidencia económica y el posible precio de venta.

Cuando el proyecto es aceptado por el editor se pasa a la firma del contrato, en el que se fijan las condiciones de edición y distribución de la obra, así como otros detalles de utilidad para ambas partes.

Ahora bien, el editor no está a expensas de que le lleguen o no proyectos; él puede encargarlos, bien sea a un autor en concreto o a un equipo de personas, de esta manera tendrá material disponible para complementar sus colecciones, iniciar una nueva, o simplemente para tratar de manera pronta un tema de actualidad.

También, el editor puede buscar, fuera del país y en otros idiomas, obras que resulten interesantes o necesarias.

En un caso como éste, tras los informes positivos de los asesores, se solicita una opción de traducción, es decir, el derecho de traducirla a la lengua requerida; se inician entonces las transacciones para conseguir las mejores condiciones, una vez resuelto esto, se fijan un contrato. La obra pasa a manos del especialista, que de preferencia debe ser conocedor del tema a tratar.

CORRECCIÓN DE CONCEPTO

Cuando es necesario, se somete la obra a una corrección de concepto, comúnmente este trabajo es aplicado a los textos traducidos de temas científicos o técnicos, esta labor la ejecuta un especialista en la materia. Esto tiene como fin evitar las malas interpretaciones en las que haya caído el traductor, pues aunque conoce muy bien su trabajo, no es un experto del tema de la obra.

CORRECCIÓN DE ESTILO

Esta operación se ejecuta después de la revisión técnica, tal tarea de corrección tiene como objetivo la preparación literaria

del original. Se debe aplicar a los originales en español como a las traducciones, y siempre es más conveniente una mirada global y directa de todos los textos.

El corrector de estilo es una persona con amplia formación cultural, y es él quien debe corregir las fallas gramaticales (de sintaxis y ortografía) que contenga la obra. Además, la persona encargada de esta tarea tiene que ser prudente y saber cuando corregir, y cuando no hacerlo.

Asimismo, el corrector no debe olvidar la regla básica de que él no corrige el estilo (que pertenece al autor), tampoco tiene que rehacer literalmente una obra; pues si el contenido es deplorable, será mejor devolverla a su autor o traductor. Como segunda regla, sólo ha de corregir aquello que así lo requiera, teniendo presente la primicia de oro: no tocar un original si su presentación es tan correcta que no la necesita. A veces, algunos correctores de estilo, para justificar su trabajo sólo sustituyen ciertas palabras por sinónimos de menos propiedad que las formas empleadas por el autor o el traductor. Tarea que no merece aprobación.

INTERPRETACIÓN TIPOGRÁFICA DEL ORIGINAL

La adecuación del original, desde el punto de vista tipográfico, es absolutamente necesaria en la mayor parte de las obras, sobre todo en aquellas que presentan cambios constantes de cuerpo, tipo de letra, medida, o las que tienen tablas, notas y citas, entre otras. Esta operación consiste en indicar cómo se compone todo elemento gráfico que difiera de los tipos redondos del cuerpo general del libro; tal función no es fácil,

por lo tanto tiene que ser ejecutada por una persona competente y conocedora de las maneras de disponer un texto. Al terminar este proceso en el original, se envía al área de composición electrónica.

COMPOSICIÓN

Una vez que el original del autor o la traducción se ha corregido y marcado con las especificaciones editoriales pertinentes, se procede a la captura del texto.

El objetivo de tal tarea es conservar en un archivo la información que habrá de componer el volumen. La captura puede realizarse de manera tradicional, o mediante el uso de un escáner que permita digitalizar el texto. Debemos tomar en cuenta que el empleo de tal tecnología dependerá de la claridad del texto y de si éste cuenta o no con correcciones que puedan dificultar la operación.

Una vez que el texto ha sido capturado y almacenado en un archivo electrónico, se realiza la formación del mismo con un programa de edición. A través de éste, se desarrollan los parámetros editoriales que se han marcado para el libro: tamaño de caja, familia tipográfica del texto, transcripciones y notas; además, agregamos los detalles tipográficos: capitulares, cornisas, primera línea de capítulo y otros más que deban aparecer conforme al diseño del libro.

Debo resaltar que, como se vio antes, los libros pertenecientes a una colección del FCE, cuentan con características predeterminadas, las cuales se habrán de conservar (tamaño, caja o mancha tipográfica). Sin embargo, si el libro es nuevo y no

pertenece a ninguna de las colecciones, entonces se le asigna a un diseñador el desarrollo del proyecto, quien determinará todas las características interiores y exteriores del libro.

Quisiera puntualizar que en esta operación se tienen que respetar todas las normas de composición establecidas por escrito. Tales indicaciones pueden figurar en el propio original, o bien, ser añadidas en hojas aparte.

Conforme a la tradición tipográfica, la primera prueba obtenida de la formación se llama galera; aunque hoy, las primeras pruebas ya formadas se presentan al tamaño del libro. Estas galeras son leídas por el corrector de galeras, quien verifica que el texto esté completo, que haya sido capturado correctamente, y que las indicaciones de marcaje se hayan respetado.

Después, las galeras leídas y corregidas son regresadas al formador, quien ejecuta las correcciones indicadas, posteriormente entrega un nuevo juego de texto para su lectura. Este, llamado primeras planas, es nuevamente leído y corregido.

El libro tiene tres lecturas para su corrección y una contraprueba para verificar que todas las correcciones fueron incorporadas.

Una vez que el editor da el visto bueno a las pruebas se procede a la impresión de originales o pruebas de alta resolución. Luego, éstas se envían, junto con el archivo digital del original trabajado, a un despacho de pre prensa, con el fin de obtener los negativos que servirán para la impresión final.

DESARROLLO DEL FORRO O CUBIERTA

De manera paralela al proceso de captura de texto y la formación de cada una de las páginas del libro, se trabaja en el área de diseño lo que habrá de ser la cubierta del libro, tema central de este proyecto.

Ahora bien, pongamos atención al siguiente aspecto: cuando el libro pertenece a una colección, el diseñador sólo se encarga de realizar la imagen para la primera de forros; sin embargo, si el libro no está dirigido a ninguna colección, se desarrollan y determinan todos los elementos de la primera de forros, del lomo y la cuarta de forros.

Comúnmente, se desarrollan varias propuestas o bocetos para elegir de entre ellas, la elección de la cubierta suele llevarse a cabo en las editoriales, al más alto nivel. Una vez aprobado un boceto (tal como fue presentado o con cambios) se procede a realizar del original final de la cubierta, que puede estar a todo color o una o dos tintas, dependiendo del estilo y características que marque la colección.

Después, cuando ya están terminados los interiores y la cubierta, a través de la computadora, se ordena la producción de negativos y se manda a imprimir, enseguida viene el proceso de encuadernación.

LA ENCUADERNACIÓN

Este proceso se realiza fuera de la editorial, en la encuadernadora e impresora Progreso, aquí se obtienen los pliegos impresos en rama o tal y como se apilaron al salir de las

máquinas impresoras. Por lo regular los editores, y eventualmente los impresores, doblan a mano los pliegos de un ejemplar debidamente encajado, es decir, metido en el forro como si ya estuviese terminado. En ese modelo el encuadernador verá el grosor del libro y determinará el tamaño del lomo así como los cortes que tendrá en cabeza, costado y pie para llegar al tamaño final.

Los pliegos de papel que conformarán el libro se pueden doblar a mano o en una máquina pero siempre cuidando que la paginación siga un orden correlativo y que los folios, comisas y demás elementos coincidan al mirarlos a contraluz. Doblados todos los pliegos se apilan o alzan y se pasan a la guillotina, que realizará cortes a los cuatro lados incluso en el lado del lomo y en esta parte se le aplicará pegamento para unir las hojas y la cubierta por medio del lomo.

El libro sale de la encuadernadora listo para ser distribuido en las distintas librerías del Fondo de Cultura Económica, tanto en México como en cualquiera de los países donde existen filiales.

Pasemos ahora a conocer la parte más importante del libro de acuerdo con los intereses de este estudio.

2

LA CUBIERTA
Y SUS FUNCIONES

¿QUÉ ES UNA CUBIERTA O FORRO DE LIBRO?

En el capítulo anterior abordé el tema del libro enfocándome principalmente a la parte interna. Ahora, trataré lo relativo a la parte externa, tema central de este proyecto: la cubierta.

La cubierta, es la parte externa del libro en su totalidad. Es la envoltura de papel que protege a un libro en rústica, en donde el forro es del mismo tamaño que las hojas. Está formada por la primera, segunda, tercera y cuarta de forros, así como por el lomo. Desde luego, todo esto debe explicarse a detalle, veamos:

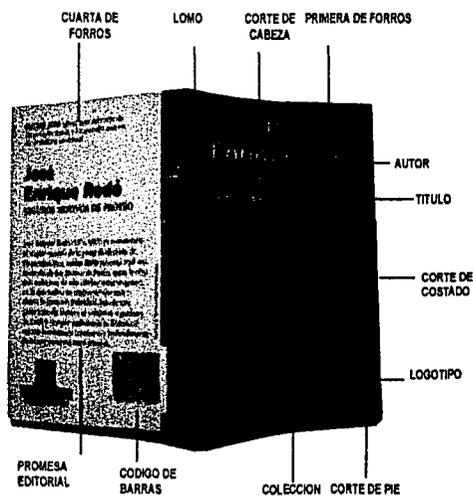
Como se indicó antes es en la primera de forros donde se ubica la imagen y los datos (el título del libro, el autor, el nombre de la editorial y el logotipo de la misma).

En la cuarta de forros o contracubierta se coloca, en algunos casos, un texto alusivo al contenido del libro llamado promesa editorial, el código de barras, algunas veces, el logotipo de la editorial y los créditos del diseñador, el ilustrador o el fotógrafo.

La segunda y tercera de forros pueden considerarse parte de la cubierta aunque estas partes se consideren en el interior del libro, son parte de la misma pieza de cartulina que protege

el libro. Como en la mayoría de los casos van en blanco no se les concede tanta importancia.

También pueden considerarse como "partes" de la cubierta los distintos cortes alrededor de la misma, que son el corte de pie costado y cabeza.



67. Partes de la cubierta de un libro

Cabe mencionar que es común confundir los términos cubierta, portada y sobrecubierta. Y aunque todos éstos designan una parte específica del libro, no aplica para todos los casos.

Recordando lo señalado en el apartado anterior: técnicamente, la portada es la página del libro en la que aparecen los datos del mismo, tales como autor, título completo del libro, el subtítulo si es que existe, el nombre de la editorial con su respectivo logotipo, así como su dirección y el año de su publicación. La sobrecubierta, por su parte, es el forro de papel o de plástico que protege a un libro de pasta dura y que es separable del mismo. Habitualmente, tiene prolongaciones laterales que se doblan hacia dentro, se les da el nombre de solapas y pueden contener datos sobre el autor, su fotografía, una síntesis de la obra o la mención de otros títulos. Por lo general la sobrecubierta se utiliza para proteger los libros con pasta dura.

FUNCIONES DE LA CUBIERTA

Básicamente, la cubierta contribuye a que se evidencie y comprenda con mayor facilidad el contenido del libro, y tiene como objetivo motivar al lector, y llamar su atención. Para definir las funciones de la cubierta tomaré como base a Reinhard Schubert¹³ que propone las siguientes:

Función comunicativa:

- Expresar algo del contenido.
- Transmitir el carácter del libro.
- Transmitir su vinculación con una serie.

- Ser representativo de la editorial.
- Ilustrar el título.

Función publicitaria:

- Llamar la atención sobre el libro.
- Ofrecer un estímulo para la compra.

Función expresiva:

- Hacer que el libro se vea bien.
- Ser propiamente un buen producto de diseño.

Función protectora:

- Proteger el libro

Partiendo de lo anterior y teniendo en mente la cubierta de un libro de una colección cualquiera del FCE, a continuación presento un análisis de cada una de las funciones propuestas.

Función comunicativa

Siento que el primer punto correspondiente a ésta función es poco específico: "Expresar algo del contenido". Ahondando un poco más, considero que el trabajo del diseñador de una cubierta debe siempre ir más allá de expresar algo, ya que lo anterior puede entenderse como si el diseñador pudiera tomar cualquier elemento o elementos que sean mencionados en la obra y ponerlos en la imagen de la cubierta. Personalmente, creo que se trata de crear un discurso visual con elementos evocados por el texto y que en conjunto transmitan el concepto nuclear de la obra. Aunque si el planteamiento de Schubert se refiere a la promesa editorial podría presentarse más lógico sin

13. SCHUBERT, Reinhard.
Diseño de libros, en *Libros de México*, Num. 11, México, Otoño, 1987, CEPROMEX. Pág 31-34

embargo también el texto de la promesa editorial puede en un par líneas dejar ver el concepto central de la obra.

De lo anterior puede concluirse que no se trata sólo de expresar algo sino más bien de expresarlo todo o lo más posible. Aunque lo anterior pudiera parecer en algún modo exagerado, no lo es, pues el diseñador tiene un gran compromiso al hacer una cubierta pues de esto depende que el libro pueda venderse o quedarse en un rincón de la librería.

El siguiente punto es la transmisión del carácter del libro, este punto se refiere a que con los elementos que presente la cubierta, texto, imagen, etc., el lector pueda determinar el tipo de obra de la que se trata, el género, tema e incluso el enfoque.

Para que el libro pueda transmitir su vinculación con una serie, el diseñador debe involucrarse en una revisión de las características formales de las colecciones de la editorial o las que le han sido asignadas para determinar las constantes en cuanto al tratamiento de la imagen y la libertad que cada colección da para ello.

Si ésta revisión no se realiza, el diseñador corre el riesgo de que su cubierta pueda ser rechazada por el jefe de proyecto si no guarda familiaridad ya sea con los tratamientos de los otros libros de la colección o en general con la imagen que la editorial intenta proyectar.

Si el diseñador respeta las constantes predeterminadas para cada colección logrará que el libro sea representativo de la editorial.

Otro punto de los que señala Schubert es que se ilustre el título del libro, esto puede ser así o no, todo depende de lo que el contenido del libro evoque al diseñador. Este punto no debe entenderse como que el diseñador parta del título para generar la imagen.

Por ejemplo un libro con el título el Árbol Verde no necesariamente habla de un árbol de éste color, podría estarse usando ese título en sentido figurado o metafórico y si se diseñara la cubierta de este libro tratando de ilustrar dicho título, probablemente presentaría en la cubierta un árbol verde aunque el texto hablara del crecimiento de la esperanza. El tratar de ilustrar el título para solucionar la cubierta es la mayoría de las veces una estrategia que lleva al fracaso del diseño además de que ésta estrategia no brinda, al posible lector más elementos que le permitan determinar el tema o contenido de la obra.

El texto y la imagen deben complementarse y presentar dos discursos paralelos que se unan para formar un concepto global.

Al llegar a una solución visual partiendo del texto invariablemente se ilustrará el título de la obra aunque no sea de una manera tan directa o referencial.

En general la función de comunicación en la cubierta tiene como objetivo describir de manera global al libro y su posible contenido; al mismo tiempo, permite identificarlo, básicamente indica cómo se titula, quién lo escribió y quién lo produce, en otras palabras incluye: título y subtítulo, autor, nombre y logotipo de la editorial.

Esta función comunicativa, como lo evidencia su nombre, establece una comunicación con el posible lector, de tal manera, que el mensaje presentado en la cubierta pueda ser comprendido por éste. Para ello, deben ser empleados los códigos para el tipo de lector al que va dirigido el libro; es decir, el diseñador utilizará los elementos visuales y de lenguaje que puedan ser reconocidos e interpretados por el lector.

Debo resaltar la importancia que juega la disposición de los elementos de la cubierta, de texto e imagen. Es recomendable contar con el tamaño, ubicación y contraste que permitan la legibilidad, sin olvidar la unidad y la armonía formal, pues facilitan la comunicación con el receptor.

Un aspecto que comúnmente genera problemas en el diseño de cubiertas es la elección del estilo de la imagen o la técnica de representación que se utiliza para el desarrollo de ésta.

Debido a que las posibilidades ofrecidas por los programas de edición digital de imagen son muy variadas, se puede caer en el abuso de las variantes de esta herramienta electrónica.

Lo importante es desarrollar un tratamiento adecuado de los elementos de la imagen, que sea no sólo atractivo e impactante, sino también funcional. Todo ello, con el fin de orientar al lector hacia el carácter y contenido del libro.

Asimismo, hay que buscar que la percepción del mensaje sea fácil, para ello, es aconsejable usar una imagen clara y bien definida. Otro aspecto que hay que tomar en consideración, es la legibilidad de la información.

En el caso de la tipografía, la legibilidad estará condicionada por el tipo de fuente, el tamaño, su estilo, arreglo, interlineado, longitud y ubicación, así como por el color, ya que si ésta no tiene un adecuado contraste con el fondo, no será posible su lectura.

La información tipográfica tiene distintas jerarquías, las cuales le conceden diferentes niveles de importancia. Por ejemplo, habrá libros donde el título sea el elemento que más tenga que sobresalir; en otros casos, quizá sea el nombre del autor al que se conceda un nivel de mayor importancia.

Así pues, el diseñador posee diversas variables para proporcionar una mayor relevancia a la información que lo requiera, ya sea la manipulación de la tipografía, su estilo e incluso su color o composición.

Finalmente, cabe destacar, que la función comunicativa permite la identificación del libro como producto de una editorial específica, pues las decisiones que tome el diseñador estarán vinculadas con las políticas editoriales creadas para conservar la identificación de la imagen.

Función publicitaria

Como todos sabemos, un corte de cabello, un concierto, unas vacaciones, la asesoría de un abogado o un libro, son productos. Un producto es todo aquello que se ofrece a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo, y que puede satisfacer una necesidad; incluye objetos materiales, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.

El libro como tal es un artículo de venta. Y sin duda, el diseño de la cubierta y de las páginas interiores favorecen esta condición; por lo tanto, una vez reconocido este aspecto, el editor tiene que dar la mayor importancia posible, tanto a la elección del manuscrito, como al diseño del producto.

Desde el enfoque publicitario, el propósito principal de la cubierta es vender el libro y cada elemento en el diseño de la cubierta debe estar enfocado hacia esta meta. Todos los elementos de la cubierta deben crear un efecto en los posibles compradores que los motive a comprar el libro.

El diseñador gráfico debe usar toda su técnica para aplicar sobre este soporte bidimensional el mensaje mercadológico de la editorial.

Debe llamar la atención de los posibles lectores en la librería, debe lograr que el libro sobresalga de entre otros que están a su alrededor y que son sus competidores, debe impactar la retina del comprador con distintas técnicas de contraste o armonía gráfica; el diseño debe tener una especie de poder de atracción, debe interesar al lector e invitarlo a que tome el libro en sus manos, que lo observe, que lo lea. La imagen debe "hablar" tan bien del libro como para que el comprador desee poseerlo, debe aplicar todos los recursos de seducción para provocar el deseo de posesión, buena parte de esto es misión de la promesa editorial, ya que este texto debe hacer pensar al lector que este libro es de fundamental importancia que sea leído por él y de ésta manera se realice la compra.

De esta manera, es imprescindible un diseño atractivo para que el libro desarrolle su efecto publicitario, el cual consiste en:

- Llamar la atención.
- Satisfacer las exigencias del lector.
- Despertar la curiosidad del observador
- Animarle analizar el libro.

Función expresiva

Aquí no es suficiente que el forro se vea solamente bien, sino que, además, requiere ser expresivo; es decir, las formas, colores y tipografía no sólo han de poseer legibilidad, sino también un tratamiento visual que refuerce el significado conceptual de la obra, y que al mismo tiempo promueva la imagen de la editorial.

Es en este proceso donde entra en juego la creatividad del diseñador y el manejo adecuado de las herramientas que tiene a su alcance; si aquí logramos dar cualidades expresivas y variadas a la imagen, el libro se verá bien apoyado, y expresará el concepto fundamental de la obra. Sin olvidar, por supuesto, los lineamientos editoriales, ya establecidos, y que regulan el concepto de la obra.

El tratamiento apoyado en el color y la solución visual pueden expresar conceptos tales como la versatilidad, la estabilidad, fragilidad, orden, dinamismo.

El nivel expresivo de la cubierta comunica una actitud y un estado de ánimo.

Esta función abarca también a la función de comunicación, por lo tanto, parte de las condiciones para que se lleve a cabo la comunicación buscando y proponiendo algo visualmente diferente, para lo que el diseñador puede recurrir a distintas estrategias como el manejo de distintas composiciones,

encuadres, ángulos y proporciones de la forma, en diversos contrastes formales, tonales y de color aplicando siempre el tratamiento que exprese mejor el mensaje.

Puede decirse que el género determina en alguna medida el carácter iconográfico de la cubierta; así tenemos una gran diferencia entre el diseño de una cubierta para una novela histórica que para un libro de texto de historia.

Función de protección

El éxito de esta función dependerá directamente de una serie de aspectos técnicos ligados con la elección del papel; pues éste, debe poseer las características necesarias para lograr la resistencia a la manipulación constante y a las condiciones del medio ambiente. Asimismo, incide de manera significativa en la buena recepción de tintas de impresión.

Por ello, debemos emplear papel de mayor grosor, comúnmente se usan las cartulinas. Obviamente, la obtención de las mejores cartulinas depende del presupuesto que se destina para la producción del libro, o de las características previamente determinadas para cada colección.

En términos generales, el papel de algunas colecciones del FCE tiene un laminado que ofrece cierta impermeabilidad. O en su defecto, papeles con cierta resistencia a la humedad.

Otro aspecto importante, y que influye en ésta función, es la calidad con que se realiza el proceso de encuadernación. Un factor más que incide, es el obtener una formación con calidad, y ésta es visible, cuando existe una correspondencia exacta

entre el ancho del lomo de la cubierta y el ancho de las hojas unidas, lo cual permite que la cubierta ajuste perfectamente y no se desprenda con facilidad.

Tengamos, pues, presente que el objetivo principal de la cubierta es comunicar por medio de un mensaje visual expresivo y funcional. Para lograrlo, el diseñador necesita tener el conocimiento de un modelo de comunicación, y aprender las bases para la creación de mensajes visuales; puntos que explico a continuación.

LA COMUNICACION EN LA CUBIERTA

De la definición de las funciones de la cubierta derivan las condiciones visuales y técnicas que habrá de presentar la misma.

La imagen de la cubierta debe cumplir con las funciones específicas señaladas en el apartado anterior, entre las que destaca la función de comunicación que debe establecerse con el posible lector, ya que de ésta depende en buena medida el que se concrete la venta.

La cubierta tiene la difícil tarea de comunicar de manera legible e informativa el contenido conceptual del libro. Buscando, obviamente, transmitir una parte del carácter y esencia de la obra.

El diseñador elige una serie de elementos que los posibles lectores reconozcan y puedan interpretar con facilidad, a través de éstos elementos se genera la idea global del libro, los elementos que habrán de conformar la cubierta son signos con un significado independiente que transportados al soporte adquieren en conjunto un nuevo significado.

Para llegar a la creación de una imagen que presente el concepto nuclear de una obra a través del uso de signos, es necesario tener el respaldo de conocimientos en torno al esquema básico de comunicación.

En su retórica Aristóteles plantea tres componentes en la comunicación: el orador, el discurso y el auditorio. La mayoría de los modelos de comunicación son similares al de Aristóteles, aun en cierta forma más complejos.

Los científicos Shannon y Weaver plantearon un modelo de comunicación electrónica que era bastante compatible con la teoría de Aristóteles y que propone como componentes de la comunicación los siguientes elementos: 1) una fuente 2) un trasmisor 3) una señal 4) un receptor y 5) un destino.

Existen muchos otros modelos del proceso de comunicación y las diferencias que existen entre ellos son relativas a la terminología o a la adición o sustracción de elementos y a distintos puntos de vista.

David Berlo explica un modelo de comunicación integrando las constantes de otros modelos. Dicho modelo es aplicable a distintas situaciones de comunicación como el diseño y es el que se describe a continuación.¹⁴

La comunicación tiene una *fuentes*, es decir una persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación. Una vez dada la fuente con sus ideas, necesidades, intenciones, información y un propósito por el cual comunicarse, se hace necesario un segundo componente.

El propósito de la fuente tiene que ser expresado en forma de *mensaje*. En la comunicación humana un mensaje puede ser considerado como una conducta física: traducción de ideas, propósitos e intenciones en un código, en un conjunto sistemático de símbolos. La imagen en la cubierta así como el texto en la cuarta de forros son el mensaje.

¿Cómo llegan a traducirse en un código los propósitos de la fuente? A través de un tercer componente, un *encodificador*,

14. BERLO, K David
El proceso de la comunicación.
Introducción a la teoría y a la
práctica.
El Ateneo, 3a edición Argentina,
1982. Pág 25-32

que es el encargado de tomar las ideas de la fuente y disponerlas en un *código*, expresando así el objetivo de la fuente en forma de mensaje.

A los anteriores se añade un cuarto elemento: *el canal*. Los canales pueden ser considerados en distintas formas. Por el momento basta decir que un canal es un medio, un portador de mensajes, o sea un conducto. Es exacto decir que los mensajes sólo pueden existir en algunos canales. Pero a pesar de esto la elección de los canales es, a menudo, un factor importante para la efectividad de la comunicación.

Hasta este momento he descrito cinco elementos: una fuente, un encodificador, un mensaje, un código y un canal, con sólo estos elementos ninguna comunicación se ha producido. Para que ocurra hace falta alguien en el otro extremo del canal. Ese alguien pueden ser llamado *receptor* de la comunicación.

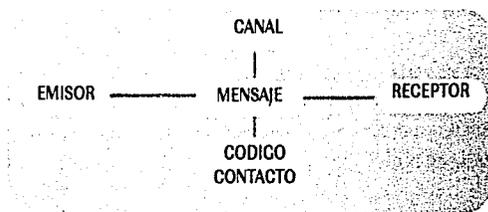
En términos psicológicos, la fuente trata de producir un estímulo. Si la comunicación tiene lugar, el receptor responde a ese estímulo: si no responde, la comunicación no ha ocurrido.

Así como la fuente necesita un encodificador para traducir sus propósitos en mensajes, para expresar el propósito en un código, al receptor le hace falta un decodificador para retraducir el mensaje y darle la forma que sea utilizable para el receptor.

En la comunicación de persona a persona el encodificador podría ser el conjunto de facultades motoras de la fuente, por esa misma razón podemos considerar al decodificador de códigos como el conjunto de facultades sensoriales del

receptor. En las situaciones de comunicación de una o dos personas los sentidos pueden ser considerados como el descifrador de códigos.

Con todo lo anterior podemos esbozar un esquema del proceso de comunicación: el emisor por un lado cubrirá una función específica, lo mismo sucede con el receptor en el lado opuesto, mientras que las funciones restantes quedarían inscritas en el centro, es decir, en el área del mensaje.



MODELO DE COMUNICACIÓN EN EL DISEÑO DE CUBIERTAS

Transportado al contexto editorial, en el diseño de cubiertas la fuente es la editorial, el encodificador es el diseñador, el mensaje es el que se desarrolla en forma de imagen en la cubierta, enlazando a la editorial y al lector a través de los diseño gráfico.

Componentes y funciones

El emisor del diseño confirma en primer lugar la formulación de mensajes, este papel le corresponde a la editorial, sin importar su tamaño, ubicación sectorial, antigüedad, ideología

o mercado. Su labor empresarial es insertar productos en un mercado. Es un emisor activo, y planifica la creación de los mensajes.

El diseñador, por su parte, es el **encodificador** de los mismos. Es quien ejerce la interpretación creativa de éstos, y los pone en un código inteligible al lector.

El **código** es todo grupo de símbolos que puede ser estructurado de manera que tenga algún significado para alguien. Los idiomas son códigos. Todo aquello que posee un grupo de elementos y es un conjunto de procedimientos para combinar esos elementos en forma significativa es un código.

Jhon Fiske propone dos tipos distintos de códigos, los de banda ancha y los de banda estrecha.¹⁵

Banda ancha: Estos códigos son compartidos por los miembros de una audiencia masiva y se basan en la experiencia colectiva.

Banda estrecha: Como contrapartida los códigos de banda estrecha apuntan a una audiencia definida y limitada (generalmente los que han decidido aprender esos códigos). De tal suerte que los códigos de banda estrecha pueden ser comprendidos únicamente por una experiencia educativa e intelectual específica y no por las experiencias comunitarias. Si comparamos un libro enfocado al análisis demográfico de la sociedad azteca contra una obra orientada a los niños o público en general, las diferencias en el uso de los signos serán marcadas.

Probablemente lo más evidente es que el público del primer libro comprenda la cubierta del segundo, mientras que el del segundo, no comprenda la del primero. Esto se debe a que las cubiertas de cada uno de los libros se desarrollan para que el mensaje utilice los signos comprensibles a cada receptor.

Los códigos y los signos de una cubierta de libro operan en los tres órdenes siguientes:

En el individuo. Este debe ajustarse a las reglas de un grupo viviente o sociedad, lo que no le impide actuar con independencia, poseer capacidad para pensar, sentir o percibir con autonomía. Es sin duda un arte presente.

La sociedad. Se crea a partir de un grupo organizado de individuos que están en plena actividad dentro de ella. En cuyo interior no sólo hay una masa homogénea de miembros, sino también, especialistas capaces de hacer ciertas cosas superlativamente bien, mientras que la elaboración de las tareas restantes se dejan a cargo de los demás. Cada sociedad adopta diferentes formas de vivir, de esta manera, una es distinta de la otra.

La cultura. Es la forma de vida de cualquier sociedad sin distinción de clases sociales. Por dicha razón, no hay individuo ni sociedad que carezcan de cultura, todo ser humano forma parte de ésta, y es portador de ella.

El mensaje es el resultado material del diseño gráfico. Un mensaje gráfico es un conjunto de signos extraídos de un código determinado, y que son ensamblados en un cierto orden. Por medio de estos signos, y sus reglas combinatorias,

15. FISKE, Jhon. *Introducción al estudio de la comunicación*. Norma, Colombia 1984. Pág. 34-37

se construye el sentido, emerge el significado y la información, esto es la esencia del mensaje.

También, podemos entender a la cultura como el legado que nos hereda los miembros de una sociedad; esa herencia es la conducta y los resultados que van evolucionando de ella, y que a su vez, son organizados en un todo, llamado modelo.

El modelo se comparte y se transmite en cada una de sus partes a los otros miembros de la colectividad para que los aprendan y los pongan en práctica. En conclusión, se puede decir que la cultura es la práctica de las actividades políticas, deportivas, religiosas, o de cualquier otra índole dentro de una sociedad.

LA COMUNICACION VISUAL

El que la cubierta cumpla con las funciones publicitarias y de expresión depende de la utilización adecuada de los elementos básicos de la comunicación visual.

Varios autores coinciden en el hecho de que la comunicación visual no posee reglas precisas para la expresión o comprensión de los mensajes visuales.

Wicius Wong menciona que a diferencia del lenguaje hablado o escrito, cuyas leyes gramaticales están más o menos establecidas, el lenguaje visual carece de leyes obvias. Cada teórico de diseño puede poseer un conjunto de descubrimientos distintos por completo.¹⁶

Así mismo Andrea Dondis señala que no existen modelos, sistemas o metodología para la expresión y comprensión de los mensajes generados. Pero sí existen elementos básicos con los que el diseñador puede trabajar bajo técnicas manipuladoras para generar mensajes visuales claros.¹⁷

Wong menciona también que un diseñador puede trabajar sin un conocimiento consciente de ninguno de tales principios, reglas o conceptos, por que su gusto personal y su sensibilidad a las relaciones visuales son mucho más importantes, pero una profunda comprensión de ellos habrá de aumentar en forma definida su capacidad para la organización visual.

LOS ELEMENTOS BÁSICOS

Los elementos básicos fundamentales en un diseño son la línea el punto, el plano y el volumen, que de acuerdo con Wicius Wong pueden ser conceptuales o visibles.

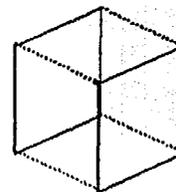
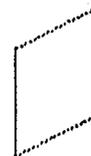
Los elementos conceptuales. No son visibles. No existen de hecho, sino que parecen estar presentes. Por ejemplo creemos que hay un punto en el ángulo de cierta forma, que hay una línea en el contorno de un objeto, que hay planos que envuelven un volumen y que un volumen ocupa un espacio. Estas líneas planos y volúmenes no están realmente allí, si lo están, ya no son conceptuales.

Los elementos visuales. Cuando se dibuja algo en un papel, empleamos una línea visible para representar la línea conceptual. La línea visible tiene no sólo largo, sino también ancho. Su color y su textura quedan determinados por los materiales que usamos y por la forma en que los usamos.

Con base en los autores antes citados a continuación presento algunas definiciones de dichos elementos así como sus uso comunicacional en un impreso.

EL PUNTO

Es el generador de la forma; su movimiento produce líneas y superficies y su agrupación como en el caso del puntillismo puede crear siluetas y volúmenes. El punto indica una posición en el espacio. El punto es la base de la percepción de la forma y el color en los sistemas de impresión en Offset.¹⁸



16. **WONG, Wicius**
Fundamentos de diseño Bi y Tridimensional GG. 4a Ed.
España 1995 pag. 9-13

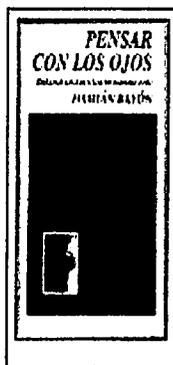
17. **DONDIS, Andrea**.
La sintaxis de la imagen.
Introducción al alfabeto visual.
GG. 10a Ed. México 1997 pag.
50-54

18. **CARDENAS, Laura**.
El Lenguaje Pictórico. Fontana,
México, 1990 pag 33

El diseñador se puede valer de este recurso para establecer el lugar que tendrán en el plano los elementos de su propuesta visual. El punto es capaz de conectarse con otros en el plano para guiar el ojo.

El punto como herramienta de comunicación puede emplearse para:

- a) Que el elemento de más jerarquía en el diseño sea armonioso o inquietante.
- b) Que se sitúe el motivo principal del discurso visual en el sector más favorecedor del plano.
- c) Que la colocación de las formas guíe la lectura de la imagen.



68. La cubierta presenta un elemento ubicado en un punto que genera un efecto inquietante.



69. La imagen se presenta en un punto de atracción al ojo.

LA LÍNEA

Es el elemento resultante de la trayectoria de un punto en el espacio. Cuando los puntos están tan próximos entre sí que no pueden identificarse como elementos independientes, ese grupo de puntos se convierten en una línea.

La línea es el medio a través del cual el diseñador puede ver plasmadas sus ideas en papel, es un instrumento de previsualización o visualización.

Este elemento al mismo tiempo que nunca es estático, es riguroso y preciso, posee una dirección y un propósito. Puede utilizarse de manera flexible y despreocupada o con rigor y medición.

Entre muchos otros, la utilización de la línea en un diseño puede tener los siguientes propósitos comunicativos:

- a) Darle carácter a la composición y servir como instrumento expresivo mediante el tipo de trazo utilizado; la línea puede ser fina o burda, precisa o espontánea, rígida o flexible.
- b) Sugerir profundidad.
- c) Crear sensación de tono a través de la agrupación de otras líneas.
- d) Para establecer esquemas de composición sobre líneas horizontales y verticales para sugerir estatismo; o líneas curvas y diagonales para sugerir actividad.
- e) Para marcar una dirección o guiar la mirada hacia un punto específico del plano.
- f) Como base para materializar las ideas en un papel.

g) Sugerir conceptos de dirección, movimiento, pasividad, posición, fuerza, estabilidad, duda, incongruencia, etc.

De acuerdo con Laura Cárdenas, Según su dirección, la línea puede dividirse en horizontal, vertical y diagonal. La horizontal está relacionada con estabilidad y la vertical con el equilibrio. La vertical tiene un sentido ascensional mientras que la horizontal achata y asienta. La diagonal representa el equilibrio inestable.



59. Volumen creado a base de líneas.



61. Boceto realizado a lápiz como base para la ilustración de un libro para niños.



60. Línea de grosores irregulares forman la imagen.



EL PLANO

Llamado también contorno o superficie, es un área definida por dos dimensiones: Largo y ancho. Existen tres superficies o contornos básicos: el cuadrado, el círculo y el triángulo.

El cuadrado es un plano de cuatro lados, con ángulos rectos, absolutamente iguales en sus esquinas y lados que tienen exactamente la misma longitud. Al cuadrado se le asocian significados de torpeza, limitación, término, honestidad, rectitud y esmero.

El triángulo es una figura formada por dos diagonales que se unen en un vértice y una línea horizontal que les cierra casi siempre por su parte inferior. El triángulo produce sentimientos asociados a la acción, el conflicto, la agresividad, a la tensión entre otros.

Círculo es una figura eternamente curvada cuyo perímetro es equidistante en todos sus puntos del centro. El círculo expresa infinitud, calidez y protección.

En una superficie bidimensional, todas las formas lisas que no sean reconocidas como puntos o líneas son planos.

Una forma plana está limitada por líneas conceptuales que constituyen los bordes de la forma. Las características de éstas líneas conceptuales y sus interrelaciones, determinan la figura de la forma plana.

Algunas de las posibilidades conceptuales del uso del contorno como vehículo de significado son:

- a) Que el tipo de contorno predomine en la propuesta visual se asocie correctamente con la intención comunicativa.
- b) Utilizar las cualidades del contorno circular en el mensaje que desee destacar calidez y amabilidad.
- c) Asociar el contorno cuadrado a conceptos de formalidad y rectitud.
- d) El contorno triangular se utiliza en composiciones inquietantes por estar en tensión.

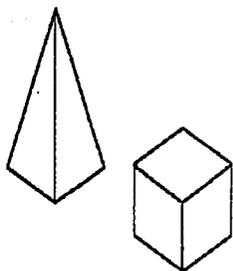
EL VOLÚMEN

El recorrido de un plano en movimiento (en una dirección distinta a la suya intrínseca) se convierte en un volumen. Tiene una posición en el espacio y está limitado por planos. En un diseño bidimensional, el volumen es ilusorio.

Todas las formas lisas o planas pueden convertirse en formas tridimensionales en un espacio bidimensional, con la sugestión de un grosor, lo que sólo requiere perspectivas suplementarias agregadas a la frontal.

La representación del volúmen en un formato bidimensional depende también de la ilusión. El volúmen o dimensión sólo existe en el mundo real, pero en ninguna de las representaciones bidimensionales de la realidad, sean dibujos, pinturas, fotografías, películas o emisiones de televisión, existe un volumen real, este está sólo implícito. La ilusión se refuerza de muchas maneras, pero una de las maneras fundamentales para simular ésta cualidad es la perspectiva. Los efectos que produce la perspectiva pueden intensificarse mediante la manipulación tonal del clarooscuro.

19. WONG, Wucius
Ob. Cit. pag. 11



CARACTERÍSTICAS DE LOS ELEMENTOS BÁSICOS

Quando los elementos conceptuales se hacen visibles forman parte más prominente de un diseño, por que son lo que realmente vemos y poseen características específicas.¹⁹

FORMA: Todo lo que pueda ser visto posee una forma que aporta a la identificación principal en nuestra percepción.

Las formas planas tienen una variedad de figuras que pueden ser clasificadas como:

- a) geométricas, construidas matemáticamente.
- b) Orgánicas, rodeadas por curvas libres, que sugieren fluidez y desarrollo.
- c) Rectilíneas, limitadas por líneas rectas que no están relacionadas matemáticamente entre sí.
- d) Irregulares, limitadas por líneas rectas y curvas que no están relacionadas matemáticamente entre sí.

MEDIDA. Todas las formas tienen un tamaño. El tamaño es relativo si lo describimos en términos de magnitud y de pequeñez, pero asimismo es físicamente mensurable.

No existe lo grande sin lo pequeño. Pero incluso cuando establecemos lo grande a través de lo pequeño, se puede cambiar toda la escala con la introducción de otra modificación visual. Es posible establecer una escala no sólo mediante el tamaño relativo de las claves visuales, sino también mediante relaciones con el campo visual o el entorno. En la figura de abajo, podemos considerar que el cuadrado es grande a causa de su relación de tamaño con el campo visual; en cambio el

cuadrado de la figura siguiente resulta pequeño debido a su tamaño con respecto a ese campo. Todo lo que venimos diciendo es cierto en el contexto de la escala y falso en términos de medición, pues el cuadrado de la primer figura es más pequeño que el de la figura de a lado.

La composición de un diseño, de un cuadro, de una estatua debe basarse en medidas proporcionadas. La proporción es en primer lugar, correspondencia, relación de medida y relación entre las dimensiones comparadas entre sí, después, relación de las diversas partes con el todo.

Existen distintos sistemas de proporción como son la sección áurea, la geometría de los rectángulos estáticos y dinámicos.²⁰

COLOR Una forma se distingue de sus cercanías por medio del color. El color se utiliza en su sentido amplio, comprendiendo no sólo los del espectro solar sino asimismo los neutros (blanco, negro, los grises intermedios) y asimismo sus variaciones tonales y cromáticas.

Es mucho lo que se podría revisar sobre el color pero sólo analizaremos los aspectos más importantes y su influencia en la página impresa.

El color tal como lo percibimos tiene tres atributos o dimensiones básicas.

Tonalidad. Atributo de un color según el cual se le distingue de otro, se considera que todos los colores son parecidos a uno en una proporción mayor o menor de dos de los tonos espectrales (rojo, naranja, amarillo, verde, azul, púrpura). El

tono es lo que diferencia dos colores con los mismos atributos (azul con verde) (azul con negro).

Luminosidad. Cantidad de gris que contiene un color es su valor de claridad comparado con el negro o su valor de oscuridad comparado con el blanco.

Saturación. Designa la fuerza o intensidad de una tonalidad. Un rosa puede aumentar de saturación hasta llegar al magenta.

El color puede ser utilizado de manera simbólica, sin significado específico, o de una forma racional y exacta, de cualquier forma es importante tener en cuenta sus funciones en un impreso.

- El color como fondo.
- El color como elemento decorativo del libro.
- El color como elemento de unidad a través del libro.
- El color como herramienta para resaltar o enfatizar.

El color está justificado funcionalmente:

- Si ayuda a la comprensión del lector.
- Si permite aclarar relaciones complejas.
- Si permite generar un ánimo específico frente a la lectura.
- Si permite generar continuidad.
- Si es utilizado para funciones muy específicas como atraer la atención a determinados elementos o para relacionar el texto a determinada imagen.

El color no debe de ser utilizado donde el negro sea la norma. La utilización irracional del color puede romper el impacto donde verdaderamente se necesite.



70. Color creando acento.



71. El color atrae la mirada hacia las mujeres de la imagen.

20. FABRIS - GERMANI
Ob. *Cit. Fundamentos del proyecto gráfico.* Don Bosco, Barcelona, 1973

Todo lo anterior no implica que el color no pueda ser utilizado con fines decorativos, para darle cierta luz al impreso. En estos casos se debe ser muy cuidadoso y muy preciso en su utilización.

TEXTURA. La textura se refiere a las cercanías en la superficie de una forma. Puede ser atraer tanto al sentido del tacto como a la vista.



Toda figura tiene una superficie y toda superficie debe tener ciertas características, que pueden ser descritas como suave, rugosa, lisa o decorada,, opaca o brillante, blanda o dura.

La textura puede ser clasificada en dos importantes categorías: Textura visual y textura táctil. La textura apropiada añade riqueza a un diseño.

La textura visual es estrictamente bidimensional, es clase de textura que puede ser vista pero puede evocar sensaciones táctiles. Existen tres clases:

- a) **Decorativa:** Este tipo de textura se subordina a la figura y simplemente representa un elemento de adorno para ella.
- b) **Espontánea:** La textura no puede desligarse de la figura porque las marcas de la textura en la superficie son al mismo tiempo figuras.
- c) **Mecánica:** Se obtiene por medios mecánicos especiales, la textura no está necesariamente subordinada a la figura, algunas muestras las encontramos en diseños tipográficos.



88 y 89. Texturas decorativas

ELEMENTOS DE RELACIÓN

Este grupo de elementos gobierna la ubicación y la interrelación de las formas en un diseño. Algunos pueden ser percibidos, como la dirección y la posición; otros pueden ser sentidos como el espacio y la gravedad.

a) **Dirección.** La dirección de una forma depende de como está relacionada con el observador, con el marco que la contiene o con otras formas cercanas.

b) **Posición.** La posición de una forma es juzgada por su relación respecto al cuadro o a la estructura del diseño.

c) **Espacio.** Las formas de cualquier tamaño por pequeñas que sean ocupan un espacio. Así el espacio puede estar ocupado o vacío. Puede ser liso o puede ser ilusorio para sugerir profundidad.

d) **Gravedad.** La sensación de gravedad no es visual ni psicológica. Tal como somos atraídos por la gravedad de la tierra, tenemos tendencia a atribuir pesadez o livianez, estabilidad o inestabilidad, a formas o grupos de formas individuales.

Todos los elementos visuales constituyen lo que generalmente llamamos "forma". Misma que no es sólo algo que se ve, sino una figura de tamaño, color y textura determinados.

La manera en que una forma es organizada junto a otras formas, es a menudo gobernada por cierta disciplina a la que denominamos composición.

LA COMPOSICIÓN

La composición es definida por Germani y Fabris como disponer en el formato distintos signos según una idea directriz, para obtener un efecto deseado, mediante una forma estética, agradable y fácilmente legible.²¹

Las clases fundamentales en el lenguaje compositivo son dos: la llamada composición clásica y la composición libre. La primera busca un efecto estático para acentuar el sentido de continuidad y eliminar cuanto pudiera sugerir movilidad, evolución y transformación, se centra en la forma. Este tipo de composición se rige por los conceptos de unidad, equilibrio, ritmo y simetría, conjugando los elementos en una armonía de conjunto.

La composición libre, está dominada por el contraste en todas las opciones posibles que el signo pueda ofrecer, no se inspira en reglas constantes pero cubre las exigencias básicas de unidad y equilibrio.

LEYES DE COMPOSICIÓN

La composición se rige por una serie de reglas (que el diseñador debe conocer) y que empiezan a existir en el instante que se establece el espacio, el signo o forma y la composición.

Unidad. Se entiende por unidad la justa distribución de los elementos visuales en el espacio, la subordinación de cada una de las partes componentes con el todo. El esfuerzo por lograr esta condición de unidad tiende a evitar la distribución casual de los elementos, la disolución de la forma, la agitación y la

confusión: factores opuestos al sentido de claridad, seguridad y estabilidad constantemente buscados por el diseñador.

Ritmo. El movimiento lógico de los valores visuales, la proporción en sus medidas y tamaños. El movimiento se consigue mediante la repetición de los elementos gráficos, su orden y disposición. El ritmo puede ser simple o compuesto. El ritmo simple es la repetición del mismo motivo, objeto, signo, palabra, texto, etc. El compuesto es la combinación de dos o más ritmos simples.

Variedad e interés. La variedad en la composición consiste en el modo de escoger los elementos que la componen. Su presencia radica en la necesidad de crear un interés que a su vez tiene su razón de ser en la misma variedad que provoca la novedad de la composición. Por consiguiente, el interés es creado por el conflicto, el contraste y las tensiones que surgen entre los elementos particulares.

El interés se suscita mediante el contraste y las tensiones que se originan entre los distintos elementos de la composición; por ejemplo entre líneas y masas, entre direcciones y estructuras, entre el espacio intervalo de los elementos particulares y sus valores cromáticos opuestos. El interés nace de la variedad, cuanto más variada sea una composición más interés suscitará.

Resalte y subordinación. La unidad de una composición requiere que la tensión entre las fuerzas y los estímulos causados por esa misma composición sea resuelta e integrado por un elemento o fuerza dominante, por esta razón contraste y unidad, pueden y deben coexistir.

21. FABRIS - GERMANI
Ob. Cñ. pag 18-33

La ley de resalte exige pues, que en cada composición haya un elemento dominante, según el significado y la finalidad de la misma composición. Esta ley, requiere además que los otros elementos concuerden con el elemento predominante en posición de subordinación: establecer en cada composición un punto principal de atracción significa obrar con lógica para obtener la unidad requerida.

El resalte fundamentalmente se refiere al predominio de alguno de los elementos compositivos que forman el conjunto, el resalte origina el contraste por simple comparación.

Contraste. Las estructuras compositivas se rigen casi siempre por la lucha de elementos antagónicos, unidos por una contrastante unidad de conflicto. Esta parece ser una característica constante esencial del orden compositivo. El efecto del contraste va ligado al de la ley del resalte y de la subordinación y al principio del ritmo y el equilibrio. El resalte implica contraste, del mismo modo que la subordinación requiere una justa proporción entre las diversas categorías del fenómeno visual.

Equilibrio. Es sólo visual pero se rige por las normas del equilibrio físico y matemático. La estabilidad de un cuerpo se consigue compensando las fuerzas contrarias que actúan sobre el equilibrio, puede ser simétrico o asimétrico. El equilibrio no debe tener sólo en cuenta el peso sino también la dirección.

EL TRATAMIENTO VISUAL

Una de las funciones principales de la cubierta es convencer de la venta. Una estrategia para la creación de mensajes visuales que logren lo anterior puede ser la aplicación de figuras retóricas.

La retórica es conocida como el "arte de convencer", para hacerlo utiliza tropos o figuras de pensamiento.²²

A continuación presento algunas de muchas figuras retóricas que existen y que pueden ser aplicadas a la creación de un mensaje gráfico.

Metáfora

Consiste en trasladar el significado de un signo a otro, con la condición que tanto el signo original como el que le sustituye tengan rasgos comunes para poder sustituir uno en lugar de otro. Un ejemplo de una metáfora escrita es: "la juventud es la primavera de la vida", juventud es sustituida por primavera debido a que ambas tienen significados muy parecidos, tales como lozanía, frescura, florecimiento, alegría, esperanza. Hay analogía en ambos términos. La metáfora exalta uno de los valores del objeto representado y una vez decidido cual de los valores será exaltado, se cambia de significativo por aquél que es portador de los valores seleccionados. Ejemplos: juventud-primavera, frescura-agua, acero-dureza, vida -río.

Metonimia

Es muy similar a la metáfora pero la diferencia principal estaría en que en el caso de la metáfora el proceso retorizante se da por sustitución, mientras que en el caso de la metonimia, el elemento sustituyente permanece en presencia del sustituido.

Ejemplo: vivir de sus manos en vez de vivir de su trabajo. o la pesada carga de los años por vejez.

Sinécdoque

En esta figura existe una ausencia del todo y el signo presente es parte de ese todo y es capaz de evocar la totalidad. Un ejemplo gráfico de esta figura son los pictogramas de una señalización.

Repetición

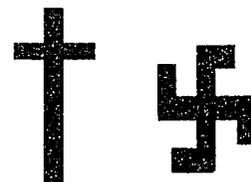
Esta figura se produce por una acumulación reiterativa del mismo signo varias veces. Esta figura carga de significado a un signo a partir de una exposición repetitiva. Rompe con la pasividad de objeto representado, haciéndole activo; sugiere movilidad, acción, etc. Obtiene un significado de mayor viveza al establecer cierto ritmo visual sobre una imagen reiterada; crea una especie de cadencia ascendente o descendente que concluye en un sólo significado acumulativo con una mayor carga semántica.

Gradación

La gradación tiene, visualmente, ciertas semejanzas aparentes con la repetición. Sin embargo produce un efecto que la anterior no logra: el manejo de la profundidad del espacio. A partir de la gradación, un signo se acerca o se aleja del receptor en un espacio que queda sugerido por los límites del mensaje. La gradación sugiere una determinada cantidad de planos en los cuales el objeto-signo se mueve; se antepone a sí mismo, como si avanzara para establecer un contacto más cercano con quien le mira, acrecentando no sólo la percepción sino la significación. La gradación gana en impacto visual lo que pierde



70. Metonimia



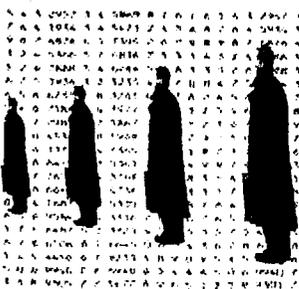
71. Sinécdoque

22. LÓPEZ, Rodríguez Manuel. *Semiótica de la Comunicación Gráfica*. UAM, México, 1993. Págs. 315-371.

en originalidad. Para que se cree la gradación en forma adecuada, es necesario ir de la presencia del signo débil a otro que se va haciendo fuerte paulatinamente, sin dejar de ser él mismo.



72. Gradación y Repetición



aglomeración de los mismos. Para que en términos visuales la acumulación se pueda dar es necesario que los objetos acumulados no sean idénticos o que aun siendo idénticos estén acumulados de tal manera que no pueda pensarse en el movimiento, es decir, que se encuentren amontonados sin ningún orden preconcebido.



74. Acumulación

Movimiento

Se trata de la sugerencia de movimiento virtual a las figuras plasmadas gráficamente suelen ser, en la mayoría de los casos, estáticas. La posibilidad de dotar de movimiento a una imagen es darle vida propia y libertad, la adquiere mayor fuerza que aquella con representaciones estáticas. Se opone, por fuerza, a todo concepto de reposado equilibrio. La posibilidad de movimiento convierte lo estático en dinámico y por tanto en algo más expresivo.

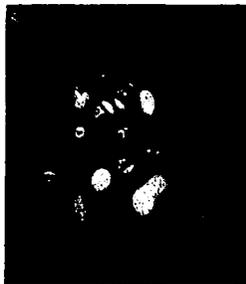
Acumulación

Consiste en la presencia simultánea de signos de manera tal que se logre una sobesignificación a través del acopio y

Antítesis

Es una figura de contraste, se produce por diferencia. Consiste en la presencia simultánea de dos elementos contrarios que enriquecen el significado. Sin excluir el uno al otro. Un ejemplo escrito de la antítesis podría ser: "Ayer naciste y mañana morirás" por un lado se dice naciste y morirás así como ayer y mañana.

El objetivo de la antítesis es oponer un signo a su contrario con fines aclaratorios y enriquecedores.



73. Movimiento

Paradoja

Al igual que la antítesis nace de la conjugación de elementos opuestos, pero a diferencia de ésta, la paradoja presenta signos que son totalmente contrarios e irreconciliables entre ellos, y que al aparecer juntos, provoca un extraño y sorprendente efecto que debe traer como consecuencia un incremento en los significados que el emisor pretende. Ese elemento de sorpresa y extrañeza que surge en lo que, fuera de contexto, sería disparatado, dentro de un mensaje determinado debe traducirse en un elemento profundamente poético y cargado de connotaciones. Un ejemplo clásico podría ser:

“Vivo sin vivir en mí; y tan alta vida espero, que muero porque no muero.”

Elipsis

Exige un máximo de respuesta del receptor ante la presencia de elementos disminuidos, en un caso parecido al de la sinécdoque. La diferencia con ésta radica en que la sinécdoque presenta una parte del todo, y la elipsis únicamente suprime una fracción

del mensaje, dejando adivinar el resto al receptor. Hay autores que le llaman reticencia ya que retiene parte de la información. Es una figura contraria a todo lo que represente exageración, puesto que la elipsis es, precisamente, la figura de la discreción y el disimulo, a pesar de lo cual, la elipsis es una figura que proporciona gran énfasis al mensaje.

Lítote

Consiste en decir menos para significar más. Se suprime mediante su negación un signo positivo, agregando un signo negativo de manera que para afirmar algo, se niega lo contrario. Por ejemplo decir a una mujer que “no nos disgusta”



76. Elipsis

Hipérbole

Es una figura cuyo principal valor es la audacia, al hacer llegar los significados hasta la exageración y el exceso. Intensifica el significado al máximo a través del incremento (o la disminución) exagerados del valor o de la fuerza de los objetos presentados. Lo insólito de su presentación, se origina en un proceso de sustitución de identidades, que se traduce lógicamente en la motivación del receptor; “Alas en los pies:” es una imagen hiperbólica.

Comparación

Se establece por semejanza o por similitud y consiste en expresar la relación de semejanza o diferencia que existe entre dos signos. En la comparación, a diferencia de la metáfora, los signos comparados tienen ambos que estar presentes.



78. Hipérbole



77. Comparación



78. Inversión

Inversión

Se produce al alterar los elementos del mensaje, rompiendo su sintaxis natural al intercambiar las posiciones normales de los signos que lo conforman. La inversión no requiere alterar en lo más mínimo los objetos presentados; lo que sí exige es alterar (invertir) el orden de los mismos. Se construye la inversión desde el simple cambio de posición de los signos (derecho, revés, izquierda y derecha, arriba y abajo) hasta el cambio de tonos o colores. Rompe con toda normalidad y lógica esperadas.

Alegoría

Tiene que ser por fuerza simbólica puesto que representa siempre lo general a través de un signo particular. Un ejemplo visual puede ser la mujer que sostiene en una mano una balanza y en la otra una espada, permaneciendo con los ojos vendados. Dicha imagen es la alegoría perfecta de la justicia.

Ironía

Esta es una figura que por lo general encierra amargura, afectando la lógica de la composición del mensaje, para burlarse sutilmente al oponer el significado a la forma.

Indicación

Consiste en llamar la atención sobre uno de los elementos del mensaje, haciéndole resaltar sobre los otros elementos. Para conseguir esto se puede hacer uso del color, del contraste figura-fondo, o a través de cualquier signo que llame la atención del receptor sobre lo que el emisor quiere subrayar.

Como puede notarse en los ejemplos anteriores el uso de la retórica permite generar soluciones interesantes en cada

cubierta pero su uso debe reforzar completamente el mensaje, ya que un tratamiento visual puede cambiar el sentido del mensaje o hacer que este no se comprenda.

Estás son sólo una de muchas técnicas que el diseñador puede aplicar a la creación del mensaje gráfico.



79. Ironía



80. Indicación

3

FASES DEL DISEÑO

DE CUBIERTA

FASES DE LA SOLUCIÓN VISUAL DE UNA CUBIERTA

El diseño de cubiertas consiste en la organización visual de los distintos elementos gráficos que constituirán el contenido informativo del libro, esto, de manera estructurada con el fin de formar un conjunto coherente y ordenado que facilite la comprensión de lo expuesto en las páginas, y le imprima los rasgos visuales definitorios de la editorial.

Recordemos que la representación gráfica de la cubierta debe resumir simbólicamente el contenido del libro. Y como ya señalé, se requiere tomar en cuenta los aspectos técnicos necesarios para que la cubierta pueda ser reproducida en serie por medio de una máquina de impresión Offset.

Pero entremos en materia, una de las partes más importantes en la cubierta es la zona frontal del forro del libro, la denominada primera de forros, ya que es lo primero que ve el posible comprador; por ello, debemos hacerla lo bastante atractiva como para el lector se anime a tomar el libro, lo observe y revise detenidamente. Es común que la atención de una persona en la cubierta no rebase los diez segundos y a veces puede durar sólo tres, bueno, pues ese será el tiempo disponible, por parte de la cubierta, para convencer a la persona de efectuar la compra del libro; de tal suerte, que en ese brevísimo lapso, el forro debe llamar la atención,

mantenerla y sugerir el contenido del libro, así como su carácter. Por tal motivo se debe dotar de gran atractivo, integrando en un todo armónico el total de los elementos que la conforman, de manera que generen un discurso visual complementario al contenido del libro, y que además, sea agradable visualmente.

El diseño de una cubierta de libro va más allá de la sola creación de un empaque o contenedor de las hojas que conforman la obra, ya que el producto que se encuentra en el interior no son hojuelas de maíz o detergente, sino pensamientos, reflexiones y parte del espíritu creativo de un ser humano.

El libro es, usualmente, una destilación de años de investigación y trabajo, por lo que merece una cubierta que sugiera sutilmente su valor. Así que el diseñador tiene como tarea la creación de una metáfora visual evocada por el texto y el concepto de la obra en su totalidad.

Daniel Gil, diseñador español de Alianza Editorial, opina, sobre diseño de cubiertas de libro, que el diseñador no debe enfocar la atención en exponer su visión del libro, ni en explicar el contenido; sino más bien, en crear sugestión hacia la obra, resumiendo y conteniendo algo del libro. Para lograr consolidar

esto, el especialista aconseja utilizar un lenguaje visual que no se traduzca en una mera conversión literal del texto en imagen, sino que vaya más allá, es decir, agregar una aportación por parte del diseñador, a la comprensión del libro, y dejar en la cubierta un sello de su personalidad, procurando hacerla atractiva, aunque no definitiva. Quizás allí es donde radica la dificultad y el reto de la profesión.

Por otro lado, la cubierta sigue un proceso para su diseño dentro de la editorial basado en dos etapas principales: la creativa y la de producción. En la primera el diseñador se enfoca a determinar la idea central del autor y a tratar de encontrar los elementos que mejor expresen dicha idea.



81. Daniel Gil



82. Algunas cubiertas de Daniel Gil

LA ETAPA CREATIVA

Todas las decisiones que se toman en cuanto a la imagen están limitadas por las políticas editoriales y por las características de la colección que a su vez determinan algunos otros aspectos de orden técnico como el formato y el estilo de la imagen o el número de tintas.

En este proceso, el diseñador se enfrenta también a algunos obstáculos como el tiempo disponible para el proyecto, la intervención del autor en cuanto a las decisiones que se tomen de la imagen, las características del receptor, etc.

Tomando en cuenta todo lo anterior el diseñador busca una solución visual que puede plasmar primeramente en un boceto, una vez que define la idea y los elementos a utilizar empieza a buscarlos en distintos medios como libros, bancos de imágenes etc. Una vez que los ha encontrado comienza a trabajar en la computadora, e inicia lo que será la etapa de producción, que culmina con la elaboración de negativos.

La etapa creativa inicia una vez que el diseñador recibe la orden de trabajo de un foro determinado, en dicha orden se encuentran los siguientes datos: el nombre del autor, de la obra, la formación de la cubierta así como el formato del libro, la colección a la que pertenece y la fecha de entrega.

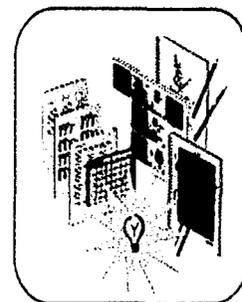
Junto a la orden se entrega al diseñador el manuscrito original del autor. El proceso inicia con la lectura del material, el diseñador busca tener una claridad de lo que propone el autor, busca una visión global de la obra, puede enfocarse en un

primer momento a revisar el índice para conocer cómo está estructurada la obra para después revisar detenidamente la introducción que es sin duda una de las partes del libro que más puede acercarlo al contenido global de la obra.

Una vez hecho lo anterior hace una lectura rápida de los principales capítulos siempre tomando notas de lo más sobresaliente y pasa a las conclusiones. Con todo lo anterior el diseñador determina los conceptos nucleares que habrán de ser expresados por la imagen a desarrollar.

Es muy complicado que el diseñador pueda leer el libro completo de manera muy minuciosa ya que ese mismo texto es requerido en el área de composición para el desarrollo de los interiores, además de que el tiempo que el diseñador tiene para resolver la imagen es corto y la mayoría de las veces no se trabaja con una sola cubierta sino con varias.

De esta lectura el diseñador debe obtener conceptos muy concretos que le permitan presentar a través de la imagen la visión del libro. Esta es una etapa de concreción, cuando se concluye, el diseñador se enfocará a trabajar principalmente con cuatro elementos principales: la imagen, la tipografía, el color y la composición. Que como se ha visto son los elementos fundamentales de la cubierta. Revisémoslos de manera independiente.



83. Lectura del material y definición de la idea central.

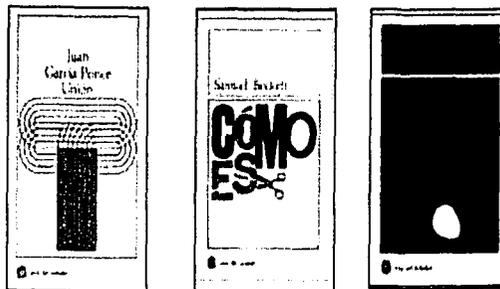
LA IMAGEN

Definido el mensaje a desarrollar, debe materializarse en un boceto, en una hoja en blanco. Algunas veces los autores hacen sugerencias del material visual a utilizar y envían fotos o ilustraciones, se revisan y se considera que tan bien pueden adaptarse, si no funcionan se descartan definitivamente y se dará a la tarea de crear la imagen adecuada, a modificar o alterar una imagen dada para aumentar su adecuación.

En el caso de crear la imagen puede emplearse todo aquello que logre recrear la visión global del autor por medio de la imagen, puede emplear todo tipo de elementos, plastas de color, gráficos, fotografías de tono continuo, tramadas o en alto contraste, etc.

Es poco común encontrar imágenes que se adecuen al contenido del libro, más bien se trabaja de dos formas: primero, en una toma fotográfica se presentan distintos elementos en la composición o haciendo variaciones a diferentes imágenes para formar una sola. Dichas variaciones pueden ir desde el color, la forma, orientación, dirección, escala etc. El diseñador tiene un enorme campo de acción y de variación, las posibilidades son infinitas. Toda imagen puede ser modificada, en realidad, la vida de una imagen puede ser una sucesión de transformaciones.

En la creación de la imagen para el forro de un libro, el camino que se sigue hasta terminar la imagen no es un proceso lineal y las decisiones que se van tomando no necesariamente son las más adecuadas a las intenciones comunicativas, es un proceso de experimentación.



84. Cubiertas con soluciones visuales sencillas a base de líneas, formas, color y tipografía.

El diseñador se mueve en un inmenso campo de posibilidades en el que, hasta la terminación de la imagen, en cada momento se ve obligado a elegir y rechazar; añadir o suprimir un elemento; presentar únicamente una parte del mismo o sustituir esa parte por otro elemento; jugar con los colores o con la ubicación; con la relación de planos o con las posibilidades sintácticas; con el ángulo bajo el que se presentará el tema (de perfil, de escorzo, de espaldas, en picada o en contrapicada, etc.) son otras tantas las opciones que pueden tomarse en consideración cuando se trata de modificar una imagen.

La imagen para cubierta puede ser realizada por tramas, trazos; puede ser contrastada o más o menos gris; puede ser en blanco y negro o en color; si tienen trama, esta puede ser fina o gruesa: la imagen puede estar encuadrada, inscrita en una área determinada o rebasada pero siempre lo más importante es el impacto que producirá en el posible lector, que evoque además de que describa.

El diseño de una imagen es jugar con los campos de realización de la misma, buscando el máximo de comunicación y de impacto, desde un enfoque publicitario, debe buscarse que la imagen seduzca, convenza, encante y domine al espectador. Todas las decisiones en el manejo de la imagen están en manos del diseñador y debe esforzarse por generar una imagen que cumpla con las funciones de la cubierta. El tipo de solución visual a la que se llegue, está condicionada en buena medida por la colección a la que pertenezca el libro y por las capacidades de representación del diseñador.

Cuando la colección brinda cierta libertad en el tratamiento de la imagen, el diseñador puede utilizar la técnica que considere más conveniente, siempre y cuando sus propuestas no rebasen los límites de la identidad editorial ni el tiempo ni por supuesto, el presupuesto de la editorial, que son los puntos principales con lo que se trabaja en contra.

Una herramienta valiosa para el trabajo del diseñador es la documentación iconográfica de las soluciones visuales plasmadas en otras cubiertas, ya que esto le permitirá determinar las posibilidades de cada técnica de representación, los distintos tratamientos visuales y la composición.

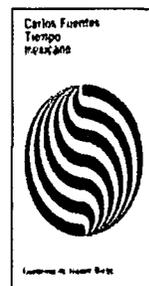
Esta documentación será una especie de catálogo imaginario de posibilidades y en muchos casos cuando el diseñador se inicia, puede ser el punto de referencia y hasta una fuente de inspiración.

Más aún si se toma en cuenta que en varias cubiertas puede encontrarse plasmado el trabajo de grandes diseñadores como Vicente Rojo y Rafael López Castro. Cabe mencionar que

Vicente Rojo, comenzó a hacer portadas de libros a finales de los años cincuenta, para el Fondo de Cultura Económica.

Don Arnaldo Orfila Reynal, director del FCE en ese momento, quería modernizar el aspecto excesivamente sobrio de las ediciones y además iba a lanzar una colección de libros de bolsillo que quería que fuera muy atractiva: la colección Popular. De los diez primeros títulos de la Colección Popular, Vicente Rojo realizó aproximadamente siete.

En esa época no era imaginable usar las hoy tan socorridas fotografías en color, por lo que había que tratar de conseguir buenos resultados con dos o, a lo sumo, tres colores planos.



85. Vicente Rojo y cinco de sus cubiertas.

Las cubiertas de Vicente Rojo aun con las limitaciones técnicas de aquél tiempo poseen gran atractivo y fuerza expresiva, basadas principalmente en la composición y el arreglo tipográfico poco convencional.



86. Vicente Rojo
y Rafael López Castro

Debo resaltar que las cubiertas de Vicente Rojo pueden ser un material de consulta interesante para el desarrollo de la imagen, así como las de Rafael López Castro discípulo del anterior, quien dirigiera el área de diseño del FCE en un tiempo. Rafael López Castro desarrolla un estilo peculiar en la solución de sus cubiertas, su recurso por lo general es la fotografía: utiliza elementos cotidianos que en su contexto podrían tener un limitado valor semántico, pero que al momento de ser combinados entre sí adquieren una inusitada fuerza expresiva.

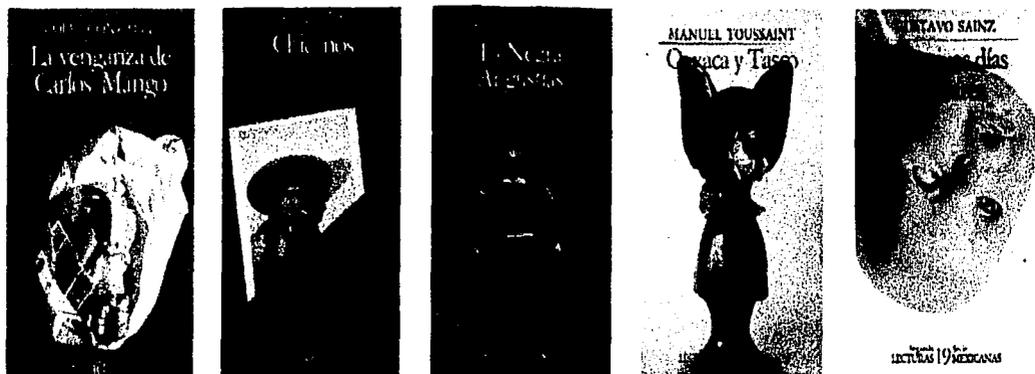
Como se mencionó anteriormente este estilo de cubierta es otra opción más, cabe decir que desgraciadamente se utiliza menos que las otras, ya que el tiempo que se requiere es mayor, pues primero deben seleccionarse los elementos de la fotografía, después deben conseguirse, lo que a veces resulta un tanto complicado como costoso.

Una vez que se cuenta con los objetos se llama al fotógrafo y se le explica como se requiere la composición, la luz, el ángulo

de la toma y todo lo que el diseñador requiera explicar al fotógrafo para que éste realice la imagen, si ninguna le ha convencido solicitaría otra serie de tomas.

Después se digitaliza la imagen y en la computadora se ajustan valores de color incluso aún pueden añadirse elementos mediante montajes, en fin el desarrollo de una imagen por fotodiseño es un proceso más largo y debe ponerse a consideración cuando se tiene el tiempo necesario.

En general lo más común es utilizar fotografías o imágenes contenidas en libros o revistas, éstas imágenes pueden ser de cualquier tipo. En la búsqueda de las mismas, el diseñador puede encontrarse con distintos tipos de imágenes, que incluso pueden combinarse, éstas pueden ir desde las de línea o trazo, de tono continuo en color, tramadas, en escala de grises y las digitales o creadas en la computadora.



87. Cinco cubiertas de Rafael López Castro creadas para la colección Lecturas Mexicanas del FCE.



88. Maquetas realizadas por López Castro listas para las tomas fotográficas

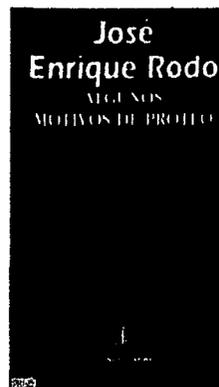
Las imágenes de línea o trazo, son aquellas donde sólo existen dos tonos o intensidades: blanco y negro, la variación de la intensidad se obtiene por la extensión de superficies dibujadas o impresas, mediante trazos más o menos gruesos: la fuerza del color es siempre la misma. En este tipo de originales la imagen se forma por líneas y zonas uniformes de negro o de tonos oscuros, sólo existen dos tonos: blanco y otro muy oscuro o negro.

Imagen de tono continuo, es por ejemplo una fotografía o una diapositiva donde existen gradaciones de color o de grises en el caso de que sea blanco y negro. Existen muchas variaciones de tono. Este es uno de los tipos de imágenes más utilizadas en las cubiertas de Rafael López Castro, estas imágenes se creaban mediante la toma fotográfica.

Actualmente las imágenes de tono continuo, se digitalizan y se montan juntas en la computadora, el fotomontaje es uno de los recursos más utilizados para desarrollar un forro.

Se pueden combinar dibujos, imágenes vectoriales, en

escala de grises o de línea para generar una sola imagen. También pueden ser utilizadas imágenes de un sólo tipo como de tono continuo que en general son diapositivas.



89. Imagen de línea utilizada (arriba) en la elaboración de la cubierta de la colección Fondo 2000 (abajo)

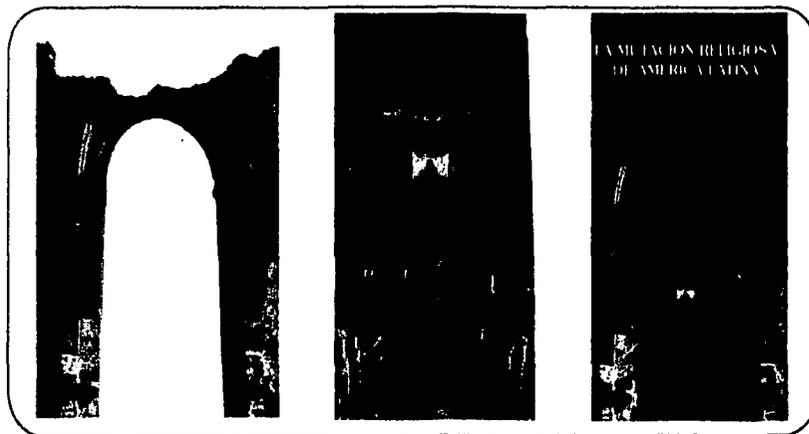
La imagen de la primera de forros del libro que aparece del lado derecho fue creada a través de dos fotografías independientes, la de la fachada en ruinas que es de una iglesia ubicada en la zona de Cholula y la del interior que pertenece a una iglesia del centro del Distrito Federal.

Se tomaron las fotografías, se revelaron y fueron digitalizadas mediante un escáner y una vez en la computadora, se fueron haciendo algunas modificaciones de manera que se lograra integrarlas como una sola imagen. En este caso el proceso fue mucho más largo de lo normal ya que en ninguno de los materiales gráficos y de imágenes se podía encontrar la imagen de dos iglesias como éstas, de ahí que se tuviera la necesidad de realizar las tomas. En muchos casos cuando no se encuentra la imagen requerida la toma fotográfica es una excelente opción.

Otro tipo de imagen que es también utilizada es la imagen tramada, que es la descomposición de un tono continuo en puntos o líneas que pueden variar de tamaño, forma, número y disposición. Los puntos y las líneas representan las variaciones de luces y sombras de la imagen, éstas imágenes pueden combinarse con las de tono continuo para crear efectos varios.

Estas imágenes son utilizadas en distintas colecciones como Letras Mexicanas, que se imprime sólo en tres colores.

Imagen en escala de grises, es donde pueden verse gradaciones tonales del negro al blanco, es decir en grises, un ejemplo de este tipo de original es una fotografía en blanco y negro (cómo la de la iglesia del ejemplo anterior) o incluso un dibujo a lápiz.



90. Imágenes utilizadas en la cubierta de Jean Pierre Bastien de la colección Popular.



91. De izquierda a derecha: imagen tramada e imagen en escala de grises.

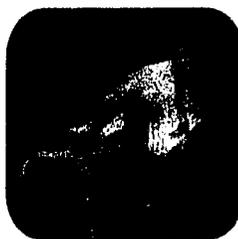
Cualquiera de los tipos de imágenes puede ser usado para solucionar la cubierta, la manera más usual de emplearlas es mediante el apoyo de la computadora, se convierten a un lenguaje digital y se manipulan, cuando se hace esto, estas imágenes se convierten en una imagen de mapa de bits.

Imágenes de mapa de bits. Todas los tipos de imágenes se pueden convertir a mapa de bits mediante el uso de un escáner, pueden combinarse imágenes de distintos tipos para crear montajes, cómo ya se vió, o generar otras similares a las que se obtienen con técnicas tradicionales de pintura como el óleo, la acuarela e incluso el aerógrafo. Para manipular la imagen se utilizan programas específicos para la edición de mapas de bits, a través de éstos, se crean imágenes aplicando colores, combinando fotografías en varias formas, mezclando los elementos, aplicando filtros y disponiéndolos en capas, etc.23

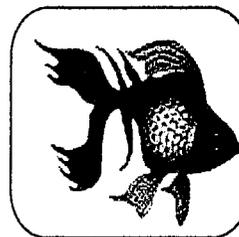
Imágenes de vectores. Otra opción de imagen digital se logra mediante el uso de programas de contorno que pueden combinarse con los programas de bitmap para dar efectos más reales a la imagen.

En estos programas los objetos o figuras se forman por líneas y curvas que se definen de manera matemática y se denominan vectores. Cuando se crea una figura en un programa de contorno o dibujo, ésta se mueve, se redimensiona o gira como un objeto independiente porque el programa conserva la definición de la figura en forma matemática.

Así que estos programas funcionan mejor que los de mapa de bits cuando se trata de utilizar tipografía o cuando se requieren formas de límites claros y nítidos. Las imágenes producidas vectorialmente se basan en formas coloreadas y rodeadas por líneas. Las imágenes más complejas están formadas por combinaciones de varios objetos gráficos. 24



92. Imagen de mapa de bits



93. Imagen de vectores

23. *Photoshop en un libro*, Curso Completo En Un Libro. Prentice Hall, México, 1997. Pag 26

24. *ibidem* Pag 27

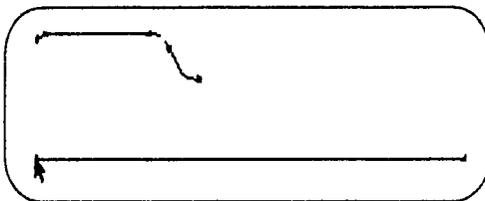
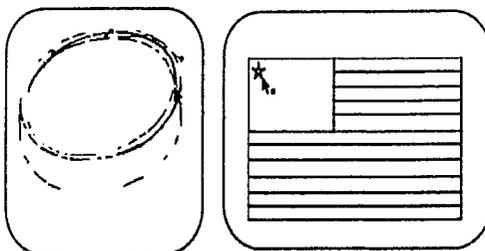
La imagen desarrollada para el libro de Ricardo Ampudia, es un ejemplo de la combinación del uso de ambos tipos de programas: mapa de bits y vectores.

Brevemente, el proceso que se siguió para la realización de la imagen fue el siguiente:

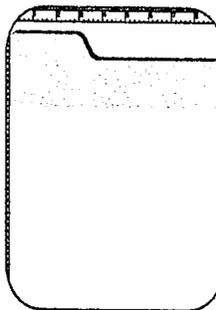
1 SE DIBUJA CADA UNO DE LOS ELEMENTOS POR MEDIO DE VECTORES. EN ÉSTE CASO UNA LUPA, UN FOLDER Y UNA BANDERA.



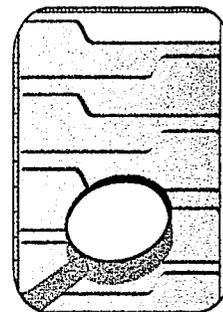
94. Cubierta del libro de Ricardo Ampudia de la colección de Historia



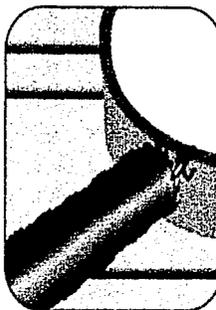
2 CADA UNO DE LOS DIBUJOS SE LLEVA A UN PROGRAMA DE MAPA DE BITS DONDE SE RELLENAN DE COLOR.



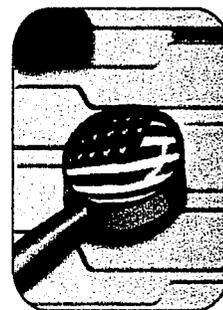
3 CADA ELEMENTO SE VA UBICANDO EN LA POSICIÓN DETERMINADA PREVIAMENTE MEDIANTE UN BOCETO.



4 MEDIANTE EL AERÓGRAFO SE OSCURECEN O ACLARAN TONOS PARA DAR VOLUMEN A LOS ELEMENTOS.



5 MEDIANTE EL USO DE FILTROS SE OBTIENE EFECTOS QUE AÑADEN REALISMO A LA COMPOSICIÓN.



Independiente a la técnica de representación con la que el diseñador haya decidido resolver la imagen, tiene una herramienta más para presentar la imagen, y es recurrir a distintos niveles de expresión que pueden ser utilizados de acuerdo a la intención del mensaje.²⁵

Representacional. La información visual tratada de manera representacional, es más eficaz para la información directa, donde son importantes los detalles visuales del entorno. La fotografía es un ejemplo de este nivel de expresión, todo aquello situado frente a una cámara puede ser reproducido con una asombrosa exactitud. Este nivel puede definirse como el informe realista de lo que se ve, la realidad es la experiencia visual básica y predominante.

Abstracción. El proceso de abstracción de una imagen es un proceso de destilación, en el que se produce la reducción de los factores visuales múltiples, a aquéllos rasgos esenciales y más específicos o característicos de lo representado.

La forma final que se obtenga de un proceso de abstracción obedece a las necesidades de comunicación. En la información visual de la imagen abstracta sólo estarán presentes aquellos detalles necesarios para que una persona pueda reconocer el objeto original.

La eliminación de detalles hacia la abstracción puede seguir dos caminos: la abstracción hacia el simbolismo y la abstracción pura o reducción de la declaración visual a los elementos básicos que no guardan conexión alguna con cualquier información representacional extraída de la experiencia del entorno.

Simbolismo. La abstracción hacia el simbolismo requiere de una simplicidad última, la reducción del detalle visual al mínimo reductible. Un símbolo para ser efectivo, no debe de verse y reconocerse sino también recordarse y reproducirse. Por definición un símbolo no debe tener una información detallada.

El símbolo es un medio de comunicación de significado universal. El símbolo debe ser sencillo y referirse a un grupo, una idea, un negocio, una institución o partido político. A veces se abstrae de la naturaleza. Resulta más efectiva la comunicación si el signo es totalmente abstracto como los números y las letras. De la búsqueda o creación de imágenes, selecciona algunas de las muchas que pudo haber encontrado o generado y empieza a combinarlas, hasta que surge una composición basada en el equilibrio y la unidad. Esta es una fase de combinación.

LA COMPOSICIÓN

Este es el paso más importante de todo desarrollo visual ya que marca la intención y el sentido de la imagen, lo refuerza y lo hace legible.

La composición es determinante para que el mensaje sea comprendido. Los resultados de las decisiones que se tomen en cuanto a la composición definen el significado de la imagen y este proceso incide en lo que le dice el mensaje al posible comprador del libro.

Como dije, es una etapa vital del proceso creativo, el diseñador no sólo tiene el control de todos los elementos sino

25. DONDIS, Andrea Ob. cit. Pag 98-99

que también los dispone a su gusto pero siempre con base a lo obtenido de la lectura de la obra. Tiene la oportunidad de expresar parte de su personalidad y con mayor experiencia puede ir desarrollando un estilo.

LA TIPOGRAFÍA

En el boceto inicial, el diseñador no sólo resuelve la imagen, también considera otro elemento indispensable del forro: la tipografía.

Al desarrollarse un boceto deben tomarse paralelamente a la creación de la imagen, decisiones que permitirán que tanto tipografía como imagen sean legibles, así como que se integren en una composición basada en el equilibrio y el orden.

Para que la tipografía cumpla con la función de orientación e información debe el diseñador considerar las cualidades de la forma de la familia a utilizar, de la palabra y texto completo para determinar como actúa visualmente.

Es necesario manejar jerarquías de texto, por lo que a veces se destaca el autor y en otras ocasiones se destaca el título. Los recursos más recurrentes para controlar dichas jerarquías son las variaciones de tamaño, de color, de posición, de distintas fuentes, variaciones de grosor, etc. Siempre se busca que el tamaño y color de la tipografía sean adecuados para lograr una fácil legibilidad.

La tipografía se atiene a las mismas reglas que el resto de los elementos gráficos. Estas reglas son los instrumentos que permiten al diseñador transformar la letra en un elemento expresivo.

El factor primario que gobierna a estos elementos es la composición, es el compendio y conjunción de todas las partes. Aunque la buena composición tipográfica está gobernada por reglas, el diseñador no debe someterse a la mera repetición de las mismas. Uno de los aspectos más sugestivos del diseño es descubrir por medio de la experimentación, las posibilidades que salen de lo convencional, de la misma manera que se hace con la imagen. Pero para experimentar en forma lógica, hay que conocer las tradiciones en que se basan las reglas.

Los elementos espacio, línea, sólido, masa y plano son las principales fuerzas de toda composición cuando se trabaja con las letras. Esos componentes actúan bajo el criterio del diseñador.²⁶

El espacio. Al trabajar con la tipografía el diseñador juega con las tres clases de espacios más importantes: espacios entre letras, espacios entre palabras y espacios entre líneas. Es evidente que, sin estas tres clases de espacio, sólo habría una masa confusa de formas. Hay que también considerar el espacio definido en su interior por algunas letras (blanco interno) y el que queda entre las propias letras (espacio o separación entre letras.)

El espacio entre palabras es necesario para diferenciarlas. Este tipo de espacio es el que confiere a las palabras esa identidad que las hace inmediatamente reconocibles. En tipografía, el espaciado entre palabras es condición imprescindible de la legibilidad, como son las pausas en la música. Es difícil leer algo así.

Palabrasjuntassinningunespacio

26. GERMANI- Fabris, Ob. Cit. pag 27-52

Como lo sería escuchar una pieza musical sin pausas entre las notas. Es imposible escuchar una melodía o llevar el tiempo sin espaciado.

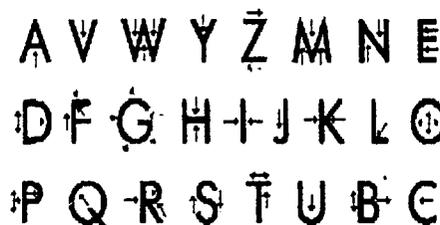
El tercer tipo prioritario de espacio es el que existe entre líneas y como ya lo mencioné es llamado interlineado, y recordando, es el espacio horizontal que separa unas líneas de otras y que contribuye a la legibilidad.

Combinado con otros elementos tipográficos, el espacio puede considerarse una forma de energía. Las letras se basan en el espacio para destacar su grosor y su perfil. El grosor o peso del tipo viene determinado por la cantidad de espacio que absorbe o desplaza. Además, la cantidad de masa positiva contenida dentro de una zona afecta a la forma en que se percibe el espacio. Si la masa aumenta hasta superar visualmente al espacio, éste se convierte en forma, y la masa se percibe como área negativa.

El espacio puede concebirse como un agente mezclador cromático. En tipografía no hay gris en el sentido literal de la palabra, pero se crea mediante una ilusión óptica que consiste en la colocación de tipos oscuros sobre fondo claro con un espaciado apropiado. El color del fondo es como el factor matizador, y produce, junto con el estilo de los tipos, la ilusión de tono. Si por ejemplo el espaciado se reduce, el tipo compuesto parecerá más oscuro. Lo anterior puede notarse en los textos de la cuarta de forros más que en los de la primera de forros ya que la cantidad de texto es más considerable.

La línea. Las letras se apoyan en las fuerzas generadas por su diseño. Las totalmente abiertas necesitan el apoyo del espacio

exterior, mientras las total o parcialmente cerradas se sustentan en los espacios creados a los dos lados de la línea que las define; por tanto, los blancos internos pertenecen a la letra, y no al espacio exterior. Si se estudian las fuerzas asociadas a cada una de las letras se advertirá la importancia que adquieren cuando se utilizan aisladas en forma de mayúsculas iniciales; estas fuerzas son tanto más notorias cuanto más grandes son los caracteres.



96. Líneas en la tipografía

Por tanto la línea es el elemento básico que da a la letra su forma; el diseño de esa línea determina el estilo del tipo. Algunas letras llevan unas estructuras suplementarias llamados pies que ayudan a enlazar los caracteres. Las letras sin pie, llamadas en ocasiones por su denominación francesa Sans Sérif, son más independientes unas de otras. En los dos casos, para que el texto compuesto sea legible hay que establecer un espaciado correcto entre letras, palabras y líneas.

La vista sigue las líneas de tipografía pasando de una palabra a la siguiente hasta el final y a continuación salta a la



119. Letra con pie y letra sin pie

situada inmediatamente por debajo; sin embargo, si las líneas están demasiado juntas, se empastan unas con otras y forman una masa en la que es difícil mantener la continuidad.

Las líneas en la tipografía pueden ser utilizadas para subrayar, las líneas destacan las palabras. Las dispuestas en forma de recuadro forman rebordes o actúan como orlas decorativas dentro de la composición. Todas estas formas de utilizar la línea pueden mejorar el diseño básico de una cubierta, es frecuente también utilizar líneas imaginarias para definir una retícula o una estructura gráfica a la que se atienen los demás elementos.

Sólido y masa. Por definición, un sólido es un objeto continuo de forma y volumen definidos. En tipografía, el término sólido describe el peso o grosor visual de un elemento tipográfico. El término masa denota el peso de una unidad o el peso colectivo de una agrupación de elementos.

Sólidos y masas son por lo general definidores energéticos de formas y poseen una intencionalidad decisiva. Establecen y mantienen el orden de prioridades de la composición. Para intensificar una masa tipográfica, puede aumentarse el peso o grosor y el cuerpo de los caracteres y reducirse el espacio entre letras, palabras y líneas.

La energía generada por las letras es directamente proporcional a la intensidad y el grosor de las líneas que las definen. En general, las letras seminegra y negra emiten más energía que las de trazo más fino, porque tienen más peso en relación con el espacio que ocupan. Por tanto, el peso tiene

prioridad sobre el espacio y parece avanzar ópticamente. Por el contrario, la versión fina, con blancos internos más abiertos, produce mayor sensación de espacio a su alrededor y la línea que la define es menos intensa.

BB EE GG

96. Letras negras y seminegras

La línea tipográfica se convierte en sólido cuando la masa de los caracteres sobrepasa el volumen del espacio al que sustituye o absorbe dentro de un área delimitada.

Las letras gruesas ocupan por lo general el mismo espacio exterior que sus equivalentes más finas. En efecto, las letras adquieren solidez hacia dentro reduciendo el blanco interno. No obstante, cuando esta operación ha alcanzado cierto punto, no puede llevarse más allá sin deteriorar la legibilidad.²⁷

Las letras muy gruesas compuestas muy juntas generan un cierto magnetismo óptico que hace que unas se atraigan a otras, con el resultado de un texto poco legible y en el que es difícil individualizar los caracteres.

letras gruesas compuestas

letras gruesas compuestas

121. Letras gruesas

27. El arte de la tipografía.

Introducción a la tipografía. Watson-Gutpill Publications. España, 1988 Watson-Gutpill Publications Pag 12-25

En la tipografía hay que considerar detenidamente la ubicación en el espacio de los sólidos y las masas. Si en una página hay varios elementos, el objetivo ha de ser la armonía entre todos ellos. Son muchos los factores que influyen en el peso visual de una masa, y es su combinación lo que determina la situación de un objeto dentro de una composición.

Entre los aspectos que hay que tener en cuenta cabe citar la intensidad, la prioridad y el contraste. Además, el diseñador dispone de numerosos símbolos tipográficos adecuados para apoyar la masa, como los filetes gruesos y de ornamento, que son elementos muy utilizados en algunas colecciones del FCE.

Plano. En tipografía, la profundidad se sugiere modificando el tamaño y el grosor de las letras y las formas. Así los caracteres pequeños y más claros parecen retroceder, mientras que las letras más vistosas dan la impresión de avanzar. Aunque todos estos elementos de diseño comparten un único plano, su composición a varios tamaños produce sensación de tercera dimensión y crea un primer plano y una sucesión de planos intermedios cada vez más alejados.

LA LEGIBILIDAD

La legibilidad será la característica más importante que deba tener el texto en la cubierta. Este término es utilizado para definir una cualidad deseable en las letras de la cubierta. Si decimos que el texto de la cubierta es legible, queremos decir que, la gente cuya lectura va destinada a la misma, puede hacerlo bajo condiciones en que, a nuestro parecer, lo verán. También puede adoptarse el término legible en el sentido de "fácil de leer".

Para que la tipografía sea legible, el diseñador debe saber qué se va a leer, por qué, quien lo va a leer, dónde y cuándo. En el dónde, hay que tener en cuenta la luz, pues leer sin ella resulta imposible. El modo en que la luz llega a los ojos, hasta y desde el objeto de lectura, así como el ángulo y la distancia a que se encuentra el lector, afectarán el trabajo del diseñador.

Los dos tipos de letra más utilizados son la redonda (con terminal o rasgos) y Sans serif (que carece de trazos terminales). Cuando se observan con atención estas dos clases de caracteres, se aprecia que los primeros realizan tres funciones básicas: 1) Ayudan a guardar cierta distancia entre las letras 2) Al mismo tiempo unen letras para formar palabras, lo cual facilita la lectura (pues se ha demostrado que leemos, no letra por letra, sino reconociendo las formas de las palabras) y 3) Ayudan a diferenciar las letras individuales en especial las mitades superiores, gracias a las cuales, reconocemos las palabras.²⁶

Las letras cuyas mitades superiores resultan menos fácilmente distinguibles cuando carecen de trazos terminales son, por lo general (ya que esto puede variar según el diseño del ojo) las siguientes:

aclmnpqgo
aclmnpqgo

26. MC LEAN, Ruari.
Manual de tipografía.
España, 1980, Herman Blume pag 44-45

La certeza de descifrar es un elemento importante de la verdadera legibilidad; y en relación con la tipografía lleva el mensaje de que la legibilidad, o la facilidad de lectura, aumenta cuando las letras se diferencian claramente unas de otras y disminuye cuando las letras se parecen mucho entre sí. La certeza de descifrar aporta un sentido positivo al término legibilidad.

TRES REGLAS PARA LA LEGIBILIDAD

1. Los caracteres sin trazo terminal son por naturaleza, menos legibles que los que sí lo llevan. Resultan menos legibles por que es muy frecuente en este tipo de caracteres que las letras se parezcan mucho entre sí, de manera que la certeza de descifrar, disminuye; los rasgos, como anteriormente mencionamos, tienen otras funciones además de facilitar la lectura.

Esto no significa que todo texto compuesto en caracteres sin trazo terminal sea siempre, o necesariamente, menos legible que otro compuesto con letras romanas. Esto significa que hay un factor de legibilidad en los caracteres sin rasgos que no debe olvidarse; uno de los resultados de la falta de trazos terminales es que las páginas así compuestas presentan una uniformidad y una igualdad de color que puede llegar a hacerlas monótonas y en consecuencia poco atractivas.

Este tipo de letras, bien utilizadas, resultan más legibles que los caracteres con rasgos mal usados, y hay ocasiones en que el diseñador los preferirá de los anteriores por razones estéticas. Pero cuando se trata de un texto seguido, la lectura resultará más fácil si se emplean, correctamente, caracteres con trazo terminal.

2. La letra redonda, de caja alta y baja, resulta más legible que cualquiera de sus variantes: la cursiva, la negrita o las versalitas, y sean amplificadas o reducidas.

Esta afirmación debe tomarse únicamente como un principio que puede servir de guía, si bien existen numerosas excepciones: ciertos tipos de cursiva, sobretodo la redonda inclinada y no la verdadera cursiva, resultan más fáciles de leer que la letra redonda y lo mismo sucede con algunos caracteres reducidos.

El principio básico es que la letra redonda se ha convertido en la norma a seguir. Las variaciones de éste tipo de letra fueron diseñadas con fines concretos, como para dar énfasis o variedad, y casi nunca para mejorar la legibilidad, y en casi todos los casos resultarán más difíciles de leer que la redonda normal en un texto seguido.

3 Las palabras deben estar próximas unas a otras como por un espacio igual a la anchura de la letra; el espacio entre las líneas debe ser superior al espacio entre las palabras. El espacio entre líneas es de vital importancia para la legibilidad del texto, y puede afirmarse con toda seguridad que cualquier texto seguido resulta más fácil de leer si se utiliza el espacio interlineado.

Estos son los principios básicos de la composición legible usando tipos redondos, de caja alta y baja. Puesto que el lector lee palabra por palabra, o grupos de palabras, reconociendo las formas de las mismas, en lugar de leer letra por letra, el espacio entre las palabras ha de ser pequeño; si este espacio fuese demasiado grande, incluso superior al espacio entre las líneas,

podría forzar la vista hasta la siguiente línea en lugar de la siguiente palabra; cuando la línea es superior a doce palabras la vista tiende que alejarse demasiado del comienzo de la misma, y resultará muy difícil volver a encontrar correctamente la línea siguiente.

El aspecto más importante asociado al uso de la tipografía en el forro es sin duda la legibilidad, sin embargo existe otro elemento de gran influencia para que esta condición se dé, no sólo en la tipografía, incluso también en la imagen: el color.

EL COLOR

Es el elemento gráfico más expresivo en el forro pues antes de que se hayan empezado a leer las palabras o a comprender la imagen, los colores ya están emitiendo su mensaje, evocan una reacción inmediata y se usan para captar la atención.

El dominio sobre el lenguaje del color le permite al diseñador hacer de la selección para un diseño determinado una opción razonada y consciente en vez de una decisión arbitraria. Dotado de esta clase de conocimiento, el diseñador logrará justificar las elecciones de color.²⁹

Como en todos los lenguajes, hay ciertas reglas que deban aprenderse para poder comunicar de forma efectiva mediante los colores de un diseño. Debe conocer cómo actúan los distintos colores al colocarse juntos y de cómo un cambio de tonalidad puede alterar sutilmente el mensaje.

El uso del color no sólo comprende la inspiración o el gusto, se necesitan tener en cuenta puntos como la legibilidad de

ciertos colores cuando se usan para la tipografía o si el color que se ha seleccionado puede reproducirse en el medio de impresión que utiliza la editorial.

Diseñar con el color debe ser enfocado con el mismo cuidado que se aplica al uso de los elementos antes citados. Esto asegurará que la elección de un color no es un añadido final, sino una positiva fuerza de diseño que se integra en la imagen de la cubierta y hace de la misma un logro creativo.

Existen normas para la aplicación del color que pueden ayudar a utilizar este elemento de forma más efectiva, como puede ser el conocimiento de las combinaciones de color, las connotaciones de cada color y su uso individual.

Connotaciones del color

Las palabras que se usan para describir un color van más allá de una simple descripción: a los colores oscuros se les puede llamar "sombrios", el verde puede ser "tranquilo" y "relajante". El diseñador debe comprender y considerar estas asociaciones para hacer la mejor elección para su trabajo. Los colores pueden influir sobre el estado de ánimo. El verde transmite tranquilidad y neutralidad y se considera el color ideal para inducir la relajación. Los rojos y los púrpuras pueden excitar. Los rojos hacen sentir una sensación de calidez mientras que los azules, son frescos e incluso fríos.³⁰

Hay otras connotaciones de los colores que derivan no tanto en las sensaciones que producen como del significado simbólico que se les atribuye. Algunos significados son naturales y fácilmente comprensibles. El azul representa el cielo

29. SWAN, Alan.
El color en el diseño gráfico.
Gustavo Gilí, Barcelona, 1995 pag 8

30. SWAN, Alan.
Ob. Cit. pag 23

y el mar; y el amarillo, la naturaleza y el crecimiento; el marrón fuerte, la tierra y el rojo, la sangre.

Al explotar los diseñadores gráficos estas asociaciones de color, éstas se convierten en más sofisticadas. El azul empieza como el color del cielo, el mar y el agua, pero actualmente sus asociaciones incluyen al deporte, la vida al aire libre, la limpieza y la frescura. El marrón empieza por ser el color de la tierra, los cereales y el trigo, el pan; pero en la actualidad representa varias cualidades abstractas como la vida sana, lo natural y la buena salud.

Otras asociaciones son producto del hombre. Se fundan en la tradición y el uso común. El rojo es entendido universalmente como el color del comunismo y el socialismo. A menudo estos significados generados por el hombre dependen de la cultura. Por ejemplo, el negro es el color que simboliza la muerte en muchos países, pero en algunos otros es el blanco o el púrpura. En Francia el rojo es el color de la masculinidad mientras que en otros es el azul.

El color es un factor importante en el diseño, cada color tiene en determinado efecto sobre el espectador de un soporte gráfico y evoca distintos significados.

Conceptos asociados a los colores

Los conceptos más comúnmente asociados a los colores, son los que se enlistan a continuación.³¹

Rojo: Pasión, fuego, amor, energía, entusiasmo, coraje, calor, competitividad. El rojo es definido con los siguientes

adjetivos: intrépido, excitante, intenso, estimulante, impaciente, inquieto.

Rosa: belleza, calidez, dulzura, delicadeza, refinamiento, ternura. El rosa es definido como intuitivo, sofisticado, reservado, tranquilo, no violento, femenino, romántico, sensible.

Naranja: reto, originalidad, ambición, imaginación, autoridad, atracción, éxito, dicha, felicidad. Este color es definido como: expansivo, extrovertido, alegre, brillante, único, determinado, vibrante, cálido, aventurero, independiente, fuerte, luminoso, brillante, optimista, artístico, optimista, espiritual, egoísta, tímido, perfeccionista.

Verde: Balance, frescura, dinero, suerte, fertilidad, salud, estabilidad, concentración, paz, tranquilidad, amabilidad. Es considerado como un color: sensitivo, inteligente, convencional, neutro, alegre.

Azul: tranquilidad, calma, libertad, extensión, armonía, serenidad, perdón, paciencia, paz, vulnerabilidad. Se describe con los siguientes conceptos: perfeccionista, frío, elegante, neutro.

Púrpura: Misterio, intriga, enigma, creatividad, espiritualidad, imaginación. Es descrito con un color; no convencional, generoso, sensitivo, vanidoso, espiritual, creativo.

Gris: aburrimiento, miedo, depresión, tristeza, melancolía, neutralidad, seguridad, balance, calma. Es considerado un color: conservador, indiferente, aburrido, frío, neutro, balanceado.

31. CHIJIIWA, Hideaki.

Color Harmony.

Rockport Publishers. USA, 1992.

Pag 12-19

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

Blanco: claridad, pureza, simplicidad, limpieza, fresca, brillo, paz, verdad, claridad, cautela, es definido con los siguientes adjetivos: inmaculado, puro, simple, inocente, limpio, nieve, fresco.

Negro: muerte, dignidad, elegancia, prestigio, tristeza, depresión, maldad, misterio, sexualidad. Es definido mediante los siguientes calificativos: sofisticado, elegante, misterioso, malo, perverso.

CARACTERÍSTICAS Y USO DEL COLOR

A continuación revisaremos de manera independiente las principales características y usos de los colores primarios y secundarios, en el diseño.³²

El Rojo

Es denominado el color de las emociones: de la pasión, la fuerza y la masculinidad. Los rojos fuertes pueden simbolizar sangre, la ira y el fuego. Este color da una sensación de calor, nos puede hacer sentir hambrientos o excitados. Es asociado al peligro.

El rojo puede tener una fuerte influencia sobre un elemento de diseño. Los rojos vivos deben usarse con cuidado pues se convierten fácilmente en colores dominantes. Son excelentes para captar la atención. Los tonos de rojo oscuros, dan un aspecto discreto y menos agresivo. Un rojo puede ser cálido como el escarlata o frío como el borgoña en tanto más puro sea más cálido parecerá. El rojo sobre blanco o a la inversa tienen una gran legibilidad.

El azul

Las connotaciones más naturales del azul son el cielo, el mar y el agua y evocan las ideas de fresca, limpieza, frialdad y pureza. El azul es considerado comúnmente como un color frío, aunque, tal como sucede con los demás colores, su calidez o frialdad depende del contexto en el que se usa o, en otras palabras, cómo se relaciona con los colores que aparecen junto a él. En la mayoría de los países, el azul representa una gama de cualidades abstractas, no todas de sentido positivo, empezando quizá por la integridad y estabilidad y siguiendo ideas de respetabilidad, formalidad y conservadurismo.

De todos los colores, el azul es que el que mejor funciona cuando se usan juntos tonos del mismo color. Los diferentes tonos y pigmentos que se pueden derivar de un mismo azul proporcionan más contrastes de los que pueden derivar de otros colores.

El amarillo

Al compararlo con los otros dos colores primarios, y con el gris, el amarillo es el color más claro. El amarillo tiene casi la mitad de la luminosidad del azul, y este factor domina sus características y uso en el diseño. Es utilizado para representar la luz. Es cálido y alegre. Colocado junto a su color oscuro establece un contraste llamativo. El amarillo es el más visible y reconocible de los colores. Puede representar fresca. Se le asocia a la estación de la primavera. El amarillo vivo y claro es un color de presencia brillante y dominante. En un diseño debe controlarse la proporción e intensidad del amarillo. A diferencia

32. SWAN, Alan.
Ob. cit pag 33-70

del rojo y azul al amarillo no se le puede añadir negro para oscurecerlo pues el resultado será un amarillo verdoso, no existe el amarillo oscuro. Es un color que permite avivar otros colores.

El amarillo y el azul pueden generar un contraste poderoso. El color complementario del amarillo es el púrpura, colocado cerca de éste, el amarillo queda realzado y crea un efecto llamativo.

Los amarillos pueden ser apagados para convertirse en ante o arena, enriquecidos con rojo para convertirse en oro o suavizados con azul para convertirse en amarillo verdoso. Las imágenes tipográficas en amarillo son difíciles de leer sobre fondo blanco. La tipografía amarilla, en negativo sobre negro, proyecta una poderosa imagen. Raramente el amarillo domina un diseño, pero es excelente para acentuar y destacar un área. Cuando se usa con colores más oscuros y apagados, el área amarilla será vista en primer lugar.

El verde

Es el color natural por excelencia, tiene connotaciones de paz, esperanza y tranquilidad. Los pigmentos de verde se dividen en dos tipos: verdes amarillentos y verde azulados. Los primeros son muy claros y hay muy poco contraste dentro de la gama de cada uno de los dos colores. Los pigmentos verde azulados ofrecen una gama con mayores contrastes y, por lo tanto, son más versátiles.

Al igual que con el azul o el rojo, la variedad de pigmentos disponibles a partir del verde determinado dependerá de la

luminosidad de este verde. Los verdes oscuros usados con otros colores oscuros son extravagantes. Cuando los verdes se colocan junto a tonos equivalentes de rojo, ninguno de los dos colores es dominante. Los verdes pueden ser buenos colores de fondo para tipografía en negativo (con tal que sean lo bastante fuertes o vivos.)

Del verde pueden explotarse conceptos de frescura y sensaciones de tranquilidad al mismo tiempo según el tipo. Usando una combinación con mucho blanco, el verde puede parecer clínico, pero si se colocan verdes vivos junto a colores de la misma luminosidad el diseño tendrá vibración y vida.

El naranja

Es un color muy específico porque es cálido, vivo y claro. Las connotaciones más obvias del naranja vivo son los lugares cálidos y exóticos, y la fruta fresca. La fruta simboliza salud y vitalidad y, a su vez, el color se ha apropiado de estas asociaciones.

Es una opción natural para crear una atmósfera tropical. Su complementario es el azul y la energética combinación de estos colores ha sido muy explotada. Los rojos y azules serían buenos colores para poner junto a los naranjas para evocar países tropicales bañados de sol. Los tonos más oscuros del naranja son colores naturales, campestres y hasta otoñales. Atraen a los jóvenes y pueden dar al diseño un aspecto de producto de gran consumo.

El naranja atrae la mirada hacia el diseño. En áreas demasiado grandes fatiga su contemplación pero es un buen

color para crear acentos. Al tener disponible una rica gama de tonos, desde los naranjas amarillentos hasta los mezclados con rojo, se pueden usar juntos para dar una sensación cálida.

No es un color que se pueda usar fácilmente en la tipografía, pero es un buen fondo para poner de relieve colores más oscuros, menos vibrantes.

Un diseño que contenga naranja saltará a la vista, lo cual puede aprovecharse por su viveza o por su capacidad de evocar el sol y la imagen del verano. Ofrece un buen contraste con tonos de negro o colores apagados. Al agregar negro al naranja se pueden obtener tonos de aspecto añejo.

El púrpura

Las asociaciones que se hacen con este color son con la realeza, la excelencia y el alto rango. Usado junto con el oro y el plata, el púrpura es lujoso y de aspecto caro. También puede ser un color romántico y femenino, lo cual es particularmente cierto con los lilas más claros, usados con sensibilidad junto a colores armoniosos. Este color requiere habilidad en su uso ya que no todos los diseños se ven favorecidos con su aplicación. Con una pequeña cantidad de púrpura se puede dar impacto al diseño.

Los púrpuras funcionan bien con colores armoniosos que contengan azul y rojo. El complementario del púrpura es el amarillo, por lo que si se pretende hacer notar, ésta es la combinación adecuada. Históricamente, el púrpura no se ha utilizado para la tipografía, pero los púrpuras oscuros tienen buena visibilidad sobre blanco o a la inversa.

Con todos los elementos mencionados en este apartado, el diseñador genera la imagen que habrá de aparecer en la primera de forros. Sin embargo, existen una serie aspectos de orden técnico que habrá de considerar previamente para que la cubierta sea impresa en óptimas condiciones.

LA ETAPA DE PRODUCCIÓN

Es mucho más sencilla si se compara con la anterior, en esta etapa el diseñador se enfoca a cumplir con los aspectos formales de la cubierta de acuerdo a la colección a la que pertenezca y las condiciones óptimas para que la imagen pueda imprimirse correctamente y con buena calidad.

Actualmente la producción de forros o de cubiertas es realizada en la computadora casi en su totalidad y en el caso específico de la editorial Fondo de Cultura Económica la producción de libros se realiza bajo la plataforma Macintosh.

Es deseable que el diseñador de cubiertas tenga un conocimiento básico de estos equipos a nivel hardware y software, tanto del sistema operativo como de las aplicaciones con las que se producen imágenes y formación de página.

Dependiendo de la colección, se toman las decisiones del tipo de programa en el que se trabajará la imagen y se realiza la formación del forro. El diseñador de cubiertas trabaja básicamente con tres programas: dos para la producción y edición de imágenes y uno más para la formación del forro.

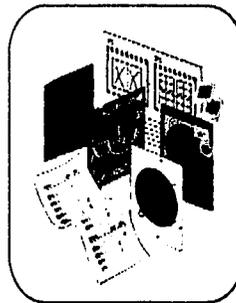
Lo primero es obtener las imágenes, esto se puede hacer recurriendo a un banco de imágenes en CD, digitalizando fotografías por medio de un escáner o creándolas en un programa de vectores o de mapa de bits.

Las imágenes que pueden verse en cualquier cubierta del FCE son de dos tipos: de mapa de bits y de vectores. Ambas pueden ser generadas en distintos programas, pero

específicamente en el FCE las de mapas de bits se trabajan con el programa Adobe Photoshop y las de vectores con Macromedia Freehand.

Obtención de las imágenes

Existen varias maneras de introducir imágenes a un programa de bitmap; a través de un escáner para digitalizar una imagen, importando dibujos de vectores de otras aplicaciones o bancos de imágenes. En la editorial los métodos más comunes son la digitalización con escáner y la importación de imágenes de vectores generadas en Freehand.



98. Obtención de imágenes

Importación de gráficos

Las imágenes creadas en programas vectoriales pueden exportarse a Photoshop o pueden obtenerse de discos de

imágenes de vectores distribuidas de manera comercial y conocidas comunmente como clip art.

DIGITALIZACIÓN

Para digitalizar una imagen se requiere fundamentalmente de un escáner, de manera frecuente el tipo de material a digitalizar son fotografías y son dos los aspectos que determinan la calidad de una foto digitalizada, el primero es el tamaño de la misma. Entre más grande sea la fotografía más posibilidades hay de obtener buenos resultados. El otro aspecto es la exposición de la fotografía y su contraste en la impresión, ya que una fotografía que se encuentra bien expuesta se digitalizará mejor que una sobre o subexpuesta.

En tanto que una fotografía de bajo contraste se digitalizará mejor que una de alto contraste bien hecha, debido a que siempre en un programa de manipulación de imágenes es posible aumentar el contraste, pero no reducirlo, pues no se pueden recuperar los detalles que se pierden al realizar un alto contraste.

El empleo del escáner es una de las opciones más utilizadas y el uso adecuado de ésta herramienta es importante ya que incide de manera directa en los resultados a obtener. Para decidir qué dispositivo es el más adecuado, es necesario determinar el tipo de original que se va a manejar y la forma en que se utilizarán los datos capturados. Antes de proceder a la digitalización debe determinarse un aspecto importante: la resolución a la que se va a digitalizar la imagen con base a la calidad deseada de la salida final.³³

Determinación de la resolución de la imagen

La resolución óptima de una imagen depende de la salida final que se pretende darle. Una imagen digitalizada en una resolución baja, dará una imagen con efectos de dentado y probablemente resulten borrosas pero si se digitaliza la imagen a una resolución muy alta se tendrán otro tipo de problemas como crear un archivo de un tamaño tan grande que será muy complicado o incluso hasta imposible editarlo en la computadora.

Cuando el destino final de nuestro trabajo es una máquina impresora o filmadora debemos calcular la resolución de la imagen basándose en la resolución de la impresora.

La resolución de estas máquinas es medida en líneas por pulgada (lpp) denominada también lineatura. La resolución que se utiliza en un escáner (medida en pixeles por pulgada) está relacionada directamente con la lineatura de la impresora.

La combinación de la resolución de la imagen y la lineatura determina el detalle de una imagen impresa y la regla para digitalizar una imagen que se va a imprimir, es digitalizar la imagen de 1.5 a 2 veces más la lineatura o lineaje que se va usar para imprimir.³⁴

La siguiente tabla muestra la lineatura y la resolución de digitalización que se emplea normalmente en diversos tipos de publicaciones.

33. AFGA-Gevaert N.V. *Introduction to digital Scanning*. Digital Color Press Vol. 4. AFGA Education División. Bélgica, 1994 pag 4

34. HYDEN Books, Adobe Photoshop. *Curso completo en un libro*. Trad. Miguel Angel Martínez S. Hyden books, México, 1997 pag 33

PUBLICACIÓN	LINEATURA	RESOLUCIÓN DE DIGITALIZACIÓN
Periódico	85-150 lpi	125-225 dpi
Revista	135-175 lpi	200-265 dpi
Libro de arte	150-200 lpi	225-300 dpi

FORMACIÓN DE FORRO

La formación del forro se trabaja con QuarkXpress, que es un programa de diseño de página electrónica. Se puede utilizar para crear cualquier tipo de soporte gráfico editorial, que puede ir desde una tarjeta de presentación en blanco y negro hasta una revista a todo color.

Por lo que para la construcción del original final de la cubierta, se utiliza éste programa, que básicamente su función es conjuntar todos los elementos de la cubierta. En este mismo programa es donde se trabajan los interiores del libro, es decir el volumen total de páginas. Así también con ayuda de QuarkXpress se formará la primera de forros, el lomo y la cuarta de forros.

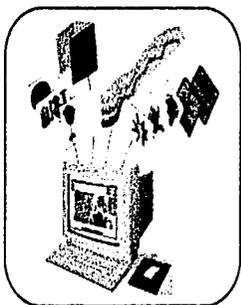
La formación es una fase en la que la imagen para la cubierta ya ha sido creada, se tienen decididos todos los elementos que conformarán la misma y se procederá a su ubicación en la página, aunque esto sólo se realiza una vez para cada colección, debido a que éste programa tiene la posibilidad de usar lo que se llama plantillas, así por ejemplo, cuando se realiza la formación de un libro perteneciente a una colección, se decide el tamaño de la cubierta, el color, se dispone el

espacio para la imagen, la fuente y color de la tipografía, el estilo, su posición; los logotipos, la extensión del texto en la contracubierta, etc. Pero sólo se hará una vez, ya que éste primer documento se reutilizará como plantilla para hacer la formación de otros libros de la misma colección, cambiando sólo los aspectos básicos como el nombre del libro y el autor, la imagen y la información en la contracubierta; facilitando y dándole mayor rapidez a la etapa de formación de las cubiertas.

Así, mientras en el departamento de producción se están creando los interiores, con éste mismo programa, en el área de diseño se trabaja con la formación de las cubiertas, básicamente consiste importar las imágenes y logotipos correspondientes o creando elementos gráficos propios de la colección a la que pertenece el libro, posicionando el texto, agregándole color. En fin, ubicando todos los elementos que conformarán el diseño de la colección.

El trabajo con la tipografía puede incluir ajustes precisos al espaciado de palabras y caracteres, una correcta partición de las palabras, girar líneas y aplicar color y estilo al texto y todo esto se puede realizar fácilmente con éste programa. También se puede hacer que el texto fluya alrededor de objetos gráficos o imágenes.

Las imágenes importadas se pueden enmarcar con cualquier color y con distintas formas, se pueden rotar, inclinar, ajustar su tamaño y cortar. También se puede añadir color e intensidad de fondo a varios formatos de imágenes importadas. Se pueden crear plastas de color o degradados en formas geométricas, cajas de texto o cualquier forma creada en el programa.



97. Formación

Este programa tiene la posibilidad de importar la fotografías escaneadas, dibujos a línea provenientes de programas vectoriales o imágenes a todo color elaboradas en Photoshop, sólo se requiere salvar la imagen que se quiera exportar a QuarkXpress con un formato de tipo Encapsulado PostScript (EPS). QuarkXpress se puede utilizar para separar imágenes en color EPS e imprimir planchas de separación e colores.³⁵

Sin embargo, cuando por alguna razón no se tiene la plantilla base de colección es necesario realizar toda la formación, con QuarkXpress, se puede elaborar prácticamente todo el trabajo de maquetación y producción de la cubierta trabajando con rapidez y eficiencia.

Una vez que se ha realizado la integración de la imagen en la formación del forro completo del libro, esté debe guardarse en una unidad de almacenamiento para su transportación y envío a la empresa de servicio de pre prensa que se encargará de realizar los negativos y pruebas de color. Puede ser un zip, un jazz o cualquier otro dispositivo externo de alta capacidad de almacenamiento ya que las imágenes generadas por lo general son muy pesadas rebasando los 50 MB.

La formación es prácticamente el último paso de la etapa de producción, pero la creación de la imagen así como la formación del forro requieren en su desarrollo de ciertas consideraciones para tener un resultado óptimo en impresión.

Una vez que se ha elaborado una imagen para cubierta de libro el siguiente paso es llevar ese diseño a la máquina de Offset, para su reproducción. ¿Qué se requiere saber para lograrlo?.

35. BINDER, Kate.
Aprendiendo Quark Xpress en 14 días.
Trad. César G Romero. Prentice Hall,
México 1989. Pag 2-15.

NOCIONES TÉCNICAS DE IMPRESIÓN

Probablemente en éste punto del trabajo de producción de la cubierta el diseñador por lo único que se preocupa es por obtener lo que ve en su monitor, de la misma manera impreso.

El primer problema es hacer que los colores que se ven en pantalla coincidan con los impresos. Para esto es necesario un par de cosas. Primero, tener un claro entendimiento de cómo el color es desplegado en un monitor; segundo, cómo es representado de manera impresa y cómo es que funciona el sistema de impresión de litografía Offset, que es el sistema bajo el que generalmente, se reproducen las cubiertas de libro.

A continuación se presentan los aspectos de la teoría básica del color que ayudarán al diseñador a entender el proceso de impresión de una imagen a color.

TEORÍA DEL COLOR

El color existe debido a tres aspectos: la luz, el objeto observado y el espectador. La física ha demostrado que la llamada luz blanca, está compuesta por longitudes de onda que corresponden al rojo, verde y azul.

El ojo humano percibe el color como distintas longitudes de onda de rojo, verde y azul, que son absorbidas o reflejadas por los objetos. Por ejemplo en el caso concreto de una manzana ubicada en un árbol. Los rayos del sol brillan sobre la manzana y la longitud de onda de la luz se refleja en la manzana hacia los

ojos del espectador. Las longitudes de onda de azul y verde son absorbidas por la manzana, como se muestra en la figura 125.

El ojo reacciona a la luz reflejada, enviando un mensaje que es interpretado por el cerebro como rojo.



98. El rojo es reflejado mientras el verde y el azul son absorbidos

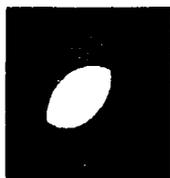
La percepción del rojo depende de la manzana, la luz y el espectador. Una manzana puede absorber más verde y azul que otra y por tanto su color será más rojizo. Si las nubes cubren el sol, el rojo de la manzana parecerá más oscuro. Las longitudes de onda roja, verde y azul, que permiten ver la manzana, son la base de todos los colores de la naturaleza.

Por ésta razón, los colores, verde y azul se denominan colores primarios de la luz. Todos los colores del espectro se crean mediante diferentes intensidades de estas tres longitudes de onda de la luz.

El rojo, verde y azul se denominan colores primarios aditivos ya que su combinación da lugar a la luz blanca. Cuando se

suprime uno de estos colores primarios aditivos se obtiene otros colores: cian, magenta y amarillo; así el cian es una combinación de verde y azul sin rojo. El magenta, es una combinación de rojo y azul sin verde; y el amarillo se produce al combinarse el verde y el rojo sin azul.³⁷

Como ya se dijo, cuando los tres colores primarios se solapan, crean los colores secundarios: cian, magenta y amarillo. El cian, el magenta, amarillo en teoría dan lugar al negro, ya que en la práctica el color que se obtiene es un café oscuro; estos tres colores más el negro son los colores de las tintas básicas que se utilizan para la reproducción de una imagen a todo color.



99. Colores primarios aditivos, al unirse forman la luz blanca.

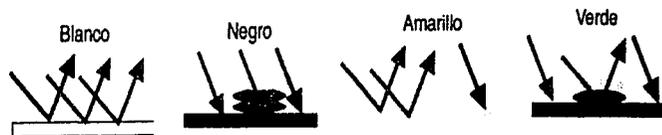


100. Colores secundarios, al unirse forman negro.

Cuando se observa un trozo de papel de color blanco, todas las longitudes de onda (RVA) son reflejadas hacia nosotros, y en forma opuesta cuando se observa un objeto negro son absorbidas completamente por el objeto y ninguna luz es reflejada.

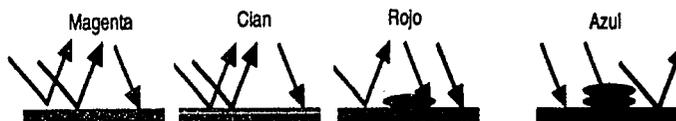
El color que percibe la vista depende de la luz reflejada por la superficie del papel. Como se vio el papel blanco estará

reflejando todos los colores, pero por ejemplo un papel de color amarillo absorbe el azul y refleja el verde y rojo que son los que componen el amarillo por eso el color que se percibe es el amarillo.



101. Efecto de reflexión de la luz en papel de distinto color

Así cuando el ojo humano percibe el magenta es porque se absorbe el verde y se refleja el rojo y azul. El cian se percibe cuando se absorbe el rojo y se refleja el azul y el verde. Y el negro absorbe todos los colores.³³



102. Efecto de reflexión de la luz en papel de distinto color

Gracias a estas propiedades del color de reflejar y absorber luz, nosotros podemos percibir los distintos colores. El ojo humano es tan sensible que puede reconocer un espectro de millones de colores.

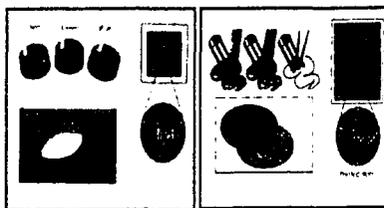
La relación de los colores primarios de la luz y los colores pigmento, con la producción editorial es muy estrecha; los

36. **DROBLAS, Adele.**
Manual de Photoshop 5.
Mc Graw Hill, España, 1999.
Pag. 142

37. **SMIT, Stam** y H.F Tn Holt.
El Manual del Artista.
Herman Blume, España, 1982. Pag 215

colores primarios de la luz son empleados por dispositivos basados en la luz como los monitores y los escáneres. Fig.130.

Las prensas de impresión por otro lado utilizan los colores complementarios o colores primarios pigmento que son el cian, el magenta y el amarillo, para la reproducción de originales16. Figura 130 derecha.



103. Colores luz y colores pigmento

LOS MODELOS DE COLOR

Un modelo de color es un método para desplegar y medir el color en la computadora. Se les puede llamar también espacios de color y permiten diseñar una amplia gama de colores mediante la manipulación de los distintos valores o canales de que se componen.³⁸

Cada equipo utilizado para la creación de un archivo como los monitores, escáneres o impresoras reproducen el color de manera distinta, con diferentes modelos de color, donde los dos más comunes son RGB (rojo, verde y azul) y CMYK (cian, magenta, amarillo y negro) y ambos tienen un rango distinto de tonalidades.

El modelo RGB es mediante el cual los monitores despliegan el color y está basado en la luz. El modelo CMYK es el modelo mediante el cual se imprimen las imágenes usando los cuatro colores de tinta process.

Los modelos de color fueron creados como forma de traducir los colores en datos numéricos, de forma que pudieran ser descritos en distintos medios, como la computadora.

Esto es muy importante por que si por ejemplo le pedimos a un impresor que realice un determinado trabajo en verde claro será muy difícil que el impresor pueda determinar el tipo de verde exacto que tenemos en mente, en cambio si nos basamos en valores concretos con base a un modelo de color, se hace posible reproducir el color de la misma manera una y otra vez sin que haya confusión alguna. Por ejemplo: éste verde claro en el modelo CMYK sería 100% de amarillo y 20% de cian.

El modelo RGB. Se basa en las propiedades fundamentales de la luz por las que los colores pueden ser creados a partir del rojo, verde y azul.

Los monitores crean los colores emitiendo haces electrónicos de diferentes intensidades que al hacer colisión con el material fosforescente rojo, verde y azul que recubre el interior de la pantalla del monitor emiten la luz correspondiente.

Un gran porcentaje del espectro visible de color se puede obtener con la mezcla de tres componentes básicos de la luz en distintas proporciones. Debido a que se añaden distintos

38. DROBLAS, Adele.
Ob. cit. Pág. 143-149

porcentajes de cada uno para crear colores nuevos, los componentes del modelo RVA se conocen como colores aditivos. Cuando se usan en cantidades iguales estos tres colores producen el blanco.

Todos los monitores despliegan colores usando una mezcla de colores aditivos primarios de rojo, verde y azul. Como una regla básica las imágenes primero deben editarse en éste modelo de color por las siguientes razones:

- a) Los archivos RGB son más pequeños que los creados en otros modelos de color.
- b) Los monitores despliegan mejor los colores RGB.
- c) En un monitor, éste modelo proporciona un espectro más grande que otros modelos de colores como el CYMK.
- d) Algunos filtros de Photoshop sólo están activos en este modelo de color.

Modelo CYMK. El modelo de color cian, magenta, amarillo y negro o CYMK, representa el proceso de cuatro tintas que se usa para imprimir imágenes en una prensa.

Para imprimir imágenes en un sistema de prensa, se entintan cuatro placas de metal con cada uno de estos colores. Las placas producidas se denominan separaciones de color. La combinación de las separaciones de color forma una imagen completa.

Este modelo se denomina de colores sustractivo porque combinando todos los colores se sustrae o elimina el color y se produce negro en teoría. Este modelo de color no se basa en la adición de la luz, sino en la sustracción.

Un monitor crea colores por medio de una fuente de luz mientras que una página impresa esto no sucede de la misma manera debido a que un impreso no tiene la capacidad de emitir luz, sino más bien de absorberla y reflejarla.

Por esto cuando se desea imprimir lo que se ve en pantalla o en otras palabras, representar los colores que se ven en pantalla en el papel, es necesario usar éste modo de color. Como ya se dijo la página impresa no puede emitir luz, la imprenta por tanto no puede utilizar colores RGB para imprimir; utiliza tintas que pueden absorber determinadas longitudes de onda de la luz y reflejar otras. Combinando tintas de color cian, magenta, amarillo y negro, una prensa puede reproducir una parte del espectro de colores visibles.

En teoría estos tres colores pueden utilizarse para obtener casi todos los colores necesarios, mediante su combinación, incluyendo el negro.

Es muy importante hacer hincapié nuevamente en el hecho de que ambos modelos, RGB y CYMK son un recordatorio de que los colores del monitor, los colores de la naturaleza y los colores de un documento impreso se crean de formas completamente diferentes.

El monitor siempre creará los colores con base a la emisión de haces de luz roja, verde y azul, utilizando el modo RGB. Mientras que en la impresión, como forma para reproducir los tonos continuos de las fotografías se utiliza una combinación de tintas cian, magenta, amarilla y negra que reflejan y absorben distintas longitudes de onda de luz.

ENTRE EL MONITOR Y LA PRENSA: LOS NEGATIVOS.

Con el original en pantalla y conociendo las diferencias a cerca de como se reproduce una imagen en un monitor y en una prensa, es necesario conocer un paso previo que permitirá obtener una imagen impresa.

La mayor parte de las fotografías se denominan imágenes de tono continuo, porque el método utilizado para revelar la fotografía crea la ilusión de un tono continuo perfecto de color en toda la imagen. Las imágenes digitales o basadas en pixeles como se vio en el capítulo anterior, como las generadas con Photoshop, también producen la ilusión de un tono continuo, pero es a través de los pixeles de que está formada. Cada pixel se colorea en forma independiente, creando una transición continua y suave del color en toda la imagen.

Estas imágenes digitales sean vectoriales o de mapa de bits, tienen, en el diseño de cubiertas, como destino la impresión en una prensa.

Para llevar la imagen del monitor a la prensa son necesarios los negativos esto es porque las máquinas de impresión no son capaces de reproducir los tonos continuos de una imagen, por lo que crean ésta ilusión de tono continuo usando puntos de medio tono, que son los que se encarga de generar la filmadora. Los puntos de medio tono son filas de puntos diminutos de diversos tamaños que crean el aspecto de diferentes matices de color cuando se imprimen con colores pigmento en una prensa de Offset.³⁹

¿Cómo se obtienen los negativos?

Los dispositivos de salida que permiten obtener negativos para offset reciben el nombre de filmadoras de película pues producen una película de acetato llena de diminutos puntos que equivalen a la información digital de un determinado color, está película se produce a partir de la información digital de la imagen aplicando pequeños puntos utilizando una fuente de luz intermitente para exponer puntos sobre una emulsión sensible a la luz. Esta película de acetato es propiamente el negativo.

Así en la prensa las variaciones de luz y sombra de la imagen reproducen descomponiendo la imagen en puntos, ya que la tinta tiene color de peso consistente, que no presenta gradaciones de tono. Anteriormente para esto se utilizaba la cámara fotomecánica, hoy un programa de autoedición producen estos negativos descompuestos en diminutos puntos, casi invisibles a simple vista. Esto se logra aplicando una retícula o trama de semitonos a la imagen.⁴⁰

Esta trama muestra exactamente lo contrario de lo que verá en la impresión final, por ello se le da el nombre de negativo. En película de negativo, las zonas más oscuras se compondrán de puntos fuertes y muy apretados mientras que en las zonas claras tendrán menos puntos y más pequeños. En las zonas de tono intermedio habrá puntos de diferentes tamaños.

Para reproducir una imagen en escala de grises se requiere solo de un negativo con puntos de distintos tamaños llamado también trama de mediotono. Si se observa desde cierta distancia, los puntos de medio tono y el sustrato blanco se funden para crear diferentes tonos de gris.

39. **Photoshop en un libro.**
Ob cit. pag. 27

40. **PASARISA, GAbriel.**
Manual de Preimpresión. EDITIA,
Uruguay.1997 pag. 63-66



104. Imagen a color formada por puntos de colores CMAN



105. Imagen en escala de grises formada por puntos negros

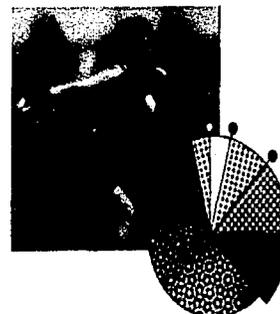
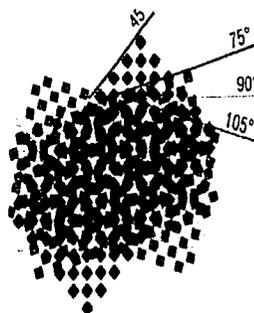
Angulaje o inclinación de tramas

El éxito para obtener la ilusión correcta de un tono continuo en una imagen a color, mediante la impresión de los cuatro colores CYMK, se encuentra en gran parte en ángulos de inclinación a los que se imprime cada uno de estos colores. Las líneas de puntos que se crean en los negativos de cada color CYMK, son alineadas en diferentes ángulos.

Tradicionalmente las inclinaciones que se utilizan para las diferentes puntos en los negativos son: Cian a 105°, Magenta a 75°, amarillo a 90° y negro a 45°.

Con la ayuda y evolución de los sistemas de salidas de película, estos parámetros permiten experimentar con diferentes ángulos, que según cada proveedor de equipo mejoran la calidad del medio tono, las más comunes son: cian a 15°, magenta a 75°, amarillo a 0° y negro a 45°. Estas pantallas son rotadas, de manera que los puntos se sobrepongan y formen una serie de pequeños círculos

conocidos como rosetas, los cuales son invisibles al ojo. Si se observa una imagen impresa a color a través de estos colores, con ayuda de un cuentahilos, puede verse como está formada por una serie de rosetas que se entrelazan. Ver figura 133.



108. Angulos de trama de color (Izquierda) Imagen formada por rosetas de color (derecha)

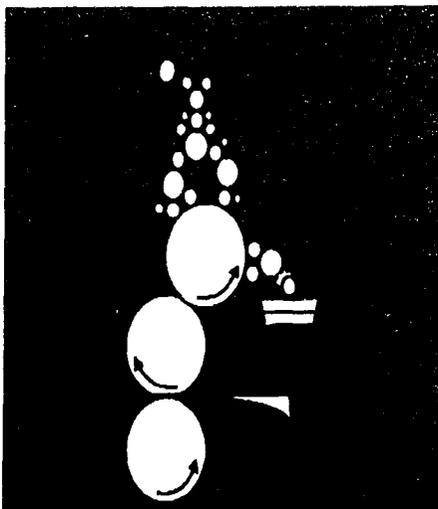
LITOGRAFÍA OFFSET

Se puede elegir de entre varios procesos diferentes para imprimir un proyecto: como la serigrafía o flexografía pero el sistema utilizado específicamente la reproducción de una cubierta de libro es la litografía Offset.

El Offset un procedimiento de impresión indirecta que se basa en el hecho de que el agua y el aceite no se mezclan.

El principio fundamental de la máquina de Offset son tres cilindros. En el primero se monta, bien sujeta, una placa

fotosensible de zinc o de aluminio. En esta placa se graba la imagen de los negativos mediante luz, ya que está cubierta con una emulsión fotosensible. La placa en zonas de imagen es receptiva a la tinta y en zonas de no imagen es receptiva al agua. La máquina está dotada de rodillos mojadores y entintadores, los primeros humedecen las zonas en blanco y los segundos las zonas de imagen. Así este cilindro imprime la imagen en un segundo cilindro recubierto de una matilla de caucho, que a continuación transmite al papel que pasa entre el cilindro del caucho y el tercer cilindro.⁴¹



107. Esquema de Impresión en offset

FASES DEL PROCESO DE IMPRESIÓN

1. Elaboración de placas. A través de un proceso fotográfico se exponen los negativos de la imagen a una placa con cubierta fotosensible y después es revelada. El área de la imagen en la placa ahora se ve en positivo. Esta placa atrae la tinta pero repele el agua, el área que no tiene imagen atrae el agua y repele la tinta.

2. Humedecido de la placa. La placa es montada en el cilindro giratorio, cuando la prensa comienza a trabajar, la placa entra en contacto con los mojadores y toda la placa se humedece a excepción del área que está tratada para que repele la tinta.

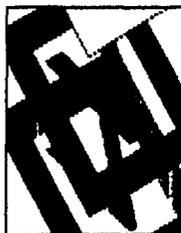
3. Entintado de la placa. Inmediatamente después de, los cilindros entintadores aplican tinta basada en aceite, existe en la máquina un depósito de tinta de donde los demás cilindros entintadores la toman y la dispersan por toda la placa.

4. Transferencia de la tinta a la mantilla. El último rodillo está recubierto por una mantilla de goma o plástico, la cual es presionada contra la placa llena de tinta, transfiriendo ésta última a la matilla, la imagen a imprimir.

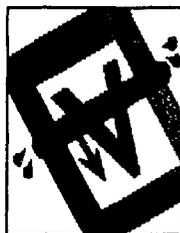
5. Imprimir. En el último paso el papel pasa entre la mantilla y otro cilindro que permite servir de soporte al papel, además de ejercer presión para transferir la impresión negativa de la imagen que está en la mantilla, al papel, que una vez impresa se leerá en positivo.⁴²

41. *Print Publishing Guide*, Adobe Systems Inc. Adobe Press, USA, 1993 pag. 20

42. *ibidem* pag 21



108. Exposición de placas



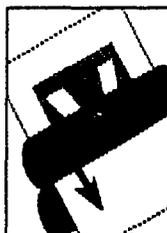
109. Humedecido



110. Entintado



111. Transferencia de la tinta.



112. Impresión

TÉCNICAS DE IMPRESIÓN

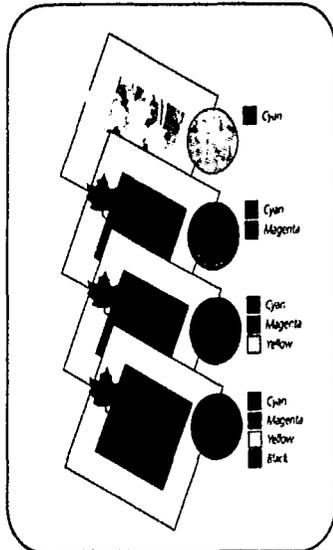
Existen dos técnicas fundamentales para reproducir una cubierta de libro en Offset : La selección o la separación de color.⁴³

Cuatricromía: Colores Process. A los colores que conforman el modelo CYMK, en impresión también son conocidos con el nombre de colores Process. Esta técnica se basa en usar cian, magenta, amarillo y negro, para generar todos los colores que conformen una imagen, estas tintas se mezclan para dar lugar a todos los colores de los que se componga una imagen. Para imprimir bajo ésta técnica es necesario, como se ha mencionado antes, dividir la imagen en estos cuatro colores y obtener un negativo por cada uno. La tinta se irá aplicando consecutivamente al papel, un color sobre otro hasta generar una imagen completa. Los tres primeros colores se mezclan ópticamente de forma que la sobreimpresión produce nuevos colores que generan la gama completa de colores que posee la imagen. El negro se sobre imprime para añadir profundidad y contraste a la imagen. Ver figura 113.

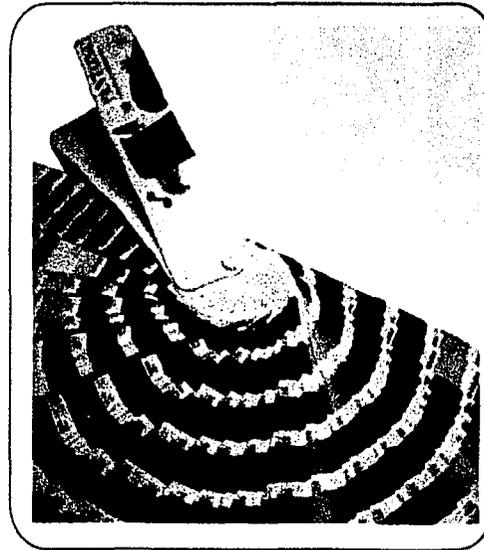
Separación de color: Colores directos. Este proceso consiste en utilizar una tinta premezclada por cada color del que se componga la imagen. Cada tinta o color que posea la imagen requerirá para reproducirse, de un negativo. Una tinta impresa al 100% es un color sólido, no está compuesto de puntos. Fig. 115.

Estos colores pueden elegirse entre cientos de colores como los que aparecen guías como Pantone, que es una de las más utilizadas. Fig. 114.

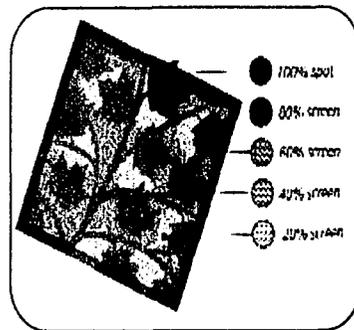
43. *Ibidem* pag 11



113. Cuatricromía en offset



114. Tintas directas del catálogo Pantone



115. Impresión de tintas directas en porcentajes

4

METODO PARA EL DISEÑO
DE IMAGENES DE CUBIERTA

¿PARA QUÉ UN MÉTODO?

Sin duda, contar con los conocimientos referentes a una editorial, al libro, las funciones de la cubierta, los fundamentos en materia de diseño y comunicación permitirá al diseñador generar una solución visual para desarrollar un libro. Sin embargo, esto no lo es todo, ya que es necesario que conozcamos una guía de pasos que nos lleven al objetivo de manera más confiable.

De acuerdo con las funciones básicas que han de ser cumplidas por cualquier cubierta, es evidente que no realizaremos diseños enfocados a la creación visual de impacto, sino que éstos han de satisfacer los objetivos fundamentales: llamar la atención, comunicar, proteger y promover.

Hago hincapié en esto, por que los especialistas plantean que entre los estudiantes de diseño es común pensar que el quehacer profesional sólo se desarrolla a partir del conocimiento de los aspectos técnicos, unidos a la capacidad creativa, y que el uso del método de trabajo es una pérdida de tiempo. Sin embargo, en el ejercicio directo y real de la profesión, buena parte de la confiabilidad del trabajo depende, en gran medida, del proceso que se emplea para su ejecución.

Existe una gran cantidad de modos y métodos para la realización de un trabajo, cada teórico de diseño e incluso cada diseñador puede poseer su propio sistema; lo innegable es que la utilización de éste, persigue la optimización de sus resultados.

Por tal motivo, presento una propuesta de método para la solución de cubiertas de libro, tal sistema surge de la experiencia propia al desarrollar y diseñar cubiertas de libro para el Fondo de Cultura Económica.

Los puntos de este método son los siguientes:

1. Ubicación del proyecto.
2. Lectura del libro.
3. Definición del perfil del lector.
4. Acopio de información bibliográfica y/o iconográfica relacionada al tema.
5. Definición de la idea a proyectar (fase creativa).
6. Selección de los elementos de proyectación.
7. Elaboración de bocetos.
8. Selección de idea final.
9. Realización (fase de producción).

10. Preparación para la impresión.

11. Revisión de negativos.

1. UBICACIÓN DEL PROYECTO.

Como lo he mencionado, cada libro pertenece a una editorial en particular y cada editorial posee una imagen y políticas editoriales específicas; para que el libro no rompa con ello, es necesario conocer todo lo relacionado a la misma; por ejemplo, los temas a los que se enfoca y, de manera especial, el conocimiento relativo a las características de cada colección.

Las características de la colección son aspectos de formación que deben respetarse en el diseño de una cubierta. Son constantes formales que van desde el tipo; gramaje y color del papel de la cubierta; la cantidad de tintas usadas para la impresión; la ubicación de los textos, así como su color, fuente, estilo, tamaño y justificación; el espacio designado para la imagen, si lleva recuadro, si va rebasada; también, las cualidades del acabado; el espacio para el código de barras y para el logotipo de la editorial, entre otras.

2. LECTURA DEL LIBRO.

El proceso para la solución de una cubierta se inicia con la lectura del contenido del libro, el diseñador debe realizar una lectura rápida debido a que siempre dispone de poco tiempo y no puede fijar toda su atención en un sólo proyecto. Además, éste mismo material, generalmente, es requerido por otro departamento para la composición tipográfica de las páginas.

Para salvar este obstáculo, puedo sugerir que se lea la

introducción, el índice, los capítulos que se consideren necesarios y las conclusiones. Si la extensión del material lo permite y se dispone de más tiempo, es aconsejable leer todo el libro.

3. DEFINICIÓN DE LA IDEA A PROYECTAR.

La lectura del material permite definir cuál es la idea central que el autor está manejando, el tema, e incluso, el enfoque (social, político, económico, biológico, demográfico).

En éste punto, el diseñador hace una definición concreta de lo que habrá de proyectar en el forro. Es importante tener una precisa y atinada definición de la idea central y global del libro, con el propósito de plasmar un mensaje visual claro y comprensible, que se asocie con el contenido del libro. Por ello, debemos determinar cuál es la idea primordial manejada en el libro y desde qué punto de vista abordaremos este concepto, para así facilitar la comprensión del mensaje y avanzar en el desarrollo del diseño.

4. PERFIL DEL LECTOR.

Aquí se hace referencia a la relación del objeto de diseño con el usuario, en este contexto, se apunta hacia el perfil psicológico del posible lector. Es algo complicado determinar quién puede leer un libro u otro; sin embargo, al considerar los aspectos del libro (el tema o el uso, por citar algunos), se reflexiona sobre la edad, escolaridad, gustos o intereses del lector. Tomando, por supuesto, todo aquello que aporte los mayores datos posibles para determinar los códigos visuales

más adecuados, y así lograr que llegue el mensaje al tipo de lector que hemos concluido será nuestro comprador.

5. ACOPIO DE INFORMACIÓN BIBLIOGRÁFICA E ICONOGRÁFICA.

Para ampliar las posibilidades y despejar cualquier duda, es necesario hacer una revisión bibliográfica e iconográfica con el fin de poseer un dominio sobre el tema y no cometer errores de ubicación en espacio o tiempo.

6. SELECCIÓN DE LOS ELEMENTOS DE PROYECTACIÓN.

Con toda la información que hayamos obtenido hasta éste punto, se tiene que hacer una selección de los elementos que puedan destacar como los más representativos del contenido del libro, ya sea de manera simbólica, referencial o metafórica. Así pues, al considerar todos los aspectos anteriores, éstos nos permitirán generar una imagen que englobe el mensaje que habrá de ser descifrado por el lector.

7. ELABORACIÓN DE BOCETOS.

De acuerdo con la información recopilada, se pasa a la etapa creativa y se inicia un proceso de prueba-error, por llamarlo de alguna manera. Ante el cúmulo de posibilidades se empieza a jugar con los elementos, con la disposición, el tratamiento, o el color, entre otros. Después de esto, ya se está en posibilidad de genera algunas imágenes y

presentarlas al coordinador del área de diseño.

8. SELECCIÓN DE IDEA FINAL.

A partir de la elaboración de bocetos se han desprendido varias opciones visuales, entre éstas podría estar ya incluida la cubierta; para ello, se realiza un examen meticuloso de cada una, y se elige aquella que cubra de manera óptima las distintas funciones que debe cumplir la cubierta.

9. REALIZACIÓN.

En éste apartado hay que hacer uso de toda la capacidad creativa para integrar los elementos seleccionados de manera estética, expresiva y funcional. Asimismo, es recomendable, crear un discurso visual que integre las variantes elegidas con armonía y unidad. Podemos tomar como pauta una o varias técnicas visuales para reforzar el mensaje, y al mismo tiempo llamar la atención del lector, permitiéndole comprender el mensaje e invitarlo, a través del atractivo de la cubierta, a que compre el producto. Es importante que en esta etapa se determinen las características y tratamientos que tendrá la imagen, con el propósito de reforzar el mensaje.

Como bien es sabido, son muchas las posibilidades que actualmente ofrece la computadora, en especial cuando la usamos para el tratamiento de la imagen; aunque claro, también, se puede recurrir a las técnicas tradicionales de ilustración. Por ejemplo, hay quien elabora la imagen a mano y después la somete al escáner, para enseguida integrarla a

la formación del forro. También, se cuenta con la posibilidad de crear dibujos directamente en la computadora, o desarrollar una imagen a base de vectores; igualmente, hay la facilidad de trabajar con fotografía y crear montajes, o utilizarlas como base para la aplicación de filtros.

En fin, la computadora brinda una gran flexibilidad. Aún así, las características elegidas para la imagen y la tipografía han de ir en función del concepto que el diseñador ha desarrollado a través de la información obtenida del contenido y de las exigencias del lector.

10. PREPARACIÓN PARA LA IMPRESIÓN.

Este proceso, de alguna manera, ya ha sido trabajado desde la etapa de realización, ya que al ir generando las imágenes, éstas deben tener algunas características que permitan la reproducción en serie. Además, hay que sumar lo realizado en el proceso de formación, donde se incluyen todos los elementos del forro para su impresión. Esta etapa comprende la formación del forro y la pre prensa.

11. REVISIÓN DE NEGATIVOS Y PRUEBAS DE COLOR.

Hasta éste punto llega la labor del diseñador en lo que se refiere al desarrollo de la cubierta de libro; no obstante, el paso final es verificar que los negativos no estén maltratados de ninguna manera, pues esto podría afectar el resultado final de la impresión de la cubierta.

Cuando los negativos se encuentran dañados, aparecen las imperfecciones en el positivo de la impresión. Así que deben revisarse con mucho cuidado, si es posible letra a letra, detalle a detalle.

5

DISEÑO DE IMAGEN

PARA EL LIBRO VISPERAS

DISEÑO DE IMAGEN PARA EL LIBRO VISPERAS

Como se ha dicho, el primer contacto que tiene el diseñador con un proyecto de diseño de cubierta es la orden de trabajo; a través de ella se conocen los datos básicos del libro como es el título, el autor, la colección a la que pertenece, el tamaño, el grueso del lomo y anexa a esta orden se entrega una impresión láser blanco y negro de lo que será formación del forro, para que el diseñador considere el lugar donde va la imagen y su tamaño, el área que habrá de ocupar la tipografía y demás aspectos.

UBICACIÓN DEL PROYECTO

Como se mencionó antes, el Fondo de Cultura maneja varias colecciones y este libro pertenece a una específicamente: Letras Mexicanas, lo primero es revisar las constantes que habrá de presentar cada una de las cubiertas que pertenezcan a esta colección. Esto se puede hacer a través de un catálogo de obras o acudiendo directamente a la biblioteca de la editorial, donde se encuentran todos los ejemplares de cada colección.

Los libros de la colección Letras Mexicanas poseen un formato, una ubicación de elementos, tipografía, color y en general elementos de diseño previamente determinados, en

este caso, como ya existe un diseño para esta colección el diseñador se enfocará a resolver únicamente la imagen y a respetar las características previamente determinadas de la colección, por lo que su trabajo debe centrarse en el desarrollo del mensaje para la imagen y la reproducción del forro de esta misma.

En particular ésta colección presenta constantes muy peculiares en cuanto al desarrollo de la imagen. El libro requerido por la editorial bajo esta colección es *Visperas* de Myriam Moscona.

Las características formales fundamentales de la colección Letras Mexicanas son:

En cuanto a los colores. Esta colección se imprime a tres colores directos, correspondiendo cada uno al Pantone 4545C que es color de todo el forro con excepción del área destinada a la imagen que es blanca; el otro color es el negro que se utiliza para el nombre del autor, plecas y recuadro de la imagen, así como la imagen misma, el nombre de la editorial y los créditos, y el rojo (186) que se aplica al nombre del libro a algún elemento de alta significación en la imagen, al nombre de la colección y al logotipo de la editorial.

En cuanto a elementos de la cuarta de forros: No posee una promesa editorial, los únicos elementos que aparecen en esta parte del libro son el logotipo de la editorial, los créditos y código de barras.

El logotipo aparece centrado vertical y horizontalmente y los créditos se ubican a la izquierda del lomo, la tipografía utilizada para los créditos es Garamond de 7 puntos.

En cuanto a elementos en la primera de forros. El primer elemento que es un par de líneas de 2pt y .5pt, ambas de 10cm de largo siendo un elemento decorativo que delimita los demás elementos del forro. Centrado se encuentra el texto correspondiente al nombre del autor, al título del libro, la colección y el nombre de la editorial, todos centrados.

Aparece centrado y unos cuantos centímetros del corte un rectángulo con una línea de contorno de .5mm de 10 X 12 cm donde se ubicará la imagen.

En cuanto a la imagen. Un aspecto importante en ésta colección y que le da un sello particular es que la imagen de cubierta siempre es en alto contraste y/o escalas de grises y preferentemente con características propias del grabado, todas las imágenes de cubierta de estos libros tienen esta particularidad.

También se pueden agregar elementos en escala de grises o tramados. Se aplica rojo Pantone 179 C a aquél detalle en la imagen que ayude a la comprensión del mensaje desarrollado por el diseñador.

La obtención de un grabado para la imagen dificulta la tarea del diseñador, los materiales con los que se cuenta en la editorial, son principalmente libros viejos y un catálogo inglés de una tienda muy antigua, donde pueden encontrarse todo tipo de imágenes, así como algunos libros con imágenes libres de derechos, así como bancos de imágenes en CD.

Como en dichos libros muchas veces no se encuentra una imagen adecuada al concepto a desarrollar la ayuda de la computadora ha sido determinante ya que con el manejo de filtros en Photoshop puede convertirse cualquier imagen de tono continuo o escala de grises en una imagen de alto contraste con características de grabado.

En cuanto al papel y formato. El tamaño del papel utilizado tiene medidas comerciales para evitar el desperdicio que es 87 X 114 cms, generando un formato de 13.7 X 21 cm, el libro es de un tamaño muy cómodo para el lector, ya que permite su manipulación y transportación con facilidad. El papel es malinche Vellum de 250 grs. Estos libros se encuadernan en rústica y por lo general su lomo dependiendo de la extensión de la obra es de un grosor de .5 a 1 cm; las cubiertas son impresas siempre a tres colores por lo que se usa un proceso de impresión de tintas directas en Offset.

En general se tiende a pensar que los diseños en tintas directas son más sencillos que los de tintas Process por no poseer fotografías a todo color sin embargo el que la imagen sea creada en dos colores, blanco y negro hace que el libro sea muy vistoso ya que sale de la normalidad y posee un carácter de sobriedad.

Autora:
 Pantone 186
 Times New
 Roman.12pt
 en redondas altas
 y bajas.

Color del forro:
 Pantone 4545c

Editorial :Times New
 Roman.
 Redondas versales
 12pts



Plecas: de 2pts y
 .5pts negras

Nombre de la obra:
 Pantone 186
 Times 24pt
 versáles negritas
 Times New Roman.

Imágen blanco y negro en
 alto contraste, tramada.
 Enmarcada con línea de
 .5pts negra y plecas arriba y
 abajo.

Colección Garamond
 Cursiva negrita
 11pts Altas y bajas.

116. Libro de la colección Letras
 Mexicanas

LECTURA DEL LIBRO

El desarrollo de esta cubierta puede ilustrar perfectamente dos aspectos importantes: por un lado, como llegar a la solución gráfica de la cubierta partiendo la lectura del contenido y por otro lado, en la parte técnica, la impresión de un original sólo a tres tintas. Ambos aspectos se cubrirán con los conceptos desarrollados a lo largo de este proyecto.

El punto de partida una vez recibida la orden de trabajo, sin duda es la lectura del material original cuando hay el tiempo suficiente o cuando en la promesa editorial desarrollada para la contratada no puede identificarse la idea central del autor.

Como se ha dicho, la lectura del libro es indispensable, es un paso que no se puede omitir; debe hacerse para poder tener una aproximación a los conceptos nucleares de la obra.

El material de este libro no tiene una extensión más allá de 96 páginas, lo cual permite que se haga una lectura completa sin retener mucho este material.

Al leer las primeras líneas se deduce el género de libro del cual se trata: poesía. Incluso con el nombre de la autora, ya que es sabido que su obra pertenece esencialmente a este género.

Se dio una hojeadura rápida al material lo que permitió deducir un par de cosas debido a la forma en que la autora dividió la obra: Consta de cinco apartados, al primero de

estos lo tituló "La anunciación", al segundo "Maitines", al tercero "Laúdes", al cuarto "Tercia" y al quinto "Vísperas" que es el que da nombre al libro. De esto se desprenden gran cantidad de datos, en primer lugar, estas palabras conceden al libro un clima de religiosidad; ya que La anunciación, el primer apartado, es el nombre que da la iglesia al día en que el ángel Gabriel visita a la Virgen María para decirle que habrá de engendrar y dar a luz al hijo de Dios.

ANÁLISIS DEL LECTOR

Es importante no perder de vista que el desarrollo de una imagen es un trabajo complejo y laborioso por lo que cada paso en el proceso debe ser lo más rápido posible, aunque sin sacrificar el resultado final. Determinar el perfil del posible lector es uno de esos pasos que no debe omitirse pero que puede hacerse de manera rápida, con sólo analizar de manera lógica el contenido del libro.

El contenido de los libros pertenecientes a la colección Letras Mexicanas, manejan como su nombre lo dice autores mexicanos que escriben poesía, novela, cuento, etc. Como ya se mencionó este libro es de poesía de lo que se deduce que el posible lector, debe sentir inclinación por las artes y un gusto profundo por la lectura y que probablemente debe poseer un nivel académico medio o alto. Así mismo el rango de su edad podría ir de los 25 años a los 40 o incluso más, y debe estar dotado de una capacidad de reflexión, asociación y también de gran sensibilidad. El uso del lenguaje que hace la autora no es del todo accesible a cualquier público y hay un constante uso de metáforas.

ACOPIO DE INFORMACIÓN BIBLIOGRÁFICA

De los primeros datos que se obtuvieron al revisar rápidamente la obra, se han deducido algunas cosas, sin embargo no las suficientes para determinar la idea central del libro, así que será necesario recopilar algo más de información.

Estos cinco apartados con nombres tan específicos en realidad son horas de rezo, no estaba tan segura del significado de cada una y al ser estas determinantes para tener una idea más clara del mensaje a proyectar, fué necesario investigar un poco más a cerca de estos conceptos.

Se revisó en algunos diccionarios y libros de religión y la información simplificada y útil a la cubierta fue la siguiente:

"El oficio divino (Liturgia de las Horas) es el conjunto de oraciones (salmos, antifonas, himnos, oraciones, lecturas bíblicas y otras) que la Iglesia ha organizado para ser rezadas en determinadas horas de cada día.

El oficio divino es parte de la liturgia y, como tal, constituye, con la Santa Misa, la plegaria pública y oficial de la Iglesia. Su fin es consagrar las horas al Señor, extendiendo la comunión con Cristo efectuada en el Sacrificio de la Misa. Quien reza el oficio hace un paro en las labores para rezar con la Iglesia aunque se encuentre físicamente solo. Aunque sin duda es necesaria la oración privada, también es necesario que recemos formalmente unidos como Iglesia. Según describe un diccionario del oficio divino.

Los sacerdotes, religiosos y religiosas tienen obligación de rezar el Oficio Divino.

Los maitines, laudes y tercia son parte de las horas canónicas o de aquellas horas designadas por la iglesia para el rezo.

Los maitines son la hora que se reza antes del amanecer, los laudes son parte del rezo diurno que se realiza después de los maitines, tercia es otra de las horas del servicio diurno y se reza después de la prima y finalmente, víspera que, puede considerarse como ambivalente en el uso que la autora designó para este ya que por un lado es el concepto que da nombre al libro, es el nombre del apartado final de la obra y también, al igual que los otros apartados es otra de las horas canónicas.

Maitines (la oración de la mañana) también llamadas (matutinae laudes o alabanzas matutinas). El nombre es del latín matutinus. La primera de las horas canónicas. Antiguamente se cantaban los maitines durante las primeras horas del día, poco después de la media noche.

Laudes, que significa "alabanzas". Es, con las vísperas, una de las horas principales. Consiste de un himno, dos salmos, un cántico del Antiguo o del Nuevo Testamento, una lectura corta de la Biblia, el Benedictus, responsorios, intercesiones, el Padre nuestro y una oración conclusiva.

También están las llamadas horas menores y son: Prima (primera hora después de salir el sol); Tercia: tercera hora

después de salir el sol; Sexta: sexta hora, aproximadamente. 11AM; Nona: novena hora, aprox. 2PM

Vísperas: (viene de "vesper": tarde). Es el oficio de la tarde. Consiste de un himno, dos salmos, un cántico del Antiguo o del Nuevo Testamento, una lectura corta de la Biblia, el Magnificat de la Santísima Virgen, responsorios, intercesiones, el Padrenuestro y una oración conclusiva.

Y finalmente están las horas completas, oraciones del oficio divino al acostarse.

Consultando un diccionario de la lengua española se encuentra la palabra víspera definida como el día anterior y como cualquier cosa que antecede a otra, cerca de, próximo a.

DEFINICIÓN DE LA IDEA A PROYECTAR

Con las definiciones anteriores y con la lectura de la obra, puede notarse como la autora oscila entre los conceptos de luz y penumbra, entre la víspera del amanecer y del ocaso del sol que es el atardecer, esos momentos para la autora son vísperas así se determina que el concepto: estar entre vísperas se presenta en toda la obra. Entre conceptos antagónicos como encarnar y aniquilar. Para la autora la víspera ha de ser el momento en el que la luz acaba y la luz aún no llega y que puede ser antes del amanecer o antes del anochecer.

Profundizando en las líneas desarrolladas por Myriam Moscona también aparece la figura de un personaje

femenino, mítico, doloroso y melancólico que presenta una paradoja entre el encarnar a la vez la salvación y el aniquilamiento. A través de sus líneas la autora busca la comunión de lo mundano y lo divino que está presente en la víspera.

La autora plantea la idea de que cualquier ser carnal tiene la posibilidad de ser un ángel, por lo menos hasta la llegada del amanecer, una vez pasado ese momento deja su investidura celestial para ser como cualquier otro ser carnal.

SELECCIÓN DE LOS ELEMENTOS DE PROYECTACIÓN

Se pensó en cuatro elementos de alta significación que debían estar presentes en la imagen para la cubierta y que permitirían evidenciar el contenido del libro de manera simbólica y metafórica, evocando así la esencia misma de la poesía.

Los elementos seleccionados fueron: el tiempo, una rosa de los vientos, un personaje femenino y unas alas.

Más que el tiempo en sí, lo que busca representarse es un instante específico, la víspera a la que la autora concede más importancia y que ha de ser previo a un suceso especial junto a otras muchas. La rosa de los vientos se ha de integrar a la composición a petición de la autora representando la guía dentro de un mar de momentos, de vísperas.

La mujer ha de ser aquel personaje citado por la autora con una carga de melancolía y tristeza que a un tiempo ha de ser

una mujer llamada María, una mujer de carne y hueso que en sueños es ángel y que en la víspera dejará de serlo. Finalmente las alas, que conceden a la mujer la condición de ser divino y llevándola a un terreno de religiosidad.

Definidos los elementos lo siguiente es obtenerlos de alguna fuente de imágenes, en este caso se recurrió a un catálogo de productos muy viejo, con más de 100 años de antigüedad por lo que se pudieron tomar libremente las imágenes; las alas se han de dibujar a mano y se digitalizarán como los otros elementos, esto fue a petición de la autora que justificó en el hecho de que tengan una apariencia de distinta a la de todas las imágenes lo que las hace ver falsas y descontextualizadas, pues son unas alas creadas, no propias de la naturaleza humana.

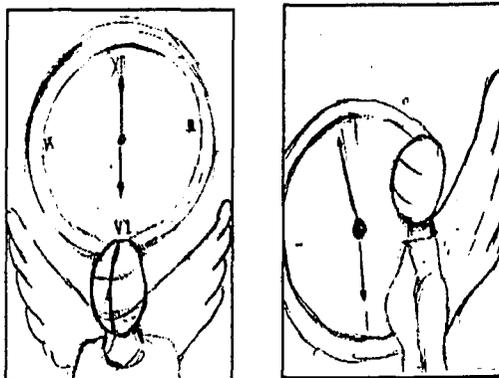
PRIMERAS IDEAS O BOCETOS

En este momento, ya se tiene definida la idea general del libro y los elementos que mejor pueden comunicar el contenido y de hecho se han realizado algunos bocetos rápidos de como podrían organizarse las imágenes en una composición.

Aquí empieza la parte de producción y es hasta este momento cuando debe encenderse la computadora, pues se tiene una idea concreta de lo que se ha de comunicar y se sabe qué elementos son los que se utilizarán para hacerlo.

Como ya se seleccionaron los elementos de proyectación, es necesario escanarlos para poder trabajar con ellos en la computadora, en este caso todos los elementos fueron

digitalizados al 100% como un original de línea y a 300 puntos por pulgada como resolución.



117. Primeras ideas tratando de ubicar algunos de los elementos seleccionados.

Los dispositivos empleados para la realización de esta cubierta son una computadora Macintosh con Software para digitalización, Photoshop para elaborar la composición de la imagen original de alta resolución y QuarkXpress para la formación del forro completo; un Scanner de cama plana ya que este permite obtener una digitalización de la imagen a 300 ppp ya que la cubierta ha de imprimirse 150 lpi y una unidad zip y cartucho para mandar el archivo a negativos. También es necesaria una impresora para obtener los bocetos que serán enviados a ocho distintas gerencias de la editorial para aprobación y para checar el original final antes de mandarlo a negativos.

REALIZACIÓN

Es buena opción empezar a trabajar con cada elemento en la resolución y tamaño real que se utilizará para dar salida a la imagen, así, si el boceto es aprobado por el coordinador de diseño no habrá necesidad de volver a realizar la imagen.

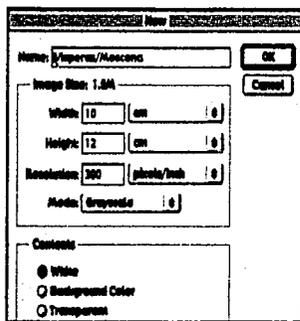
Definidos los elementos a utilizar se digitalizaron por medio de un escáner; los archivos generados por el escáner se llevarán a Photoshop para desarrollar lo que será la imagen de la cubierta. Lo siguiente es abrir el programa y generar un documento nuevo al tamaño que la formación del libro requiere la imagen que en este caso es de 10x12cm.

También a la resolución adecuada que es de 300dpi y debe seleccionarse un modo de color, esto depende de las imágenes a utilizar, en este caso todas las imágenes se encuentran en escala de grises por lo que se elige este modo de color, ya que permite trabajar más rápido debido a que la información del color es menor que el modelo CMYK o RGB

Una vez abierto el archivo nuevo lo siguiente es abrir cada uno de los elementos seleccionados e integrados en el archivo creado. El primer problema que se presenta es que cada uno de los elementos proviene de un catálogo, así que además de la imagen aparecen algunos otros elementos no requeridos para la composición de la imagen, así que primero es necesario eliminar lo que no se requiere.

En el caso de los relojes, lo que no se requiere es el fondo así que debe eliminarse. En la figura 147 el reloj queda sin fondo pero en el área de la carátula pueden verse algunos tonos de gris que es necesario eliminar para que la imagen pueda verse en dos tonos únicamente: blanco y negro. Para esto se recurre a un ajuste del brillo y el contraste.

Se va aumentando el brillo y el contraste de manera gradual, hasta que en la imagen sólo pueda verse blanco y negro. El procedimiento de suprimir el fondo de la imagen y los ajustes de brillo y contraste se aplica a todos los elementos que lo requieran.



118. Creación de un documento digital nuevo.



119. Dos de los elementos digitalizados.



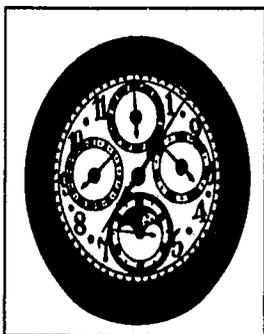
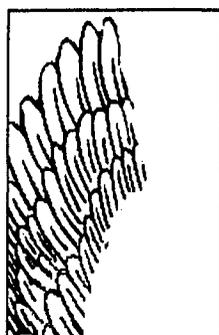
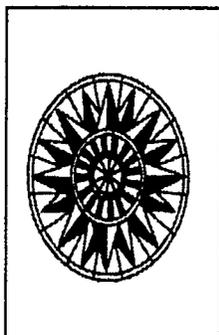
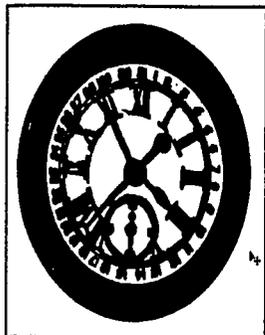
120. Elemento sin fondo.



121. Ajuste de brillo y contraste.

Entre estos elementos, están distintos relojes, con el objeto de aplicarlos como textura de fondo en la imagen. Los resultados de dichas modificaciones se presentan a continuación.

Los otros elementos que habrán de conformar la imagen son unas alas elaboradas a mano, el rostro de una mujer y una rosa de los vientos, los cuales recibieron las mismas modificaciones que los relojes.

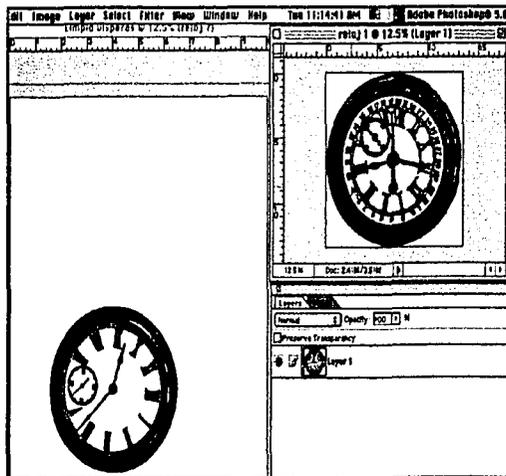


122. Elementos elegidos para conformar la cubierta: relojes, rosa de los vientos, alas y una mujer.

Con todos los elementos listos para elaborar la composición en un sólo archivo se jalan a la ventana del documento creado desde el inicio, primero se pasaron los relojes y la rosa de los vientos.

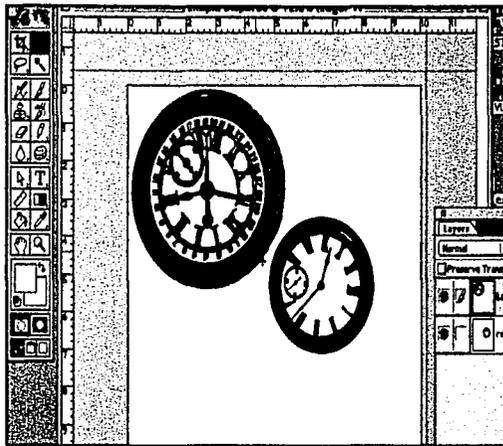
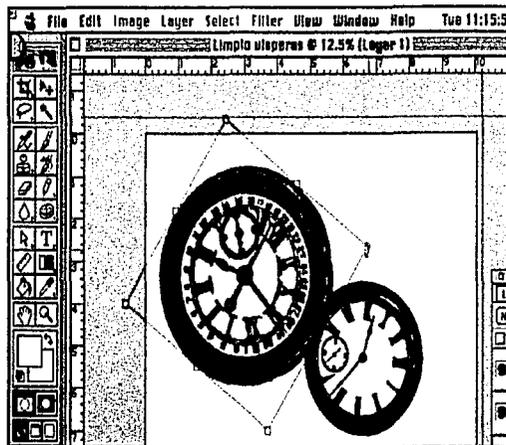
Cada vez que se pasa una imagen de un archivo a otro se genera una capa para cada elemento. Con cada imagen en una capa se empezó a desarrollar el fondo, modificando tamaño, escala, ángulo, etc.

La idea era generar una textura de relojes marcando distintas horas, ya que la autora maneja el concepto de vispera como cualquier momento previo a, por lo que una vispera podría ser cualquier hora que marcara el reloj.



Se usaron sólo 3 tipos distintos de relojes para generar el fondo. Así que para crear todo un fondo de relojes, se duplicaron éstos mismos y se manipuló su escala, ángulo y ubicación.

Es en este momento donde el diseñador debe utilizar las nociones de composición o alguna estrategia visual para desarrollar una composición atractiva y funcional en términos del contenido del libro, tiene muchos recursos a su alcance, puede mover cada elemento seleccionando la capa correspondiente al mismo, puede cambiar su tamaño, su disposición, su ángulo, etc. como puede verse en las figuras. Es buena idea tener presentes las distintas técnicas visuales, para aplicar aquella que refuerce el sentido de la imagen.

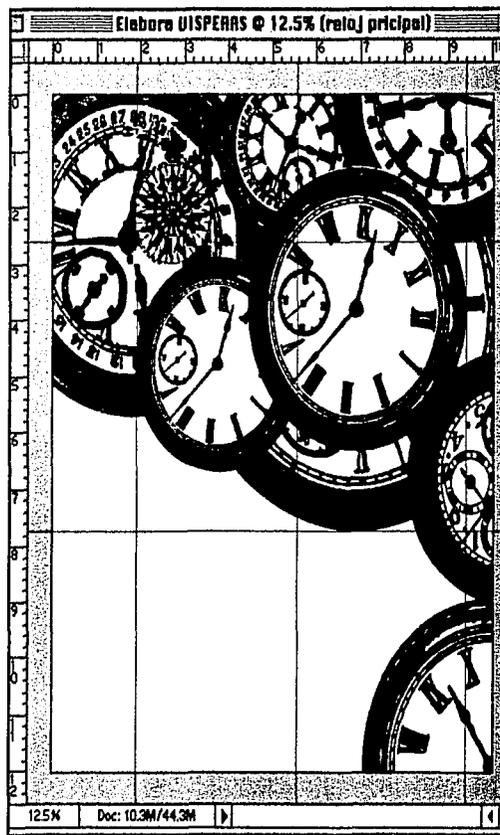


123. Las imágenes son integradas a un documento digital donde se realizan modificaciones de ubicación, escala y tamaño.

Elaboración de composición. En el documento digital se va experimentando con los recursos aplicables a cada elemento, tratando de crear un boceto para aprobación, la diferencia es que en lugar de papel existe un espacio digital en blanco y en lugar de lápiz se tiene un ratón. También puede hacerse de manera tradicional basándose en bocetos previos elaborados en papel y digitalizados, esto puede ahorrar tiempo, sin embargo debe trabajarse con los elementos con los que se cuenta en el momento. Es decir el boceto tendría que corresponder exactamente a las imágenes que se tienen disponibles.

Es una especie de juego, el diseñador está en búsqueda de una solución donde se integren todos los elementos de la manera más funcional. Se va experimentando hasta encontrar aquella composición que mejor comunique el carácter y parte del contenido del libro. Para la organización de los elementos en el plano, se puede recurrir a utilizar guías basadas en composiciones áureas o cualquier otro sistema de proporción.

Los relojes y la rosa de los vientos están ya ubicados, lo siguiente es añadir a la composición las alas y el rostro de la mujer. La autora nunca describe físicamente al personaje de María, sólo hace mención de una mirada triste y aire melancólico, por lo que respetando el texto, había que buscar la manera de presentar a la mujer sin que su identidad estuviera totalmente al descubierto para de no imponer las características físicas de esta mujer y dejar que cada lector le diera a este personaje, un rostro evocado por el texto.



124. Se ubican lo elementos.

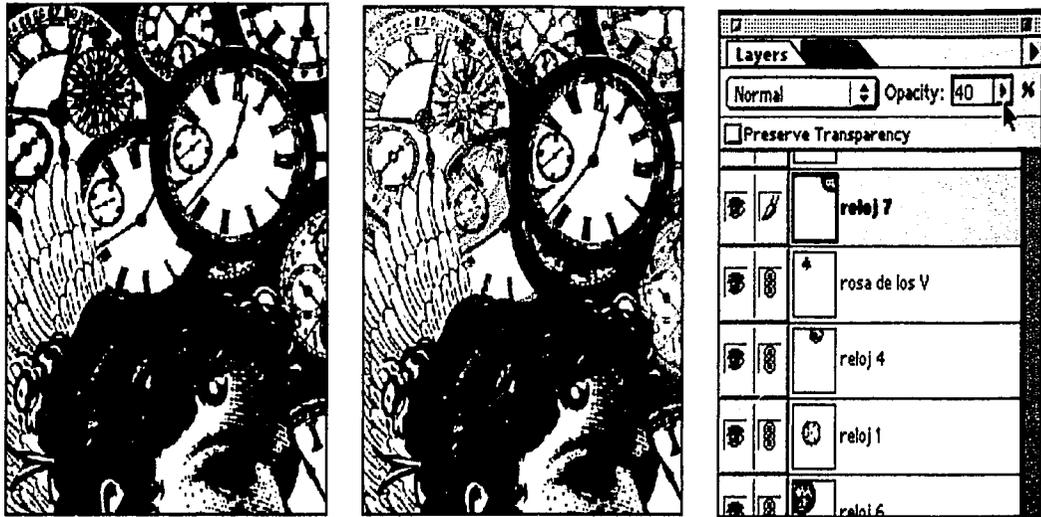
Para no dejar al descubierto el rostro de la mujer se buscó la manera de integrarlo a la composición y se ubicó en la parte inferior del rectángulo de la imagen, dejando ver sólo su cabello y sus ojos.

Así ésta ubicación refuerza la idea de que las vísperas rondan su cabeza o a su mente, como en el texto. Ver Fig. 87

El otro elemento, que falta en la composición son las alas, se ubicaron detrás de la cabeza de la mujer, quedando así este primer boceto, con todos los elementos, muy saturado por lo que se hizo necesario dividir la imagen en planos, dejando en el primero los elementos más importantes.

Para esto se tomo una opción muy útil que es la visibilidad de cada capa, se bajó la visibilidad de todos los relojes menos de uno y se dejó la mujer, las alas y un reloj al 100% lo que permitió generar dos planos.

Al manipular la opacidad de un elemento éste tenderá a ser transparente. Por lo que los relojes se hacían transparentes y aunque se veían efectos atractivos, se confundían unos con otros, restándole atención a los elementos principales (ver figura 17), así que era necesario generar un fondo más neutro, que no distrajera al posible lector.

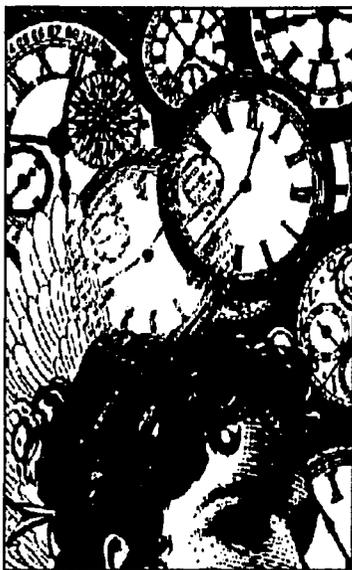


126. Al integrar los elementos la imagen se ve plana y saturada. Se experimenta con la opacidad de los elementos para generar profundidad y al mismo tiempo resaltar los elementos de más importancia.

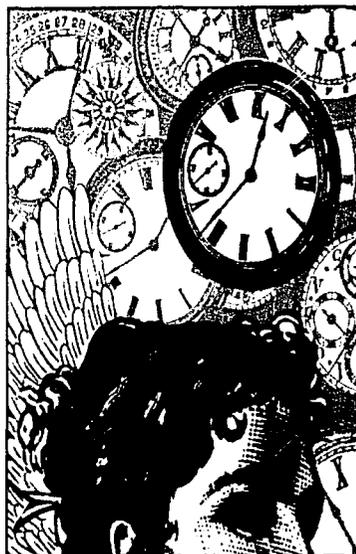
Cambios

Para generar un efecto similar, sin llamar tanto la atención se decidió que todos los elementos del fondo fueran opacos en un porcentaje de negro, ya que no se puede usar el gris como otra tinta directa, pues generaría un negativo extra, se aplicaría un porcentaje de negro, para así tener solo tres tintas, como marca la colección.

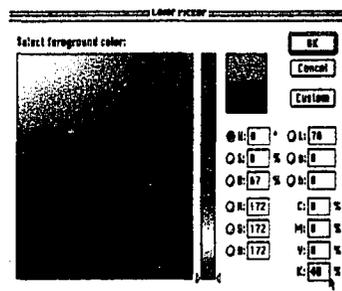
De lo que se trata es de cambiar el negro 100% por negro al 40%. Se aplica a todos los elementos que conformarán el fondo. Se seleccionan cada elemento y el porcentaje de gris a aplicar, hasta que todos los elementos del fondo sean del mismo color.



128. Los elementos seleccionados



127. Aplicación de color a los relojes de fondo.



128. Asignación del 40% de negro.

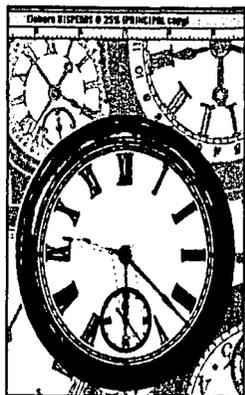
Recordando el contenido del libro, aunque la autora " se mueve entre vísperas, la víspera de la mañana es a la que la autora concede un profundo significado de transformación, esa víspera está representada por las seis de la mañana, ese es el motivo por el cual se dejó un reloj en el primer plano.

Este reloj, se ubicará en la posición correcta ya que como se ve, la referencia del número doce está en una posición incorrecta para la lectura, así que se rotará el reloj hasta que la hora pueda leerse de manera normal y se girarán las manecillas de tal manera que marquen unos minutos antes de las seis, la víspera de la transformación del ángel en ser humano.

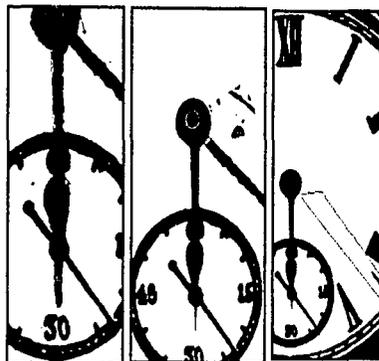
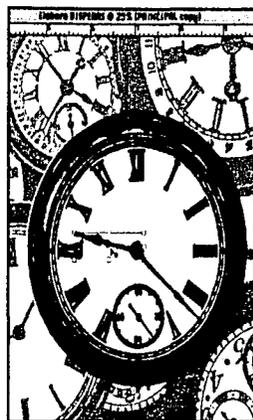
La edición de las manecillas para que marquen las seis, éste será el último paso en lo que concierne a la imagen. Como éste es un elemento de alta significación, recordando las características de la colección, se colocarán en rojo.

El procedimiento fue el siguiente: Se seleccionó la manecilla pequeña y se giró en la posición del seis. Como la forma de la manecilla no está muy definida, se dibuja un contorno más preciso para la manecilla y se relleno. Se borra la otra manecilla mal ubicada.

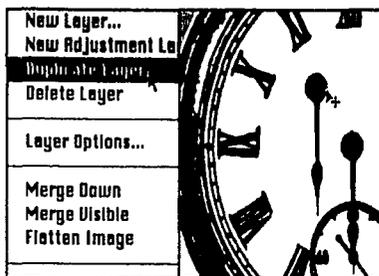
Para generar la manecilla grande se duplicó la manecilla chica ya creada y se giró 180°, se alargó un poco. Finalmente volvió a girar de manera que señalará unos minutos antes de las seis.



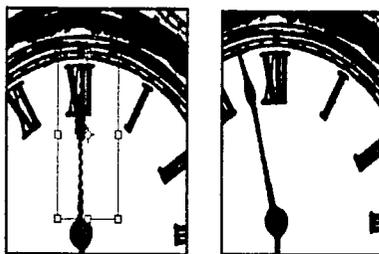
129. Manecilla escalada y rotada.



130. Manecilla rebocada, rotada y ubicada en el seis



131. Creación de la manecilla mayor.



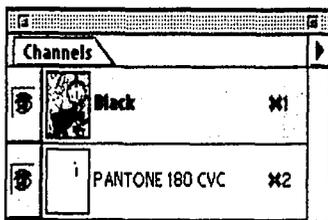
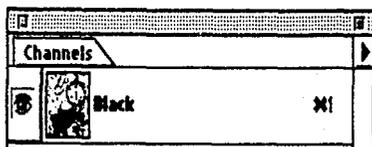
132. Manecilla escalada y rotada.

Creacion de un canal de tinta directa

El archivo hasta este punto está casi listo para llevarlo a la formación completa del forro, lo único que falta probablemente sea la aplicación del rojo a las manecillas.

Para esto será necesario crear un canal extra, recordando lo expuesto en anteriores apartados: cada imagen digital de acuerdo al modo de color en el que se trabaje posee cierto número de canales, una imagen RGB se compone de un canal de rojo, otro de verde y finalmente uno de amarillo. En una imagen en escala de grises solo existe un canal pues los grises derivan de un sólo color: el negro.

Sin embargo como la imagen lleva una pequeña parte de rojo por características de la colección y que en este caso son las manecillas, es necesario añadir un canal extra para así poder obtener un negativo para ese color.



133. Canal del rojo añadido a la imagen blanco y negro.

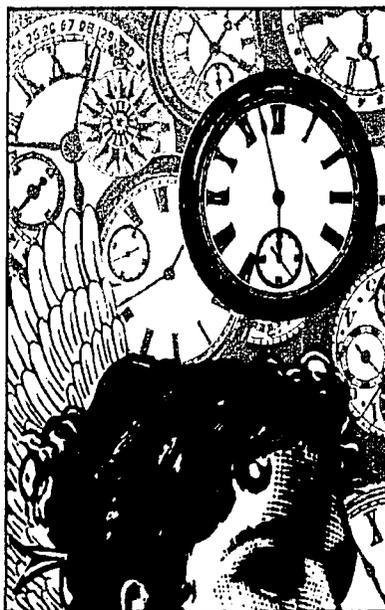
La imagen del archivo final del libro *Vísperas* de Myriam Moscona es la que aparece a continuación.

Myriam Moscona maneja e concepto del amanecer a lo largo del libro concibiendo que el instante previo al amanecer es justo antes de las seis, así mismo la víspera es un sinónimo de la tarde por tanto unos minutos antes del amanecer o unos minutos antes de que caiga el sol, así que tanto el significado del reloj como la hora que marca es ambivalente.

En primer plano aparece la imagen de un ángel, las alas no tienen la característica de grabado a petición de la autora, lo cual puede justificarse en el hecho de enfatizar que son creadas, al no poseer las características de trazo del grabado de toda la imagen, son artificiales, no son propias de la naturaleza humana, el ángel por la mañana dejará de serlo, por tanto este ángel tiene una expresión melancólica, por que sabe que al dar las seis, será como cualquier otro ser mortal, se encuentra en la víspera de su transformación, sin que nada pueda hacer más que recordar la experiencia de haber sido un ser celestial y que llegue la hora de dejar de serlo con la venida de la mañana.

Vísperas remite tanto a la idea de que habrá tantas vísperas como amaneceres tenga el ángel, y que puede ser cualquier hora que preceda a un momento importante en la vida. La obra de alguna manera es una recopilación de vísperas, de momentos que antecedieron a un suceso de trascendencia en la vida de quien escribe.

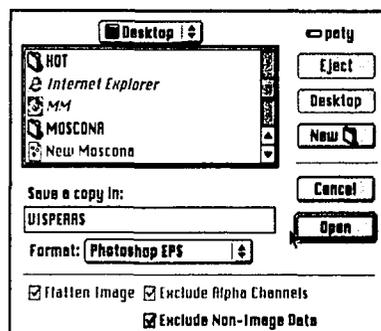
La imagen del ángel no se deja ver completa debido a que no se puede imponer el criterio de la apariencia del ángel que la autora concibe, aunque se le ha dado un carácter femenino debido a que encarna la experiencia que describe la autora.



134. Rostro de la mujer con los demás elementos.

Lo último que hay que realizar en Photoshop es salvar la imagen, para salvar una imagen a enviar o incrustar en QuarkXpress es necesario convertirla a formato EPS.

Al convertir la imagen en EPS, el documento pierde las capas, ya que todas se integran en una sola, por lo que Photoshop da la opción de salvar una copia de ese archivo en cualquier formato, así se guarda el archivo con formato Photoshop que es el que contiene todas las capas y se salva una copia del mismo en formato EPS. Esto es por si es necesario hacer algunos otros cambios.



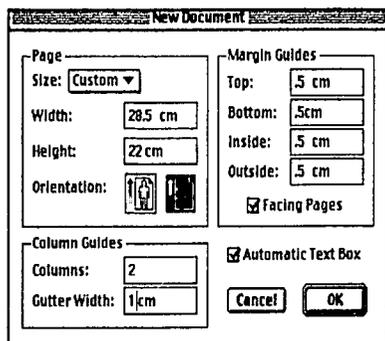
136. Salvar la imagen como eps

Importación de la imagen en la formación

Con la imagen guardada en el formato correspondiente, lo único que hace falta es posicionarla en la formación elaborada en QuarkXpress. La mayoría de las veces el formador sólo está esperando la imagen para incluirla al forro y mandarla a negativos.

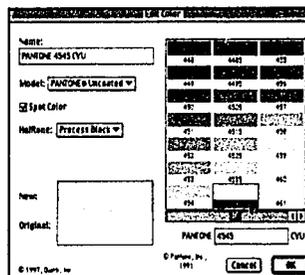
Este trabajo no es complicado ya que normalmente ya se tiene una plantilla de cada colección, es decir un documento digital con las características de diseño de cada libro. De no existir tampoco es muy complicado este procedimiento, que a continuación se explica brevemente.

Lo primero es un abrir el programa QuarkXpress y crear un nuevo documento, con las características del tamaño final del forro extendido y considerando el lomo, este dato viene en la orden de trabajo.

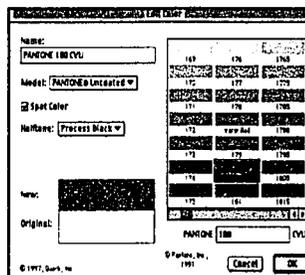


136. Creación de un nuevo documento para la formación.

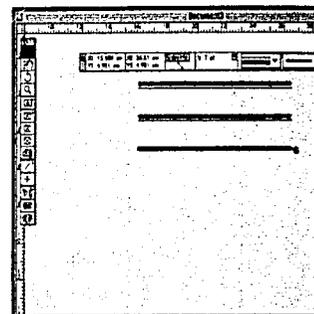
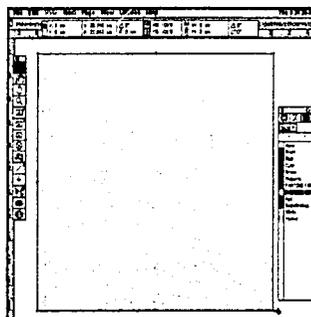
Lo siguiente es seleccionar los colores a usar, en este caso todos son colores Pantone mate. Se selecciona el Pantone 180 que es el rojo de la tipografía del título del libro la colección el logo; y el Pantone 4545C que es el color que se aplica a toda la cubierta.



137. Selección del color del forro.



138. Selección del color de la tipografía



139. Creación del formato de la cubierta y piezas de la primera de forros.

Se crea una plasta del color del forro extendido y sobre ésta se irán ubicando los demás elementos como las pecas que acompañan al nombre de la autora y de la obra.

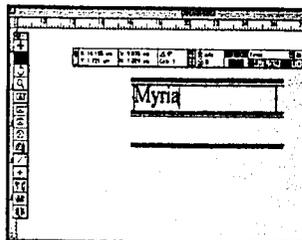
Después de las pecas se crean las cajas de todos los textos que aparecen en la primera de forros: el nombre del autor, del libro, de la editorial y de la colección. Cada uno de estos textos tiene características de texto establecidas para la colección, como el color, la fuente o la ubicación.

Siempre que se está formando un forro es buena idea tener a la mano, uno de esta colección para no olvidar algún detalle importante, ya que son tantas colecciones que es casi imposible recordar todos los detalles de memoria cuando apenas se inicia a trabajar para la editorial.

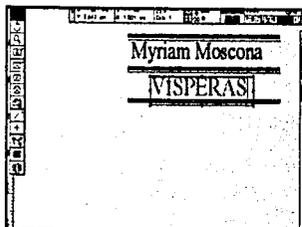
Creadas las cajas de texto del nombre de la obra y la autora, se crea la caja donde se insertará la imagen creada en Photoshop. Y posterior a ésta se ubicarán las pecas y cajas de texto de la colección y la editorial.

Para así dejar casi concluida la primera de forros y seguir con la formación de la cuarta que sólo consta del logotipo de la editorial y los créditos al diseñador de la imagen. En el lomo nuevamente se colocan los datos de la autora y la obra y un pequeño logo de la editorial.

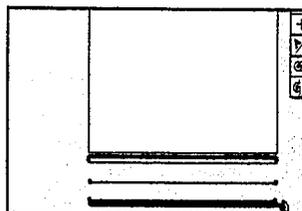
La utilización de QuarkXpress no es complicada pero si es necesario estar familiarizado con el programa para poder trabajar.



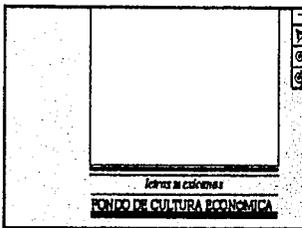
140. Creación del nombre del autora



141. Caja de texto del nombre de la obra.



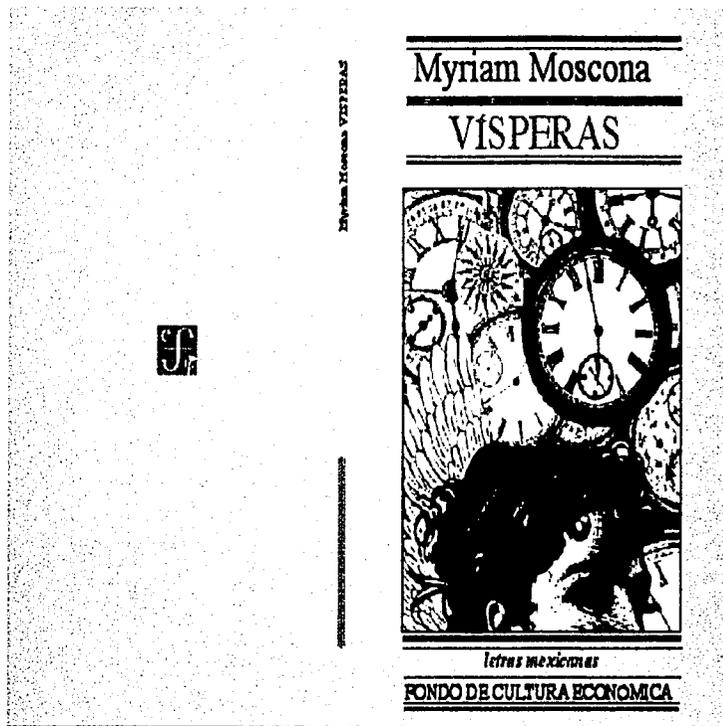
142. Creación de la caja de imagen y pecas inferiores.



143. Ubicación del nombre de la colección y el nombre de la editorial.

Una vez dispuestos todos los elementos, lo único que hace falta es insertar la imagen en el recuadro destinado para ella, esto se hace a través de la opción importar de este programa. La imagen se abre en la caja de imagen destinada en la formación, si aparece movida se reubica y queda terminada.

El paso final será imprimir la imagen en una impresora láser para estar seguros de que todos los elementos que aparecen en la cubierta, aparezcan también impresos. Se guarda la imagen, la tipografía y la formación en una unidad de almacenamiento que puede ser un zip o un CD y se manda a la empresa que realizará los negativos.



144. Cubierta Terminada

CONCLUSIONES

El libro es uno de los soportes gráficos de más "vida", un libro puede pasar de generación a generación, lo que le hace merecer una cubierta funcional y estética.

La cantidad de personas que pueden ver un forro es innumerable y recordando los alcances de esta editorial los libros de la misma tienen proyección internacional, así que el mensaje elaborado por el diseñador debe ser lo más claro y atrayente posible para que primero, todo público tenga una idea de lo que encontrará al interior del libro y segundo, para que esto mismo lo induzca a la compra.

El tiempo del que dispone el diseñador para atraer al lector es muy corto, cuestión de segundos, por tanto la imagen diseñada debe ser contundente y manejada de acuerdo a códigos que el posible lector pueda comprender rápidamente y al mismo tiempo lo interese en el libro.

Lo anterior no es sencillo si no se tiene un plan trazado, el diseñador debe basarse en un método. Y éste dependerá del tipo de problema a resolver, el método propuesto en este proyecto no es definitivo pero puede ser un punto de partida hacia la optimización de resultados.

La cubierta del libro *Vísperas* de Myriam Moscona está diseñada con base al conocimiento de la casa editorial que edita el libro así mismo respeta los lineamientos generales de la colección y lo más importante guarda un carácter familiar a los otros libros de la misma.

La cubierta cumple con sus funciones básicas: ya que a través de un análisis del contenido, el tipo de lector y fundamentos de comunicación se llega a una imagen que utiliza elementos del contenido de manera simbólica, clara y al mismo tiempo generando una imagen de visualmente atractiva. Lo anterior se debe hasta cierto punto al tratamiento visual basado en algunas figuras retóricas y técnicas visuales como: repetición, acumulación, elipsis, metáfora, espontaneidad, opacidad, acento y exageración que se integran a un todo con independencia; los elementos de alta significación están ubicados en puntos de tensión para generar interés.

La cubierta cumple con sus objetivos, por lo que fue aprobada por las gerencias correspondientes: La gerencia de producción, la gerencia de proyecto, los gerentes de la colección literatura, la gerencia editorial, la gerencia comercial y la gerencia general. Además de la aprobación más importante que sin duda es la del autor.

Nadie mejor que el autor del libro conoce la obra y nadie como la autora exigirá más al diseñador para que la cubierta tenga los atributos necesarios para que su libro se venda.

Myriam Moscona gustosa del resultado aceptó sin pero la imagen desarrollada, y asegura su venta con base, en un primer momento a la creatividad plasmada en el texto y al trabajo desarrollado para su cubierta.

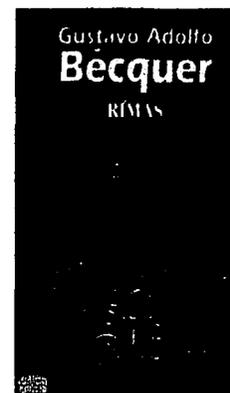
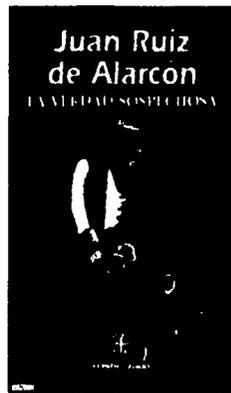
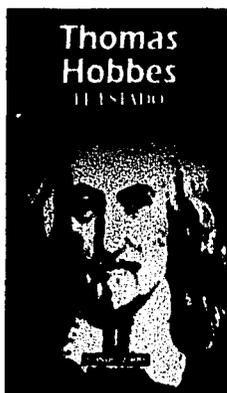
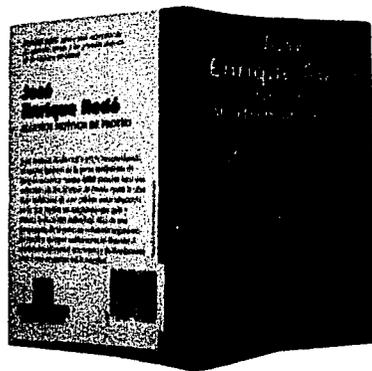
Finalmente es importante mencionar que en el diseño de cubiertas nunca existe una definitiva, existirán tantas cubiertas como diseñadores trabajen en ellas. La imagen presentada en este trabajo, es sólo un rostro de los muchos que podría tener el libro *Visperas*.

OTRAS CUBIERTAS

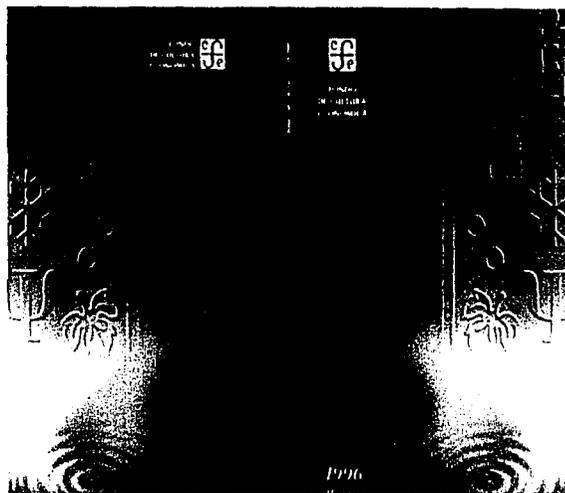
En 1998 la casa editora Fondo de Cultura Económica me brindó la posibilidad de desarrollar en un año de trabajo más de 40 cubiertas de libros distintos.

Las cubiertas que se muestran a continuación junto con algunas que se mostraron en el desarrollo de éste proyecto son

producto del trabajo durante el periodo antes mencionado en la editorial. Debo destacar la cubierta del libro *Vísperas*, fue el primer proyecto de diseño que se me asignó y desde ese momento la metodología a seguir para todas las demás cubiertas fue la que este proyecto propone.



146. Cubiertas diseñadas para la Colección Fondo 2000.



161. Cubiertas de la Colección Catálogos de Obras.

BIBLIOGRAFÍA

• **Agfa- Gevaert N.V**

An Introduction to digital scanning
Agfa Press Division, Bélgica, 1999
91pp

• **BERLO, K. David**

El Proceso de la Comunicación.
Introducción a la teoría y práctica.
3a Ed. El Ateneo, Argentina, 1982.

• **BLINDE, Kate**

Aprendiendo QuarkXpress en 14 días
Trad. César Romero
Prentice Hall, México, 1998

• **CARDENAS, Laura**

El Lenguaje Pictórico
FONTANA, México, 1990.
pp152

• **CHJIWA, Hideaki**

Color Harmony
Rockport Publisher, USA, 1992

• **DONDIS, Andrea**

Sintaxis de la imagen.
Gustavo Gili, Barcelona, 1989.

• **DROBLAS, Adele**

Manual de Photoshop 5
Mc Graw Hill, España, 1999

• **FCE**

Una tradición tipográfica
Fondo de Cultura Económica, México, 1994

• **FISKE, Jhon**

Introducción al estudio de la comunicación
NORMA, Colombia, 1984

• **GERMANI-FABRIS.**

Fundamentos del proyecto gráfico.
Don Bosco, Barcelona, 1973.

• **LÓPEZ, Rodríguez Manuel**

Semiótica de la comunicación gráfica.
UAM, México, 1993

- **MARTIN, Euniciano**
La composición en las artes gráficas
t 2., 4a ed. Don Bosco, Madrid, 1979.
- **MARTÍNEZ, de Sousa José.**
Diccionario de tipografía y del libro.
Labor, España, 1974.
- **MC LEAN, Ruari.**
Manual de Tipografía.
Herman Blume, España, 198
- **MUNARI, Bruno**
Diseño y Comunicación Visual.
6a. edición, Gustavo Gili, Barcelona, 1980.
- **PASARISA, Gabriel.**
Manual de Preimpresión Digital.
EDITIA, Uruguay, 1997
- *Photoshop.*
Curso completo en un libro.
Prentice Hall, México, 1997
- *Print Publishing Guide*
Adobe Systems Inc.
Adobe Press, USA, 1993
- **SCHUBERT, Reinhard**
"Diseño de libros", en Libros de México.
Núm 11. México, Otoño, 1987 CEPROMEX 31-34 p
- **SMIT, Stan - HOLT Ten**
El manual del artista.
Herman Blume, España, 1982
- **SWAN, Alan**
Diseño y marketing.
Gustavo Gili, España, 1992.
- **SWAN, Alan**
El color en el diseño gráfico
Gustavo Gili, España, 1993
144pp
- **WATSON, Guptill Publications**
El arte de la tipografía.
Introducción a la tipoiconografía.
Trad. Alfredo Cruz. 4a. Ed.
Watson Guptill Inc., España 1986
- **WILSON, Adrian.**
The design of a Book.
Chronicle Books. E.U.A, 1993.
- **WONG, Wicius**
Fundamentos del diseño bi y tridimensional
4a ed. Gustavo Gili. España, 1995
- **ZAVALA, Ruíz Roberto.**
El libro y sus orillas.
Tipografía, originales, redacción,
corrección de estilo y de pruebas.
México, UNAM. 1998