



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO  
ESCUELA NACIONAL DE ARTES  
PLÁSTICAS  
COLECCIÓN BACABES. UNA COLECCIÓN DE  
LEYENDAS MAYAS  
TESIS QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN DISEÑO Y  
COMUNICACIÓN VISUAL  
PRESENTA: ERIK ADRIAN  
ROSALES ROQUE  
DIRECTOR DE TESIS: LICENCIADO CLAUDIO  
RUIZ VELASCO RIVERA MELO

MÉXICO, D.F., 2012



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.

# UNA COLECCIÓN MAYA

## Capítulo I. Diseño editorial 6

1.1 Definición de diseño editorial	7
1.1.1 Elementos editoriales	9
1.2 Formato	11
1.2.1 ¿Cómo establecer un formato?	12
1.3 Estructura del diseño y elementos que contiene	18
1.3.1 Reticula	19
1.3.2 Márgenes	23
1.3.3 La caja tipográfica	24
1.4 Tipografía	27
1.4.1 Contraste	30
1.4.2 Selección tipográfica	31
1.4.3 Legibilidad	32
1.4.4 Combinar imágenes y tipografía	34
1.5 Impresión	35
1.5.1 Papel	46
1.5.2 Diferentes tipos de impresión y acabados	49

## Capítulo II. El libro 61

2.1 Partes de un libro	64
2.2 El medio editorial	65
2.2.1 Desarrollo de una publicación	67
2.2.2 El editor	71
2.3 La Colección de libros	78
2.3.1 ¿Qué es una colección?	79
2.3.2 ¿Para qué y por qué existen las colecciones?	82
2.3.3 La colección de libros en México	88
2.3.4 Colección ilustrada. El libro ilustrado	91

## Capítulo III. Propuesta gráfica 102

3.1 El proyecto: Colección Bacabes	103
3.1.1 Ermilo Abreu Gómez	103
3.1.2 El libro Leyendas y Consejas del Antiguo Yucatán	106
3.1.3 Colección Bacabes: el proyecto	108
3.2 Diagramación y bocetaje	114
3.3 Selección tipográfica	120
3.3.1 Selección de ilustración y acomodo con la tipografía	123
3.4 Logotipo	124
3.5 Cubiertas e interiores	126
3.6 Creación de empaque	130
3.7 Producción de la colección	132
3.7.1 Propuesta final	135
3.8 Comercialización	136
Conclusiones	140

## Bibliografía 144

# Capítulo I

## Diseño editorial

### Definición de diseño editorial 1.1

**V**ayamos a donde vayamos y hagamos lo que hagamos, las publicaciones nos rodean. En los quioscos, en las interminables filas de revistas y periódicos que se pelean por la supremacía visual. En las librerías, las estanterías repletas de libros sobre cualquier tema compiten para conseguir nuestra atención.

Los consumidores son bombardeados con tantos impresos que es fácil hastiarse, además de que la competencia es brutal. La magnitud de los conocimientos conservados en una biblioteca y el número de publicaciones que aparecen cada año hace que resulte imaginar un mundo sin libros. El libro impreso, junto con todos sus derivados, continúa siendo el principal vehículo de información escrita.

La comunicación es lo más importante y el poder del documento impreso está más patente como nunca antes. Ello no significa que sea tan fácil diseñar algo impreso.

Existen numerosas categorías y tipos de publicaciones diferentes, que van dirigidos a distintos tipos de públicos, desde consumidores hasta clientes de corporativos o comerciales. Quizás las revistas, periódicos y libros sean las opciones más obvias, pero en el mundo de las publicaciones existen otros tipos: los informes anuales de las corporaciones, catálogos de producto, boletines, gacetas, carteles, etc.

El diseño editorial debe moldearse de acuerdo al mercado y a lo que se quiere comunicar; no es lo mismo entregarle una revista especializada para niños a un adulto mayor, el cual quiere leer su periódico o una revista de temas políticos. El contenido define el diseño a realizar y su enfoque define todo un complejo sistema de tendencias de diseño.



“**Vayamos a donde vayamos y hagamos lo que hagamos, las publicaciones nos rodean. En los quioscos, en las interminables filas de revistas y periódicos que se pelean por la supremacía visual.**”

La duración de una publicación puede afectar en gran medida a la forma de diseñarla. Una revista con una vida corta puede seguir las últimas tendencias de diseño, pero un libro debe ser capaz de superar la prueba del paso del tiempo. El diseño de libros requiere de una gran habilidad por parte del diseñador. Hasta cierto punto eso es cierto al diseñar cualquier publicación, mientras que un informe anual dura un año o un periódico dura un día, el libro es demás larga duración, así que no hay sitio para los errores, tampoco en las otras publicaciones.

Con la aparición de la tecnología digital y de Internet, se predijo el fin de la era de la imprenta, la muerte del libro. Sin embargo, hasta la fecha la tecnología digital ha revolucionado el modo de expresarse por escrito, de diseñar, producir y vender libros, pero Internet no los ha sustituido. Por su puesto que no ha sucedido así, la tecnología nos ha proporcionado una amplia gama de herramientas con las cuales se pueden producir soluciones más creativas y baratas.

Es posible que las publicaciones en Internet sean más baratas, más rápidas y más fáciles de publicar, pero no pueden compararse el mirar un pantalla, con la sensación y el tacto que comunica un libro o una revista.

Hoy en día los diseñadores pueden usar la tecnología para experimentar con el color, imágenes y texto, con la intención de atraer al lector y conseguir que la información sea más accesible y útil. La red es un medio bastante desconocido y posee sus propias limitaciones. En contraste, la industria editorial es algo conocido y que funciona, es más, tanto si diseñas un libro, una revista o un folleto, trabajar en papel permite a los diseñadores, mediante el uso de diferentes tipos de papeles, tipografía y estilo de imágenes, traducir los valores de una marca de una empresa de forma táctil, expresiva y familiar.

Ello no significa que los avances tecnológicos futuros sean incapaces de superar estas limitaciones, pero, por ahora, el poder del papel impreso es más fuerte que nunca.



#### ■ WHITE BOOK

Diseño de SEA. Fue creado para lanzar la nueva identidad de la papelería GF Smith.

## Elementos editoriales 1.1.1

**H**ay que tomar algunas consideraciones antes de empezar a diseñar algún impreso, en términos de diseño, existen elementos clave para la producción que pueden afectar a un diseño acabado. Como el formato, la retícula, la tipografía, el color, la cubierta y el uso de las imágenes.

La combinación de estos elementos permite que el diseñador fusione el contenido de una publicación, aportándole al mismo una identidad única. Por su puesto, la importancia de cada uno de ellos varía con el tipo de publicación diseñada. Sin embargo, un buen diseño no debe dejar de lado el contenido, al contrario debe de trabajar juntos para apoyarse y sacar lo mejor uno del otro.

El contenido puede adoptar varias formas. Texto, imágenes, gráficos, incluso color y forma pueden considerarse contenido por derecho propio. Mientras una novela pueden contener puro texto, un catálogo se basará principalmente por su contenido visual. La fotografía, ilustración, gráficos, tablas y diagramas pueden usarse como contenido, pero lo adecuado para una no lo es para otra, ya que se usan diferentes tipos de imágenes para comunicar diferentes significados.

Al diseñar publicaciones, se deberá considerar varias áreas, el trabajo no solo consiste en maquetar la información, con respecto a un número de páginas, sino que también se debe tener en cuenta el tipo de contenido y la mejor manera de organizarlo, así como la forma de estructurarlo en cada página para hacerla más legible y fácil de comprender, además de equilibrar las imágenes con el texto. También se debe tomar en cuenta al público al que va dirigida la publicación que se desea a dar a conocer.



#### ■ TATTOO ICONS

Diseño de Victionary. Presenta una colección de tatuajes interpretados por diseñadores gráficos, ilustradores, fotógrafos y demás creativos.

Todos estos factores determinan el éxito o fracaso del diseño, y, por lo tanto, deben ser considerados en el momento de diseñar alguna publicación. El diseño de una publicación estará determinado por sus características.

### FORMATO

El formato se refiere a la manifestación física de una publicación. En pocas palabras es la manera en que se presenta la información al lector. Libros, revistas, folletos, catálogos e informes son algunos de los formatos más usados en el diseño editorial. Dentro de estos, el diseñador puede modificar elementos específicos, como tamaño, forma o grosor para darle una dimensión añadida y personalizar el diseño.

### RETÍCULA

La retícula es una de las herramientas más importantes dentro del diseño editorial. Se usa para ubicar y contener los diferentes elementos gráficos en un único diseño, asegurando un resultado mucho más exacto y calculado. En términos de estructura básica, puede ayudar a definir los parámetros de una publicación, dándole una mayor flexibilidad en el diseño. Su uso es una de las maneras más efectivas de organizar tanto texto como imágenes en una página y asegurar una coherencia visual al impreso.

### TIPOGRAFÍA

La tipografía hace referencia a la manera de que las ideas escritas reciben una forma visual, y pueden afectar radicalmente a como percibimos el diseño. Las diferentes fuentes tienen personalidad propia y son un excelente medio para comunicar emociones. La tipografía es una herramienta muy poderosa en el diseño, y su capacidad para transformar una publicación no debería subestimarse nunca.



#### REVISTA AMPERSAND

Diseño de Frost Design para D&AD. Ampersand es la revista trimestral para los miembros de D&DA.

### IMÁGENES

Las imágenes desempeñan un papel integral en la identidad visual de cualquier publicación; pueden cambiar de forma su aspecto físico, tanto como elemento añadido en un texto principal o como fuerza conductora de todo el diseño. La forma de usar las imágenes depende de toda una serie de factores; como a que público van dirigidas o que función tendrán. En general, una imagen posee muy poco tiempo para comunicar su mensaje, así que es necesario que el diseñador elija el tipo de imagen más adecuado para cada ocasión. Además, se debe asegurar un equilibrio adecuado de imagen y texto, lo que proporciona un ritmo a la publicación.

### COLOR

Los colores pueden tener diversos significados y pueden vincularse a diferentes emociones. El color es una de las herramientas más importantes que posee el diseñador. Puede usarse para comunicar emociones y sentimientos, para captar la atención de inmediato y para avisar, siempre que se use acorde a un tiempo y cultura específicos.



#### RULES OF THE RED RUBBER BALL

Diseño de Anne Willoughby del Willoughby Design Group, para dreamBIG! Publishing. Este libro es una muestra inspiradora de diferentes materiales y tratamientos de imagen.

## Formato 1.2

Sobre la palabra formato, dice María Moliner (1996): *Tamaño y forma de un libro o cuaderno; el primero, especificado en general por el número de hojas que se hacen con cada pieza de papel, y ahora con más frecuencia, con el número de centímetros de altura o de altura y anchura.*<sup>1</sup>

Cuando nos referimos a las dimensiones de un libro en cuanto a su ancho y su largo, estamos hablando de su formato o, más propiamente de su forma. La medida queda establecida según se dobla el pliego; mientras más dobleces, menor es la forma.



Formato vertical



Formato apaisado



Formato cuadrado

1. Manual de diseño editorial. Jorge De Buen Unna. Edit. TREA. España 2008.



El formato a menudo se pasa por alto debido a su naturaleza casi exclusivamente utilitaria. Eso, unido al hecho de que existen muchos formatos estándares, hace que esta característica se convierta en algo en lo que muchos diseñadores ni siquiera piensan. Pero el formato da un punto de contacto físico con el lector que afecta el modo en que recibimos la comunicación impresa.

Estamos acostumbrados a una gran variedad de formatos, sobre todo por razones ergonómicas, un cartel tiene que ser grande y poderse leer de cierta distancia; un sello tiene que ser lo suficientemente pequeño como para poder pegar en un sobre; un libro tiene que ser lo bastante grande como para que quepa el texto impreso a un tamaño legible, pero lo suficiente pequeño para poder sostenerlo cómodamente en las manos.

Aunque el material suele presentar cierta predisposición a tener un tamaño, una extensión y un peso determinado, a menudo los diseñadores usan el formato para darle una dimensión nueva a su obra.

## 1.2.1 ¿Cómo establecer un formato?

Como formato entenderemos en todos los casos; las medidas que tendrá el impreso terminado y refinado (cortado a su proporción definitiva), que se manifiesta en centímetros expresados como anchura por altura. La relación proporcional entre anchura y altura, es lo que puede determinar que sea vertical (*portrait* o forma francesa), apaisado (*landscape* o forma italiana) o cuadrado. En casi todos los casos se habla del formato en términos de rectángulos, porque hay importantes factores que impiden hacerlos de otra forma. En términos prácticos elegir un formato de libro determina la forma del contenido de las ideas del autor.

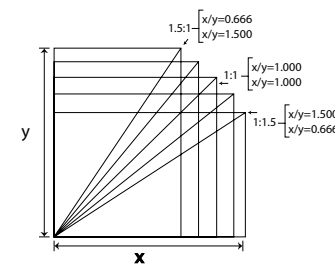
Entre las consideraciones que hay que tener en cuenta al decidir el formato del libro están la naturaleza y la cantidad de información que se va a presentar; el tiempo de vida que se espera que tenga el producto y por su puesto factores siempre presentes como al público al que van destinados y el coste. Estas variables afectan decisiones como la elección del soporte, el tamaño y los acabados de impresión. Por ejemplo, las ilustraciones en color hacen necesario el uso de un papel de mayor calidad. Para asegurarse un tiempo de vida largo será necesario un papel de buena calidad, una encuadernación duradera y unas tapas duras.

La elección del tamaño del papel de soporte puede ser el punto de partida de un proyecto, aunque el diseño ofrece un amplio campo para desarrollar la creatividad, como las técnicas de acabado de la impresión o la combinación de elementos para producir diseños únicos e innovadores.

Todos los rectángulos tienen una proporción que puede enunciarse, según ya se había dicho, como una razón entre su ancho y su alto. Estas razones pueden invertirse fácilmente dando como resultado rectángulos similares de orientación opuesta. El único rectángulo al que no le afecta esta inversión es el cuadrado, ya que su razón es 1:1 y da lo mismo en qué orden se exprese.

En una publicación se puede tener cualquier formato o medida, siempre que ésta pueda obtenerse en un número razonable de veces al cortar el pliego, sin que exista demasiado desperdicio. Si estamos haciendo folletos sencillos, volantes, dípticos, trípticos y cuadrípticos de una sola hoja, es muy fácil encontrar las medidas que cumplan con este requisito.

Si la publicación tiene más de cuatro páginas, significa que tendrá dos o más piezas de papel; entonces deberá compaginarse y, como es más económico imprimir varias páginas a la vez en una prensa grande, los pliegos impresos deberán formarse de manera que, doblándolos, formen cuadernillos. Estos cuadernillos, al ser refinados, quedan listos para ser leídos.



■ Evolución de un rectángulo de lo vertical a lo horizontal o viceversa.

A esto se debe que sea más económico dividir el pliego en aquellos tamaños que resultan de doblarlo una y otra vez a la mitad, esto es, entre 2, 4, 6, 8, 16, 32, etcétera. Por eso el número de páginas de cualquier publicación grande debe “cerrarse a pliego”, es decir, redondearse hasta un número que sea múltiplo de 64, 32, 16, 8; generalmente, el número 16 es el más empleado. Por otra parte, es más evidente que el número real de páginas de un impreso jamás podrá ser non, puesto que cada hoja de papel tiene siempre dos caras y a cada cara se le denominará página.

En el caso de un libro largo digamos de 160 páginas, encontraremos que está formado por diez cuadernillos separados de 16 páginas cada uno, que fueron posteriormente alzados. Cada cuadernillo sería un pliego, aproximadamente del tamaño de la placa de impresión. Si el libro tuviera 164 páginas, rebasando el más cercano múltiplo de 16, las cuatro páginas faltantes se formarían por una doble hoja suelta, impresa y encuadernada por separado, lo que elevaría sustancialmente los costos. Por eso es preferible sacrificar alguna hoja de cortesía, alguna preliminar o reducir discriminatoriamente y con criterio el tamaño tipográfico de algún texto o el de algunas imágenes, hasta lograr que esas 164 páginas se conviertan en 160.

Si estos sacrificios fueran demasiado dañinos para la corrección del texto o la armonía conjunta del diseño, habría que hacer que el libro crecería hasta 176 páginas o, al menos, hasta 168 (para introducir medio pliego adicional) esto se logra mediante páginas preliminares, hojas blancas de cortesía, etcétera. Esa es la razón por la cual 16 es el “número mágico” de la compaginación; hacer cuadernillos de 16 en 16 páginas significa estar compaginado en condiciones óptimas. 16 es el número de páginas que resulta ser de doblar tres veces cualquier tipo o tamaño de papel; cualquier número inferior (2, 4, u 8) significa que no se está aprovechando óptimamente los recursos, pues cuesta casi lo mismo imprimir, doblar y encuadernar cada pliego, hoja suelta o cuadernillo, sin que importe realmente mucho el número de páginas que contenga.

## SECCIÓN ÁUREA

Durante la larga historia del diseño editorial, desde los manuscritos hasta los tiempos modernos, se lleva cuenta de muy diversos formatos. Algunos de ellos son tan simples como el cuadrado o el rectángulo 1:2.

Un rectángulo de sección áurea se puede extraer de un cuadrado. El cuadrado y el rectángulo poseen una relación consistente: si se añade un cuadrado a la parte alargada del rectángulo o se forma en su interior, se crea una nueva sección áurea.

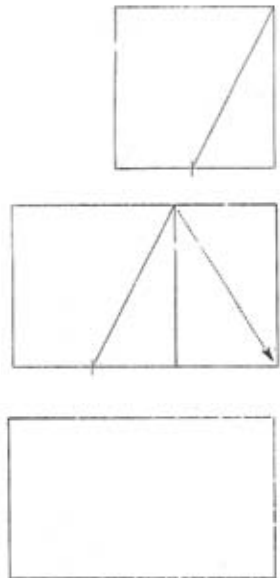
En un rectángulo áureo siempre encontraremos que:

- El lado corto es 0.618 veces el lado largo
- El lado largo es 1.618 veces el lado corto
- El lado largo es 0.618 veces la suma de ambos lados
- El lado corto es 1.618 veces la diferencia entre ambos lados.

El significado práctico de esta relación puede enunciarse como sigue: “la sección áurea es la proporción que existe entre dos cifras cuando la menor es la mayor lo que mayor es al total”.<sup>2</sup>

Para construir un rectángulo áureo, se comienza dibujando un cuadrado de lado  $a$  (ABCD) dividido en dos partes idénticas (AEFD, EBCF). Se traza una diagonal de uno de estos rectángulos (EC); entonces, haciendo centro en E, se abate la diagonal hasta cruzar la recta AB en el punto P, que determina el lado largo del rectángulo áureo.

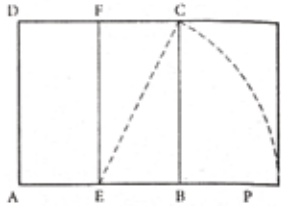
El rectángulo dorado tiene una infinidad de aplicaciones, sobre todo para determinar el formato final de la publicación; también puede emplearse para trazar la caja tipográfica, para establecer las proporciones entre los márgenes o entre los tamaños de letra de las diversas jerarquías, para proporcionar los descargados, para modular imágenes o para establecer una retícula de campos.



■ Para formar un rectángulo de sección áurea a partir de un cuadrado, éste se divide con una línea que parte del centro.

2. Entre el diseño, y la edición. Tradición cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial. Gerardo Kloss. Edit. UAM. Xochimilco, México 2002.





■ Forma de trazar el rectángulo áureo

### SERIE DE FIBONACCI

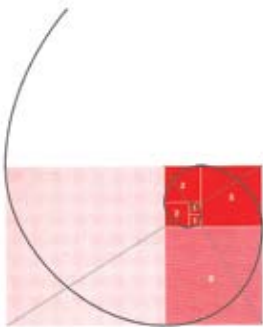
Llamada así por el matemático Leonardo Fibonacci, originario de Pisa, Italia; este sabio descubrió la serie mientras experimentaba con los números arábigos.

Fibonacci casi jugando decidió ver qué pasaba si comenzaba a sumar números de manera que cada resultado se sumara con el anterior. Comenzó sumando  $1+1=2$ ;  $1+2=3$ ;  $2+3=5$ ;  $3+5=8$ ;  $5+8=13$ ;  $8+13=21$ ;  $13+21=34$  y así sucesivamente. Cuando tuvo una serie larga, que llegaba hasta cientos de miles, se propuso averiguar qué proporción había entre cada número y el siguiente; es obvio que cada número guarda con el anterior la misma proporción que éste con el que le precedió y así sucesivamente. La consistente relación de cuadrado y rectángulo crea una secuencia logarítmica en espiral. Cada cuadro se relaciona con el siguiente. La suma de dos cifras sucesivas de la serie crearía secciones áureas infinitas.

### RECTÁNGULOS ARMÓNICOS O DINÁMICOS

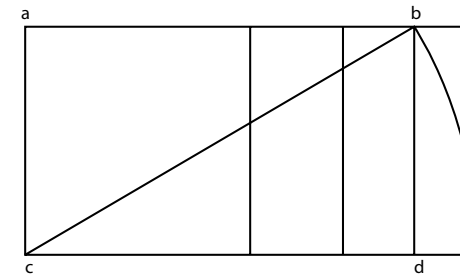
Se trata de los rectángulos que se generan tomando como tema las raíces cuadradas de una serie de números.

El primer rectángulo de esta proporción es aquel cuya proporción es  $1:\sqrt{1}$ ; como la raíz cuadrada de 1 es 1, se trata de los proporción 1:1, es decir, de un cuadrado. Si apoyamos el compás, en sentido diagonal, sobre una esquina inferior y la opuesta superior, y trazamos el segmento del arco correspondiente bajando hasta la altura de la base, esa intersección es la esquina de un nuevo rectángulo. Este nuevo rectángulo se denominará  $\sqrt{2}$  por que en efecto, su proporción es  $1:\sqrt{2}$ , es decir, 1:1.414. También se le llama rectángulo de hipotenusa. Si repetimos el procedimiento, explicado anteriormente, obtendremos un rectángulo más; al cual se denomina  $\sqrt{3}$ , por que en efecto, su proporción es  $1:\sqrt{3}$ , es decir, 1:1.732. Si repetimos el mismo procedimiento una vez



■ Sobre estas líneas, una espiral describe una serie de Fibonacci. El rectángulo rojo que esta en la parte superior se aproxima a una sección áurea.

más, se volverá a obtener otro rectángulo. Este procedimiento se puede repetir hasta el infinito y todas las formas y cantidades que obtengamos estarán unidas por una progresión numérica necesariamente dotada de cierta armonía. Al igual que la sección áurea, su uso no solo se restringe al trazo de rectángulos o formatos, sino que se extiende a cualquier situación en la que sea necesario establecer la proporción en que deba crecer o decrecer cualquier serie de elementos.<sup>3</sup>

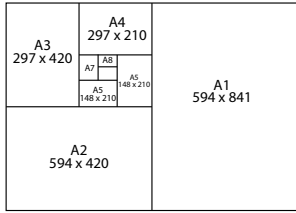


■ Trazo de un rectángulo de  $\sqrt{4}$  a partir de  $\sqrt{3}$ .

### TAMAÑO DE PAPEL ISO

Otro enfoque para establecer el formato de una página consiste en utilizar una simple división de determinados tamaño de papel. Este método resulta extremadamente económico, ya que los desperdicios son mínimos. El formato métrico de DIN (*Deutsches Institut für Normung*) o ISO (*International Organization for Standardization*) es excepcional en cuanto a que se trata del único rectángulo que cuando se divide en dos crea un formato con los mismas proporciones de longitud y anchura. Los papeles de tamaño A se basan en este formato, por tanto, cada tamaño es la mitad del que le precede: A0 por la mitad forma el A1, y así sucesivamente. Las hojas de tamaño B se diseñan de manera que compartan las mismas proporciones que las A y el principio de que

3. Entre el diseño, y la edición. Tradición cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial. Gerardo Kloss. Edit. UAM. Xochimilco, México 2002.



■ Divisiones del rectángulo normalizado. El punto de partida es la forma A0 (841 x 1189 mm). Todas las subdivisiones tienen exactamente la misma proporción.

cada hoja sucesiva sea la mitad de la anterior. Las hojas de tamaño C están diseñadas principalmente para artículos de papelería y comparten un formato común con los tamaños A y B.

En México, no es común utilizar este tipo de sistema. Son medidas estandarizadas para EUA y Europa, pero que pueden ser tomados como consulta para algún formato que se quiera realizar. En México el tamaño más común que se usa, es el tamaño carta, que equivale al tamaño A4 de este sistema.

**MEDIDAS ESTANDARIZADAS DEL SISTEMA ISO**

serie A	serie B	serie C
4A0 1682 x 2378		
2A0 1189 x 1682		
A0 841 x 1189	B0 1000 x 1414	C0 917 x 1297
A1 594 x 841	B1 707 x 1000	C1 648 x 917
A2 420 x 594	B2 500 x 707	C2 458 x 648
A3 297 x 420	B3 353 x 500	C3 324 x 458
A4 210 x 297	B4 250 x 353	C4 229 x 324
A5 148 x 210	B5 176 x 250	C5 162 x 229
A6 105 x 148	B6 125 x 176	C6 114 x 162
A7 74 x 105	B7 88 x 125	C7 81 x 114
A8 52 x 74	B8 62 x 88	C8 57 x 81
A9 37 x 52	B9 44 x 62	C9 40 x 57
A10 26 x 37	B10 31 x 44	C10 28 x 40

# 1.3 Estructura del diseño y elementos que contiene

**E**l diseño gráfico trata sobre todo del proceso de la información visual y la maquetación; son solo una de las numerosas herramientas que tiene a disposición para llevar al lector por el contenido.

La maquetación de una publicación hace referencia a la ubicación del contenido (texto y/o imágenes) y de como se relacionan estos elementos entre sí y la publicación con un todo. Una buena maquetación puede hacer que sea más fácil orientarse en la publicación y que sea agradable al leerla, en cambio una mala, puede dejar al lector confundido y frustrado.

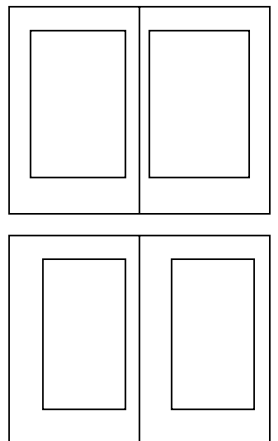
Cuando se trata de idear una maquetación hay que tener en cuenta el contenido. Es el contenido y la forma en que se usará la publicación lo que determinará, en mayor parte, la maquetación. Una novela requiere de una maquetación distinta a la de un diccionario.

## RETÍCULAS 1.3.1

**C**ualquier diseño implica la resolución de una serie de problemas tanto a nivel visual como a nivel organizativo. Imágenes y símbolos, campos de textos, titulares, tablas de datos: todo ello debe reunirse con el fin de comunicar. Una retícula junta todas esas opciones. Pueden ser flexibles y dinámicas, o pueden ser rigurosas y mecánicas. Solo sirve cuando está pensada para servir en algo, de acuerdo a una necesidad en particular; una retícula arbitraria causará un estorbo y dejará de ser una ayuda para el diseño.

La retícula tiene la finalidad de ayudar a resolver los problemas de comunicación, es como un “andamio” que se encuentra detrás de las páginas, dando sostén y razón a los elementos compositivos de cada una de sus páginas. Aporta a la maquetación un orden sistematizado, jerarquizando los distintos tipos de información y guiando al lector a través del contenido.

El formato determina las proporciones externas del libro, mientras la retícula determina las divisiones internas de la página.



■ **SUPERIOR**  
Texto o zona de imágenes simétrico.

■ **INFERIOR**  
Zona impresa asimétrica.



■ **MEMORIA ANUAL**  
Diseño de Why Not Associates. El texto y las imágenes ocupan los módulos de tres columnas.



■ **KERSTNUMMER GRAFISCH NEDERLAND**  
Diseño de KVG0. Libro promocional. Utiliza páginas desplegadas, inserciones y troqueles, así como una amplia gama de papales. Esta compuesta por una retícula modular de seis columnas.

y la composición influye en la posición de los elementos. El uso de una retícula aporta consistencia al libro, así como coherencia en la composición.

La explotación y el rechazo de la retícula forman los dos polos: algunos se inclinan por la racionalidad, mientras otras sugieren la expresividad y la sugerencia.

Los sistemas básicos de retículas determinan la anchura de los márgenes; las proporciones de la zona impresa; el número, la longitud y la profundidad de las columnas, la anchura de los intervalos entre éstas. Los sistemas más complejos definen la base sobre la que se asientan los tipos y pueden determinar incluso el formato de las imágenes, la posición de los títulos, folios, notas al pie, etc.

Antes de diseñar una retícula hay que comprender con claridad:

- la cantidad de texto e imágenes
- las clases de texto e imágenes
- los niveles de significado y su importancia dentro del texto y las imágenes
- las relaciones texto e imagen
- la relación de contenido con el lector

Hasta cierto punto, el formato y el tipo de publicación dictará el estilo de retícula a usar. El uso de retícula de columna única puede crear un diseño limpio, pero sería inadecuado para una publicación de mucho texto, ya que la longitud de la línea será muy ancha, y el texto será difícil de leer.

Sin embargo las normas se pueden romper. Si se trabaja con una retícula muy estricta, el proceso puede verse afectado y el resultado ser carente de imaginación y aburrido. De hecho, algunas de las mejores soluciones creativas aparecen cuando se abandona la retícula.

## LIBROS SIN RETÍCULAS. EXPLORAR OTRAS OPCIONES

La decisión de utilizar una retícula siempre se deduce por la naturaleza del contenido del proyecto. A veces ese contenido tiene su propia estructura y una retícula no es necesaria; otras veces, el contenido necesita ignorar la estructura por completo para crear determinadas reacciones emocionales en el público al que se desea llegar. Además, la capacidad del público para captar y procesar información se ha vuelto más sofisticada a lo largo del tiempo; el constante bombardeo de información mediante la televisión, el cine y los medios interactivos ha creado ciertas expectativas en relación a la forma en que se presenta la información.

Para poder dar una impresión diferente y a la vez competir en el entorno visual, los diseñadores han investigado diversas formas de presentar la información.

Muchos libros ilustrados se diseñan sin retícula. Una vez decido el formato y la extensión del libro, el ilustrador o el diseñador componen la página. Las ilustraciones pueden ir acompañadas de tipos, pero en general, no suele resultar formalizarlas dentro de una estructura reticular. La línea base y el espacio entre caracteres puede considerarse parte de una imagen integrada y ser tratados prácticamente como elementos de un dibujo.

### *Deconstrucción de la retícula*

Como la misma palabra lo indica, el propósito de “deconstruir” es desmontar un espacio estructurado de modo que obligue a los elementos a que establezcan nuevas relaciones entre ellos. Apuntado esto, probablemente quede claro que no hay reglas válidas que puedan aplicarse al proceso de deconstrucción.

Una estructura puede alterarse de infinitas formas. Como por ejemplo, se podría empezar a recortar zonas importantes y desplazarlas tanto horizontal como verticalmente. Es importante



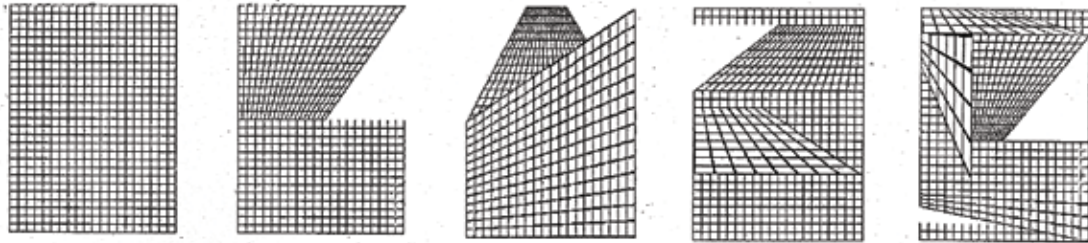
■ **ON NE COPIE PAS**  
Ilustración de Oliver Douzou y Frédérique Bertrand (Éditions du Rouergue. En esta doble página no hay retículas de ningún tipo; se ha compuesto como una pintura en relación con un lienzo de la anchura de una doble página.



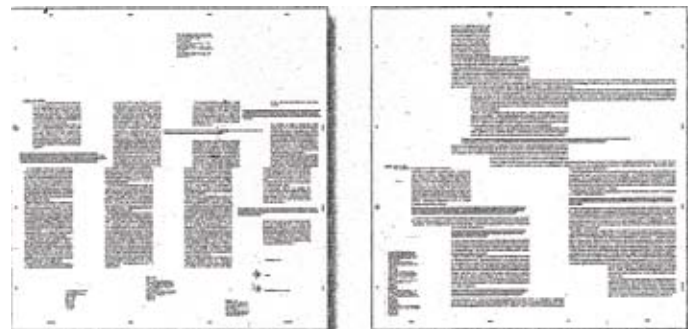
■ **VITRA WORKSPIRIT**  
Diseño de April Greiman. Folleto de productos.

observar que ocurre cuando la información se desplaza a otro lugar, quizás alineada con algún otro tipo de información, de tal manera que establezca una conexión verbal que no existía con anterioridad.

### DECONSTRUCCIÓN DE LA RETÍCULA



Una retícula modular sencilla, sin medianiles entre los módulos, es el punto de partida para una construcción dimensional. Se distorsionan grupos de líneas de flujo y de líneas de columnas para explorar las posibilidades de crear una ilusión de espacio y dimensionalidad exagerada. Los resultados de este tipo de “deconstrucción estructural” pueden verse en este conjunto de hojas sueltas que investiga la naturaleza de la retícula.<sup>4</sup>



#### *Composición óptica espontánea*

Lejos de ser aleatoria, este método compositivo puede describirse como la disposición intencionadamente intuitiva de los elementos en función de sus aspectos formales, esto quiere decir, que consiste en ver las relaciones y contrastes inherentes a un material determinado y establecer vínculos a partir de dichas relaciones.

4. Diseñar con y sin retícula. Timothy Samara. Edit. Gustavo Gilli. Barcelona, España 2004.

Este método guarda cierta afinidad con el collage; su inmediatez y franqueza pueden ser muy atractivos para el observador.

#### *Alusión conceptual o pictórica*

Otra forma interesante de crear composiciones consiste en derivar una idea visual del contenido y aplicarla al formato de la página como una clase de estructura arbitraria. La estructura puede ser una representación ilusoria de un tema, como las olas o la superficie del mar, o puede basarse en un concepto, como un recuerdo de la infancia o un acontecimiento histórico. Sea cual fuese la fuente del concepto estructural, se puede utilizarla para organizar el material de tal modo que haga referencial a él.

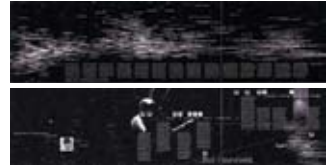
Incluso si no hay ninguna retícula, el concepto en función aporta cierto tipo de unidad a las composiciones secuenciales. Los márgenes, los intervalos entre imagen y texto y la profundidad de la página pueden cambiar constantemente, pero este cambio adopta rasgos reconocibles que lo relacionan con el concepto general.

## Márgenes 1.3.2

**P**or su puesto que no toda la página se llena de texto. Sino hay que determinar los márgenes, que delimitan el área que llamaremos la caja tipográfica, la zona de mancha, donde descansarán las letras.

Los márgenes se disponen por lo general al gusto, pero no hay que olvidar que el equilibrio y legibilidad de la página depende de una elección correcta de los márgenes.

En tipografía, los márgenes tienen que hacer tres cosas. Tienen que fijar la caja en la página y fijar las páginas enfrentadas mediante



#### ■ DROWNING

Diseño de Len Van Ho. Esta narración personal sobre un accidente casi mortal se inicia con una estructura de columnas muy clara que se va deconstruyendo en sucesivos estudios.



la fuerza de sus proporciones. Segundo, tienen que enmarcar la caja de una forma que convenga al diseño. Tercero, tienen que proteger la caja de modo que al lector le resulte fácil de verla y manejarla (es decir, tienen que dejar espacio para los dedos del lector).

Al igual que sucede con el formato, cualquier método o regla teórica aplicada al diseño de la caja debe matizarse de acuerdo a consideraciones funcionales y ajustarse según determinaciones tipográficas. Ninguna regla ofrece garantía de una buena composición si no se aplica con criterio y buen gusto. Toda regla puede romperse si no se lleva por el camino deseado, siempre y cuando se reemplacé la regla rota por una invención mejor.

El diseño de la página consiste en distribuir figuras y espacios. Algunas zonas blancas, como los márgenes y las interlíneas, cumplen funciones prácticas, pero casi todos los demás blancos de la página son signos, por lo que tienen diferentes significados. Es útil saber para qué sirven dichos espacios, qué significan y cuánto lo mínimo que se debe destinarle. Estas son algunas funciones importantes que desempeñan:

- impedir que se pierda el texto al cortar el papel;
- facilitar la manipulación de la página
- organizar el material tipográfico;
- evitar que la encuadernación obstruya la lectura.

## 1.3.3 La caja tipográfica

La caja tipográfica es el marco donde se desarrolla la mayor parte del diseño editorial. En los tiempos de los tipos móviles, la caja era un objeto tangible y tenía vida propia aparte del diseño. En los tiempos de la autoedición ya no hay límites inabordables: el margen permanece no solo a la vista, sino que

se puede modificar en cualquier momento, sin dificultad alguna. Pero es necesario mantener los mismos márgenes en cada página, ya que si utiliza un método de marginado diferente, puede que funcione en algunos casos, pero no funcionará correctamente en la mayoría de los impresos.

### FORMAS DE PÁRRAFO

Todas las partes de una obra se relacionan entre sí tan estrechamente, que un pequeño cambio en uno de los márgenes puede hacer que una avalancha de modificaciones se precipite hasta el fondo del documento. Sin embargo, cuando la forma general de la obra ya ha sido determinada por algún método, cuando ya se tiene de forma definitiva las dimensiones de la caja, toca dar de forma definitiva al párrafo modelo.

### COMPOSICIÓN QUEBRADA

El párrafo en bandera o quebrado es el que está alineado por un solo lado.

#### *Párrafo en bandera derecha*

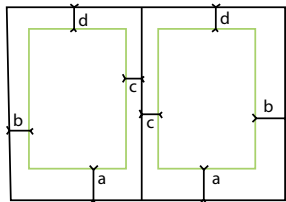
Si el lado irregular del párrafo es del lado derecho, se dice que el párrafo es “de bandera derecha”. Este tipo de composición es muy eficaz, pues, cuando la columna está bien compuesta, la legibilidad no sufre ningún cambio.

#### *Párrafo en bandera izquierda*

Si el párrafo está alineado por el margen derecho, se le conoce como “de bandera izquierda”, y los párrafos son extensos horizontal y verticalmente, hay riesgos de que el lector se pierda en algunos arranques de renglón.

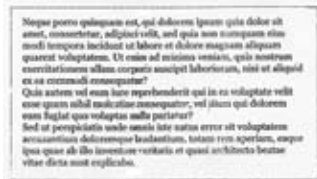
### SANGRÍAS

Los bloques de texto pueden sangrarse para que algunas o todas las líneas comiencen más adelante del margen establecido. Por

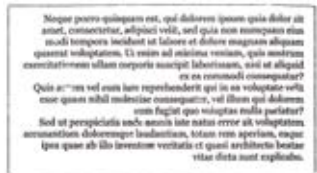


1.  $a > b, c, d$
2.  $b \approx 2c$
3.  $d \geq c$
4.  $d < b$

■ Regla general (que se acostumbra y funciona pero que no es obligatoria). A es mayor que b, c y d; b es aproximadamente igual a dos veces c, d es mayor que c y d es menor que b.



■ Composición en bandera derecha



■ Composición en bandera izquierda

regla general, no se sangra el primer párrafo de un texto, sino que empieza en el segundo párrafo. La sangría ofrece al lector un acceso fácil al párrafo. La longitud de la sangría puede depender del tamaño del tipo o de la rejilla base.

Existen tres tipos básicos de sangría:

■ **Sangría de primera línea.** En la sangría de primera línea, se sangra la primera línea del primer párrafo y de los siguientes. Por norma general, no se sangra el primer párrafo, después de un título o subtítulo.

■ **Sangría negativa.** Es una sangría izquierda o derecha que afecta a varias líneas del texto. Se utiliza, por ejemplo, para sangrar una cita larga.

■ **Sangría francesa.** Es similar a la negativa, pero la primera línea del texto no está sangrada.

### ÚLTIMA LÍNEA

Las últimas líneas de los párrafos suelen dar problemas, pero, así como son dos los extremos que tiene el renglón, son dos cosas que se deben tomar en cuenta: por el lado izquierdo, las líneas ladronas, por el derecho, las líneas largas. Las primeras son aquellas que tienen muy pocos caracteres; las segundas son aquellas a las que les falta una sangría o menos para tocar el margen derecho y llenar el renglón.

### VIUDAS Y HUÉRFANAS.

Con estos nombres se le conocen a dos defectos que están muy relacionados entre sí. Una viuda es la última línea cuando está sola en el comienzo de una página, en tanto que la huérfana es la primera línea de un párrafo que ha quedado sola al final de la página. Para ajustar estos defectos, en un párrafo problemático, se reduce o se aumenta el tracking en una o dos unidades.

Esta puede ser una herramienta fácil, aunque el ajuste parezca diminuto, en la pantalla; en la publicación se nota sin dificultad como amontonamiento de las palabras.

## Tipografía 1.4

La tipografía hace referencia a la manera en la que las ideas escritas reciben una forma visual, y puede afectar a como percibimos el diseño. Los tipos tienen personalidad propia y son un excelente medio para comunicar emociones. Un tipo puede ser autoritario, relajado, formal, informal, austero o humilde, mientras que un tipo de fuente gráfica es casi una imagen por derecho propio.

El debate entre visibilidad y legibilidad es una consideración importante para el diseño de una publicación. La tipografía puede utilizarse para conseguir excelentes efectos en cualquier publicación a fin de conseguir dichos objetivos.

En general, se pueden utilizar diferentes familias tipográficas al diseñar una publicación. Ello crea una jerarquía que es la guía visual usada para distinguir entre diferentes titulares y cuerpos de textos. En un libro el diseñador podrá decidir usar diferentes tamaños y grosores de fuentes para distinguir entre el título del libro, los títulos de los capítulos y el texto principal. Las publicaciones usan varios efectos tipográficos, según su función. Es una herramienta poderosa en el diseño editorial, y su capacidad para transformar una publicación no debe subestimarse nunca.

La tipografía es un arte al que deliberadamente puede darse un mal uso. Es un arte por el cual se pueden aclarar, honrar y compartir los significados de un texto o, por el contrario solo disfrazarlos.



■ El desolado estado de la tipografía moderna se hace especialmente evidente en los esfuerzos de las instituciones culturales o de los museos o teatros para añadir un toque de clase a sus catálogos.



■ Dos líneas ladronas y una línea huérfana.





■ Tipos elzevarianos



■ Tipos de transición



■ Los Neoclásicos



■ Las Egipcias

En un mundo lleno de mensajes, muchas veces la tipografía debe llamar la atención hacia sí misma antes de que alguien la lea. Su otra meta tradicional, es la durabilidad; no inmunidad frente al cambio sino una clara superioridad frente a la moda. Uno de los principios de la tipografía duradera es siempre la legibilidad; otro principio, una inversión, rentable o no, que le da energía vital a la página. Esto adquiere diversas formas y se le conoce por nombres como serenidad, viveza, gracia y goce. Estos términos se alimentan del significado, que debe provenir de la persona que escribe, de las palabras y del tema, no del tipógrafo.

Palabras bien elegidas merecen letras bien elegidas; éstas a su vez merecen que se le componga con afecto, inteligencia, conocimiento y habilidad. La tipografía es un eslabón, y por una cuestión de honor, cortesía y deleite, debería ser tan fuerte como los demás eslabones de su cadena.

### PRINCIPALES REFERENTES HISTÓRICOS

1. **Los tipos elzevarianos**, *la Veneciana* y *Antigua renacentista*, siglos XV (finales), XVI y XVII. Son las “Humanísticas” y las “Garaldas” de la clasificación Vox-Atypi. Las formas de los primeros tipos de letras humanísticas tiene como origen: para las minúsculas, la escritura carolina; para las mayúsculas, las capital romana lapidaria.

El eje de las letras redondas se inclina hacia la izquierda (es una reminiscencia del trazado caligráfico de las letras de pluma ancha).

2. **Los tipos de transición**, *Roma de transición* y *Antigua Barroca*, siglos XVII (finales) y XVIII. Son las reales de la clasificación Vox-Atypi. El eje de las redondas se inclina muy poco hacia la izquierda, a veces no se inclina en absoluto, los remates son planos y el enlace con el asta es redondeado. Los contrastes entre gruesos son algo más marcados.

3. **Los Neoclásicos**, *romana moderna* y *Antigua Neoclásica*, siglos XVII (finales) y XIX. Los gruesos de las astas son muy

contrastados, y los remates son filiformes y horizontales. El origen de este estilo es el dibujo de la letra grabada en cobre. En Francia, este estilo predominó totalmente hasta mediados del siglo XIX para los caracteres llamados “de labor”, es decir, para la composición de los libros y la prensa.

4. **Las Egipcias**, *remate grueso* y *lineal Antigua* con remate rectangular, transcurso del siglo XIX. Son las “Mecanas” de la clasificación Vox-Atypi. La litografía, permitió liberarse de las limitaciones en el dibujo de los tipos. Aparte de una multitud de caracteres de fantasía, dos clases de dibujo tuvieron éxito: *las Egipcias* y *los palosecos*. Se caracterizan por sus pies rectangulares y gruesos. Su uso es poco frecuente en textos corrientes. En títulos aportan una fuerza de expresión.

5. **Los palosecos**, *sin remate* y *Lineal Antigua sin remate*, siglos XIX y XX. Son las “Lineales” de la clasificación Vox-Atypi. Se ha convertido en la tipografía más utilizada en publicidad, pero también en los libros técnicos, los anuarios de todo tipo y la prensa. Es el único estilo que permite variaciones horizontales y verticales en todas las series de caracteres: del fino al grueso, del estrecho al ancho.

6. **Los caracteres de fantasía**, *decorativa*, “*display*” y *varios*, siglos XX. A partir de los años 1960, la fotocomposición y los caracteres transferibles dieron a los grafistas la posibilidad de expresarse libremente, sin más exigencia que la legibilidad del texto compuesto. Hoy en día, la creación de caracteres por el ordenador han ampliado esta libertad de expresión. Un gran número de caracteres de fantasía no están concebidos para el texto corriente, sino para componer unas cuantas palabras, por ejemplo, títulos impresos, de televisión, de la web, etc.

Esta clasificación fue tomada del libro *Entorno a la tipografía* de Adrian Frutiger de la editorial Gustavo Gili, no tanto como una clasificación, más bien como referentes para la selección tipográfica, y la transición fuentes tipográficas durante la historia.



■ Los Palos Secos



■ Los Caracteres de Fantasía

## 1.4.1 Contraste



■ La R de arriba esta sacada de la fotografía de más arriba. Como puede verse, la altura de las letras es casi exactamente diez veces la anchura de sus fustes.

Cualquier dispositivo para componer tipos, funciona como un telar. Y en general el tipógrafo, como el escriba, tiene como meta tejer el texto con tanta suavidad y de modo tan parejo como sea posible. Los buenos diseños de letras están pensando para dar una textura pareja, llena de vida, pero si no se cuida el espacio entre las letras, las líneas y las palabras, este tejido puede desgarrarse por completo.<sup>5</sup>

Una letra se construye con una anchura máxima para los trazos fuertes y una mínima para los trazos débiles. El paso de un espesor a otro puede hacerse de golpe o mediante una suave transición.

Es muy importante comprender también, qué impresión producen las diversas tipografías cuando se emplean para cuerpos de texto. La diversidad tipográfica se adapta a la diversidad de los mensajes. Se debe saber qué tipografía conviene más al mensaje con el que está trabajando.

Deben considerarse también las diferentes texturas de las tipografías. La tipografía que tiene una altura de x relativamente generosa, o una anchura de trazo relativamente gruesa, da lugar a una masa más oscura sobre la página que la tipografía que tiene una altura de x menor o un trazo más fino. Detectar estas diferencias de “color” resulta fundamental para realizar maquetaciones que funcionen bien.

## Selección tipográfica 1.4.2

La mejor tipografía para un libro, es, primero que nada, buena por méritos propios. Segundo, tendrá que ser una buena fuente para libros, lo cual significa buena para la lectura cómoda a cierta distancia. Tercero, será una fuente que tenga una afinidad con el tema.

En general, en la tipografía el texto denota un discurso escrito, pero el tipo de letra elegido connota cierto contexto y ciertos valores que enmarcan el acto de la lectura.

El texto original, la intención del diseñador y la forma final deberían de constituir un todo armónico, en el que ningún elemento caiga en contradicción con los demás, pero en el que exista la suficiente dosis de contraste y contrapunto para darle balance e interés.

Los diseños de letras tiene carácter, espíritu y personalidad. Es de esperar que las familias tipográficas elegidas sobre esa base den un resultado más interesante que las elegidas a través de la mera coincidencia o disponibilidad o simple coincidencia con el nombre.

A la hora de elegir un tipo para un libro, la decisión es influida por numerosos elementos, incluidos el contenido del libro, su origen o la época en que fue escrito, los precedentes históricos, los lectores, la edición multilingüe, aspectos prácticos de la legibilidad, los grosores o cajas bajas o fracciones disponibles de la fuente. Es crucial considerar que el tipo elegido sea congruente en sus connotaciones con el contenido del texto y con el tipo del lector. Un texto antiguo no debería llevar un tipo ostensiblemente moderno y viceversa, a menos que desee intencionalmente crear un efecto contradictorio; por eso no esta de más conocer un poco su historia y, sobre todo, sensibilizarse para comprender si el lector

5. Manual de diseño editorial. Jorge De Buen Unna. Edit. TREA. España 2008.



1. Garamond
2. Baskerville
3. Bodoni
4. Excelstor
5. Times
6. Palatino
7. Optima
8. Helvetica

■ Los contornos de los caracteres de texto de lectura seguida sufrieron modificaciones bajo la influencia de los diferentes procedimientos de impresión. Pero desde los impresores del Renacimiento, hace más de cuatro siglos, la forma fundamental no ha variado.

### 1.4.3 Legibilidad

**H**oy en día sabemos que la lectura es una cuestión de percepción y de reconocimiento. Existe una gran diferencia entre juzgar la escritura por la belleza formal de su alfabeto o por su uso o aplicación, como puede ser en un libro o en un periódico. Cuando tenemos un escrito a gran tamaño, ya sea un póster o un cartel, tendemos a valorar las letras de forma individual, es decir, las propiedades estéticas de cada uno de los símbolos, y no se evalúan según su rendimiento a la hora de facilitar (u obstaculizar) el proceso de lectura.

*Las palabras con espaciado excesivo entre sus letras no darán una buena legibilidad, aunque se trate de una palabra tan bonita como: V I D A. En este sentido la tipografía no es otra cosa que el arte de descubrir lo que le agrada al ojo y ofrece una información apetecible que no se puede resistir. Al menos debería de superar el filtro que el ojo utiliza para suprimir lo no económico, y tener*

siente que el diseño tipográfico refuerza, contrapuntea gratamente o contradice por completo el contenido del texto.

Es perfectamente posible resolver un proyecto editorial muy complejo con un solo tipo de letra, si se saben aprovechar todas las variedades, pesos y series que ofrecen la correspondiente familia.

También es posible hacerlo con varios tipos de letra diferente, bajo la sola condición de que sí sean de verdad diferentes y exista un buen contraste intencional entre ellas. Resulta útil seleccionar una familia que ofrezca distintos grosores. La redonda, la cursiva o la itálica y la negrita son básicas, pero una negrita ligera, media o semi, así como formas comprimidas o extendidas también pueden tener cabida.

*acceso a las preferencias personales, donde se decide si algo es interesante o no.*

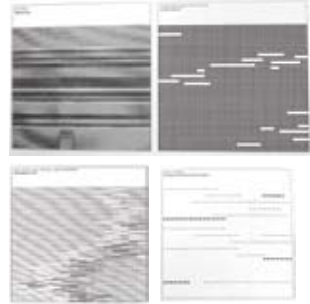
*Existen dos criterios que determinan la lectura: el interés personal y la calidad del producto. El interés personal puede variar considerablemente, pero en cuanto a la calidad del producto, estaremos tratando con un ojo que juzga los textos.*

*Hay una serie de reglas sobre la lectura, una de ellas, quizá la más importante, define la limitación cuantitativa, es decir, no insertar demasiado texto por página, no recoger demasiadas letras por párrafo y no excederse en las palabras de una editorial. La economía de la lectura es la guía de la tipografía. Todavía rige que el estilo más económico es el correcto. El principio supremo de valoración de la tipografía es la economía.*

*La tipografía es el arte de invertir el esfuerzo justo para complacer al ojo, esto es, ni demasiado ni insuficiente; es también el arte de alcanzar lo óptimo. Así que la tipografía no es una creación libre, sino la búsqueda de la mejor forma posible..<sup>6</sup>*

El texto de un libro debe exhibir una estructura clara y ha de estar notablemente organizado. No debe tener, a la mitad de sus párrafos, signos, marcas, señales, cambios de tono o color que llamen la atención, puesto que cualquier pequeño detalle que se destaque puede debilitar la concentración del lector. La belleza de los tipos radica en que pueden dar lugar a una composición perfectamente plana, rítmica y armoniosa. La legibilidad se basa en el proceso lineal y sigue ciertas convenciones más o menos rígidas. Su búsqueda a través de la homogenización se basa en que el texto es más que un conjunto de letras.

La legibilidad es una dimensión que va más allá de lo que dicen las letras y las palabras. Una cosa es legible en la medida que es comprensible, pero ello no significa necesariamente que se pueda leer (por ejemplo, los graffitis ilegales transmiten al público la rabia de su autor).



■ He aquí varias caratulas de discos. En lugar de presentar a los intérpretes y compositores, se intenta reflejar la música en sí. Para ello se conciertan el texto y la imagen de forma que acompañe a la música de una forma más imaginativa.

6. Tipografía. Otl Aicher. Edit. Campgraphic. Valencia, España 2004.

## 1.4.4 Combinar imágenes y tipografía



■ **TÜRKLINKEN**  
Diseño de Sepp Landsbek, para la compañía FSB de Brakel, Alemania.

**E**l lenguaje se nutre en las imágenes, en las manifestaciones visuales. Pensar supone hacerse una imagen y allí donde el lenguaje ya no llega por sus limitaciones, las imágenes todavía siguen vigentes. La comunicación se cimienta tanto en un lenguaje verbal como visual.

Imagen y texto deben entenderse como una cultura de comunicación de ideas unitarias para después ser coordinado y alineados de acuerdo con su secuencia, su estatus y su retórica.

¿Hay que llenar necesariamente una página de imágenes y texto? Antaño eso era lo que se pretendía, pero ahora se otorga libertad a las líneas y a las columnas. La línea refleja la fluidez del habla y su longitud la determinan las palabras que contiene. Existe una regla básica para la coordinación de texto y fotografías, que dice que los formatos de las líneas y las fotos deberían estar alineados, es decir, ordenados de tal modo que no presenten huecos superfluos. No obstante esto, no siempre es así. Los formatos de imagen y de texto deben disponer en primer lugar de una coordinación interna; pero así también los espacios en blanco, que han de ordenarse e integrarse en la estructura de la compaginación.

Existe una nueva cultura de la transmisión de ideas que favorece un lenguaje más limpio y convincente y que busca palabras e imágenes cargadas de claridad, credibilidad y humanidad.

La tipografía abarca también la relación con las imágenes e incluye la coordinación del texto y la imagen. Una vez que se ha conseguido la combinación acertada de textos e imágenes, se decidirá en qué lugar se coloca para enfatizarla, qué imagen tendrá un papel decisivo y cuál jugará un papel meramente visual. La

relación entre el tipo de letra y la imagen se une entre iguales, en la que los dos se apoyan y complementan entre sí.

## Impresión 1.5

**D**el latín *impressio*, impresión, es la acción y efecto de imprimir (marcar letras y otros caracteres gráficos en un papel u otra materia, estampar un sello, fijar una idea o sentimiento, introducir algo con fuerza en otra cosa, dar una característica a algo).<sup>7</sup>

El concepto se utiliza para nombrar al proceso que consiste en la producción de textos e imágenes. Para esto suele aplicarse tinta sobre un papel mediante una impresora o una prensa.

El buen diseño no consiste no sólo en crear maquetaciones originales. El proceso de producción es un aspecto del desarrollo creativo que también se debe tomar en cuenta. El diseño de cualquier publicación es un procedimiento complejo, pero hay cosas que puede hacer el diseñador más fácil.

La fase de impresión puede tomar múltiples variantes, básicamente en el proceso entran en juego la tinta y el papel. La publicación no se hace directamente sobre el papel, más bien por un proceso de transferencia indirecta. Y la impresión ocurre cuando el papel entra en contacto con esta superficie a través de una prensa. Entre las ventajas de crear una publicación de este modo es que pueden hacerse las impresiones que se decida ya que siempre es posible introducir nuevas hojas de papel a la prensa.

Los procesos de impresión han evolucionado a través de la historia. Dependiendo del tipo de trabajo y lo que se busque transmitir en particular, elegirá el método más adecuado para lograr su objetivo. Debido a que son procesos muy elaborados a

7. Creación, diseño y producción de libros. Andrew Haslam. Edit. Blume. Barcelona, España 2007.



menudo es necesaria la asesoría de una persona que conozca el método en cuestión.

### PREIMPRESIÓN

Un original suele responder a un manual de estilo que el editor entrega al autor para que lo aplique. Los manuales de estilo de las imprentas incluyen aspectos como las ortografía, la puntuación, el uso de abreviaciones y otras especificaciones estilísticas, así como la forma en que se debe entregar el material para que se adapte a los siguientes procesos de edición y diseño.

El original se puede entonces copiar y editar para comprobar que se ajusta al estilo de la empresa y para identificar cualquier contenido.

Al original del editor se pueden incorporar otros elementos del proyecto, en caso de que no provengan del cliente o del autor, y asegurarse de que se han obtenido los correspondientes permisos para reproducir dichos elementos. El editor comprueba que el texto y los demás elementos son los apropiados antes de que el material se entregue al diseñador junto con las especificaciones del diseño.

El diseñador planifica entonces las páginas y entrega al editor, autor o cliente un juego de pruebas para su comprobación.

### IMÁGENES

Trabajar con imágenes digitales requiere tener conocimientos de la teoría del color y de las técnicas de impresión.

Existen dos tipos de imágenes digitales, las imágenes basadas en objetos gráficos y las imágenes basadas en píxeles. Las primeras están compuestas por figuras geométricas formadas por rectas y curvas calculadas matemáticamente que delimitan superficies y formas, mientras que las segundas están compuestas por píxeles de diferentes colores y tonos.

■ Imágenes basadas en objetos gráficos. Están compuestas por curvas y rectas. Estas imágenes pueden ampliarse sin que su claridad se vea afectada.



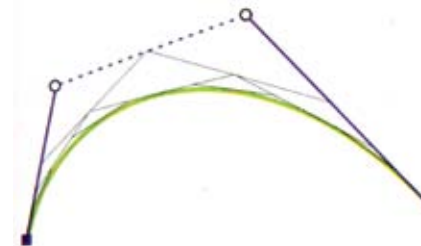
■ Gráficos Bézeir. Los gráficos Bézeir se basan en curvas.



■ Gráficos vectoriales. Los gráficos vectoriales se basan en líneas rectas.

### Imágenes basadas en objetos gráficos

Los logotipos y las ilustraciones son ejemplos de imágenes que suelen estar realizadas a partir de gráficos basados en objetos. Dichos objetos pueden incluir curvas sencillas, líneas rectas, círculos, cuadrados y otras formas geométricas más complejas. Además los objetos gráficos pueden tener perfiles de diferentes espesores y diferentes colores, formas y degradados. Estos gráficos son erróneamente llamados gráficos vectoriales. Esta denominación proviene de la época en que se utilizan exclusivamente curvas vectoriales en el software del diseño. De forma simplificada, un vector es una línea recta entre dos puntos. Con esta técnica, una curva se creaba a partir de una serie de líneas rectas muy cortas. Sin embargo, al ampliar las imágenes así creadas, las líneas rectas se hacían visibles y las curvas aparecían formadas por una serie de pequeñas líneas rectas. Actualmente, los objetos gráficos están basados en la curvas Bézier, que son un tipo de curva que pueden adoptar cualquier forma.



Curvas Bézeir. El gráfico muestra cómo se crea una curva Bézeir.

### Imágenes basadas en píxeles

Cuando se escanean fotografías o ilustraciones, se crean imágenes basadas en píxeles o píxeles gráficos. Un píxel gráfico está compuesto por pequeños cuadros de color, similares a los componentes de un mosaico. Los píxeles gráficos también se



■ Resolución de la imagen. Una imagen basada en píxeles tiene siempre una cierta resolución, es decir, un cierto número de píxeles por pulgada (ppp), o ppi en inglés.



■ Imágenes basadas en píxeles. Las imágenes digitales fotográficas están compuestas por minúsculos elementos cuadrados de color, denominados píxeles.



■ Imagen de línea.  
Compuesta por píxeles  
negros o blancos.



■ Duotono. Una  
imagen en duotono  
tiene partes blancas y  
negras, pero la escala  
entre ambas tiene un  
fondo de color.



■ Imagen en escala  
de grises. Las  
imágenes en escala  
de grises están  
compuestas de píxeles  
con distintos tonos  
de gris.

pueden crear directamente del ordenador o con una cámara digital.

Cuando se quiere imprimir una imagen basada en píxeles con tamaño determinado se debe tener en cuenta que la imagen está compuesta por un cierto número de píxeles/cm<sup>2</sup> o píxeles/pulgada<sup>2</sup> (ppp). La resolución de una imagen se mide ppp, y de esta manera se indica el número y el tamaño de los píxeles que componen la imagen. A veces se usa incorrectamente la unidad dpi (*dots per inch*) en vez de la de ppi (*pixels per inch*). Dpi es la unidad utilizada para definir la resolución de la salida en impresoras y filmadoras. Si la resolución de una imagen es baja, los píxeles tendrán cierto tamaño, con lo que la imagen mostrará un aspecto similar al de un mosaico. En cambio, si la resolución es alta, el ojo humano no podrá percibir que la imagen está compuesta por píxeles.

Pueden ser en blanco y negro o en color, y, en ese caso, estar compuestas por un número variable de color. Se suele decir que las imágenes tienen distintos modos de color:

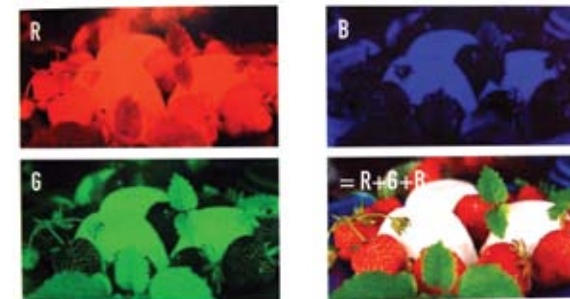
**Imágenes de línea.** Las imágenes de línea (*line art*) son imágenes que solo contienen píxeles blancos y negros. Ejemplos de línea son los logotipos monocromáticos o algunas ilustraciones gráficas. Las fuentes de pantalla son también imágenes de línea. Requieren una resolución alta para que no sean percibidas como dentadas debido a los píxeles.

**Imágenes en escala de grises.** Una imagen en escala de grises contiene píxeles que pueden adoptar tonos entre el 0% y el 100% de un color en particular. El rango de tonos desde blancos (0% de negro) hasta negro (100% de negro) se divide en una escala de número determinado de niveles. Esto hace que el modo de escala de grises sea apropiado para fotografías en blanco y negro tramadas.

**Duotono/Tritono.** Como su nombre lo indica, en este modo se utilizan dos tintas en lugar de una. Si se quiere reproducir detalles más finos en una imagen en blanco y negro, hacerla más suave o colorearla con otro distinto del negro, se utiliza el duotono

o bitono. Si una imagen se imprime con tres tintas se le llama tritono, y con cuatro, cuatritono.

**RGB.** Rojo, verde y azul, o RGB, son los colores que se usan para escanear una imagen de color. Estos colores también son los que reproducen un monitor. Por ello, cuando se quieren visualizar las imágenes en pantalla, como por ejemplo las presentaciones multimedia, se utiliza el modo RGB. Cada píxel de la imagen tiene un valor que indica su cantidad de rojo, de verde, y de azul.



Modo RGB



■ Modo CMYK

**CMYK.** Para imprimir imágenes fotográficas u otras imágenes de color se usa generalmente las tintas de color cian, magenta, amarillo y negro, lo que se conoce como cuatricromía. La transición del modo RGB a CMYK se denomina conversión. Desde el punto de vista puramente técnico, una imagen en cuatricromía está compuesta por cuatro imágenes separadas, todas en escalas de grises, y cada una determina la cantidad de tinta respectiva que habrá de usar en la máquina de impresión.

Hay una serie de procedimientos que normalmente se realiza en la edición de las imágenes escaneadas con el fin de lograr una



■ Color indexado





■ Separación de colores



amarillo

amarillo y magenta



amarillo, magenta y cian.

amarillo, magenta, cian, y negro

buena calidad de impresión. En la labor de edición es importante aplicar la menor cantidad de pasos posibles y realizarlos en el orden correcto.

**Sangre**

Las imágenes o fondos que se extiendan hasta el borde del papel en el producto acabado se dice que son elementos a sangre. Es importante que estos elementos se extiendan un poco más allá del borde del formato de la página, de tal manera que realmente queden a sangre después de que el impreso haya sido cortado y esté acabado. Si no se hiciera así, se correría el riesgo de que aparecería una zona blanca no impresa entre el elemento y el borde de la página.

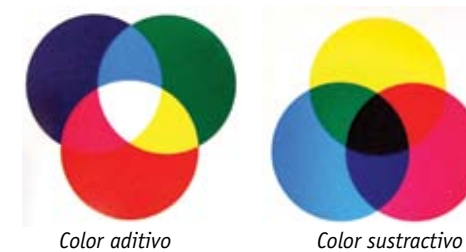
**TEORÍA DEL COLOR**

Los originales de color se deben “separar”, el efecto óptico en el ojo humano respecto al color total se consigue al descomponer la imagen original en cuatro componentes que corresponden a los tres colores básicos de impresión (cyan, magenta y amarillo), más el negro, que se añade para conseguir un detalle más fino y mayor densidad en las zonas oscuras. Este proceso responde a las siglas CMYK, donde K responde al negro para evitar confusiones con el azul. Este proceso de separación conocido como “cuatricromía”, tiene como resultado la confección de cuatro planchas, una por cada color.

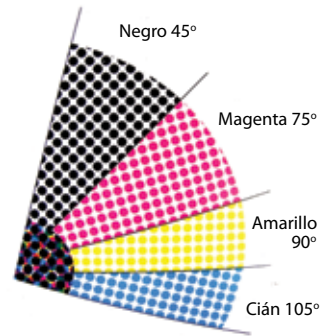
A partir de los combinaciones de estos cuatro colores se pueden reproducir prácticamente todos los colores; por ejemplo, los verde se obtiene combinando una determinada cantidad de amarillo con un cierto porcentaje de cyan.

Para comprender este proceso es necesario conocer la naturaleza de la luz. La luz “blanca” de sol o de una fuente de luz superficial se forma con la combinación de todos los colores del espectro, que se pueden descomponer en los tres colores

“primarios” (RGB), es decir, rojo (*red*), verde (*green*) y azul (*blue*). A estos tres colores, cuando se juntan y crean la luz blanca, se les conoce como “aditivos” primarios. Cuando alguno de estos dos colores se superponen se obtiene un segundo primario, conocido con el nombre de primario “sustractivo”. La combinación de rojo y azul produce magenta; rojo y verde dan amarillo; y verde y azul forman cian. Los primarios aditivos (rojo, verde, azul) se pueden usar solo con luz transmitida (por ejemplo, un monitor). Cuando se imprime se parte del papel blanco y de la luz blanca que refleja. Lo que se debe hacer para ver el espectro total de los colores es emplear tintas que sustraerá la luz de onda y así nos mostrará los colores. El cian es el color que sustrae (o absorbe) al rojo, el magenta al verde y el amarillo al azul. Cuando los tres colores sustractivos C, M e Y se suman, se obtiene un marrón sucio. A causa de la imperfección de los pigmentos es necesario añadir negro para conseguir un negro sólido y limpio.



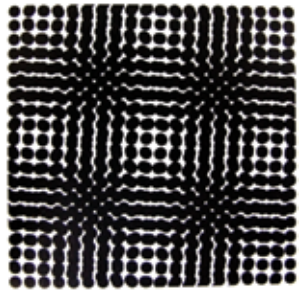
**Ángulos de tramas**  
 Cuando se confeccionan las películas o planchas., las hileras de puntos deben colocarse en ángulos correctos, o de lo contrario puede reproducirse el efecto moaré. Cuando se imprime una imagen con dos colores es necesario colocar los puntos del negro en ángulo de 45° (así se obtienen los puntos menos visibles), y el



■ Ángulos de tramas. Cuando se confeccionan películas o planchas, las hileras de puntos deben colocarse en ángulos correctos, o de lo contrario puede producirse el efecto moaré.



■ Tramas de color.



■ Moaré

segundo color debería posicionarse en un ángulo de  $75^\circ$ . Para la impresión con tres colores se emplean los mismos ángulos, si bien el tercer color se coloca en un ángulo de  $105^\circ$ . En la impresión con cuatro colores, el negro se muestra en un ángulo de  $45^\circ$ , el magenta a  $75^\circ$ , el cian a  $105^\circ$  y el amarillo a  $90^\circ$ . Este último ángulo produce los puntos más visibles, razón por lo cual el amarillo, el más claro, se coloca en este ángulo. Los cuatro colores en un proceso de cuatricromía se superponen para aportar una reproducción de color total de la imagen original.

#### Moaré

La orientación de las tramas es muy importante para asegurar la calidad de impresión. Un ángulo erróneo en la orientación puede ocasionar el efecto conocido como moaré. Es un efecto originado, cuando los ángulos de la trama de los puntos chocan entre sí.

#### Hexacromía

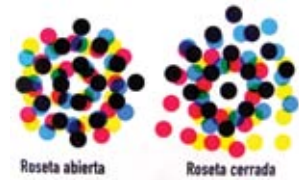
Se trata de una evolución del proceso de cuatro colores al de seis colores, con el naranja y el verde que se añaden al CMYK. Estos dos colores son más brillantes que los estándares de cuatro tintas, con lo que se logra mayor contraste que en la cuatricromía convencional.

#### Colores especiales

Donde se necesite un color que no se acomode bien al proceso de cuatricromía, se imprime como un color independiente, por lo general empleando una tinta referencia Pantone. Se necesitan colores especiales cuando las empresas o las marcas emplean un color “de la casa”, que debe ser constante en toda la gama de artículos impresos.

#### ELECCIÓN DE LOS COLORES

Para elegir los colores del documento debe decidirse si se va a imprimir con tintas planas, con cuatricromía o con ambos tipos.



■ Trama de medios tonos configurada en rosetas. Cuando los ángulos de trama utilizados en la impresión están bien registrados, el resultado suele ser un patrón de puntos de trama con estructura de rosetas.

Los colores en cuatricromía incluyen las cuatro tintas de impresión CMYK, y las tintas planas o directas son las tintas de impresión especiales premezcladas. Estas últimas existen una gran variedad de colores y suelen identificarse por el modelo de color Pantone.

Las tintas planas se utilizan:

- Para los impresos con sólo uno o dos colores
- Para los textos de color, no negros
- En aquellos casos en que un determinado color debe ser idéntico al de muestra, por ejemplo, en elementos corporativos y fondos de color.

La cuatricromías se utilizan:

- Para imprimir imágenes de color
- Cuando se utilizan más de dos colores.

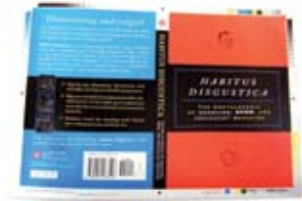
Las cuatricromías y las tintas planas se utilizan conjuntamente:

- Para lograr determinados efectos de diseño mediante una o más tintas planas en una imagen que, por lo demás, requiere cuatricromía.

Para lograr ciertos colores especiales (por ejemplo, el color oro o la plata, un color fluorescente, etc.) que requiere tintas planas porque no se puede obtener con la combinación de cuatricromía. Para los casos en los que es importante que un cierto color quede idéntico a la muestra (por ejemplo, en logotipos y fondos de color).

#### PRUEBAS

El objetivo de estas pruebas es asegurar que todo el trabajo de preimpresión esté bien hecho, y facilita una última oportunidad de corrección, previa a la producción de las planchas. También sirven de guía al impresor respecto a las expectativas del cliente sobre el resultado de la impresión. Las pruebas se confeccionan utilizando



■ Las pruebas físicas son herramientas vitales para comprobar que texto e imágenes se reproducirán de la forma deseada en la impresión, así como para detectar cualquier posible error.



■ Pruebas en red.



■ Esquema de imposición. Para saber el lugar que cada página tiene que ocupar en el pliego de impresión se utiliza un esquema de imposición



■ Desplazamiento. Es cuando las páginas son empujadas hacia fuera cuasando un desplazamiento del área de la imagen, esto se compensa en la imposición mediante el desplazamiento gradual de la caja de impresión de las páginas en relación al medianil

técnicas especializadas y, a menudo, pueden simular el impreso acabado. Hay dos categorías de pruebas: analógicas y digitales. Las pruebas analógicas se hacen a partir de las películas que luego se utilizarán para la confección de las planchas. Las pruebas digitales, en cambio, se confeccionan antes de la película, imprimiendo el archivo definitivo del arte final en impresoras de color de muy alta calidad. Ambos proporcionan una buena muestra de lo que será el producto final impreso, en cuanto a calidad y color.

### IMPOSICIÓN

La máquina de imprimir es la unidad de mayor costo de todo el proceso de producción gráfica. Por ello debe minimizarse su tiempo de utilización, empleando pliegos de papel tan grande como sea posible. Cuando se imprimen documentos de varias páginas, éstas se colocan en el pliego de modo que se obtenga el mayor aprovechamiento posible del papel. Después de imprimir, el pliego es doblado y cortado, dando lugar a varias hojas más pequeñas. Las páginas deben ser colocadas en el pliego de impresión de una manera especial, de tal modo que después del plegado y cortado cada página ocupe el lugar que le corresponde en relación con las demás. La colocación de las páginas de una manera correcta y su ajuste para el proceso de postimpresión se denomina imposición.

La imposición puede ser manual o digital. En la imposición manual se utilizan películas (fotolitos) individuales para cada página (cada página del producto impreso se imprime en una película separada). Las páginas deben colocarse siguiendo un esquema de imposición y montado sobre un soporte de película transparente. En la imposición digital la distribución e imposición de las páginas se realiza en un programa de impresión en el ordenador. Este montaje digital se imprime en una filmadora que puede imprimir formatos grandes, obteniendo la película impuesta.

La imposición está directamente condicionada por el formato del papel utilizado, por su dirección de fibra y por el tipo de

acabados que deberá hacerse. El formato de pliego de impresión puede, a su vez, verse limitado por el máximo admitido por las páginas, al mismo tiempo que existe la necesidad de reducir las puestas a punto de las máquinas incluso en la postimpresión. Los bordes de las pinzas y los recortes obligados por las operaciones de postimpresión afectan también a la imposición.

El borde de la pinza es el espacio adicional que se deja entre el área impresa y el borde del pliego para que las máquinas de impresión o de postimpresión puedan desplazarlo y sujetarlo. El sitio ocupado por el borde de las pinzas se tiene en cuenta en la tarea de imposición y suele ser marcado en el esquema.

#### Tipos de imposición

*Imposición múltiple.* Según la cantidad de copias del producto que se coloquen en la misma cara de un pliego, la imposición se denomina *2-Up*, *3-Up* o *4-Up*. Estas imposiciones se utilizan más frecuentemente si el producto sólo tiene una o dos páginas impresas.

*Imposición normal en hojas.* Es el tipo de imposición más común. Para cada cara del pliego debe hacerse su propia puesta de punto (dos puestas a punto por hoja). La cara del pliego que contiene la primera y la última página (si el impreso tiene cuatro páginas o más) se denomina blanco o primera forma. La cara que contiene la página 2 y la penúltima página se denomina forma interior.

*2-Set.* Denominado también *2-Up* o *2-On* (llamado así porque se hacen dos impresiones en un pliego), se basa en una situación en la que el pliego tiene espacio suficiente para al menos contener dos veces las páginas del producto que se quiere imprimir. En este método, se coloca la primera forma en una de las mitades del pliego y en una forma interior sobre la otra mitad. Después de terminada la impresión, se voltean los pliegos siguiendo un eje de simetría, y sin cambiar las planchas, se imprime en el dorso. De esa manera, las dos caras del pliego se han impreso con una sola plancha por tinta y, por lo tanto con una sola puesta a punto.



■ Gang-Up. Muestra de una imposición 2-Up y una 4-Up



■ Tiro y retiro.

*Tiro retiro.* Igual que en, la técnica 2-Set, pero en este caso, las pinzas de la máquina cogen el pliego en el mismo borde de pinzas para la impresión de ambas caras, lo cual facilita el registro entre las mismas, a diferencia de lo que sucede en la variante volteo, que necesita un borde pinzas en la cabeza y en el pie del pliego.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64
65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96

■ Distribución del color de un libro que alterna dobles páginas de un solo color.

## 1.5.1 Papel

Las características del papel son de vital importancia en el resultado final de la impresión, por eso es conveniente elegirlo lo antes posible, preferentemente antes de empezar a trabajar con el original digital. De esta forma, se podrán realizar todos los ajustes necesarios, de acuerdo con las características del papel que se ha seleccionado, optimizando así la calidad del producto final. La elección del papel influye, por ejemplo, en la legibilidad, la calidad de texto e imágenes, la producción del arte final, las ediciones, la calidad de la impresión, los acabados y la estabilidad del producto impreso.

### GRAMAJE

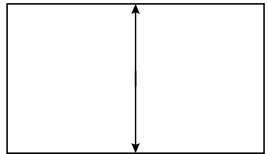
El peso en gramos por un metro cuadrado de papel ( $g/m^2$ ) se denomina gramaje o peso base, y es la medida más común para definir el peso de un papel. Cuando se habla de un papel de 80 gramos, se está indicando que ese papel pesa 80 gramos por metro cuadrado, o sea, que se habla del peso de una hoja de A0.

### DIRECCIÓN DE FIBRA

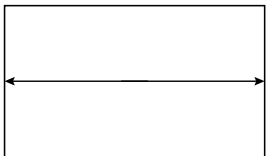
Cuando se fabrica el papel, las fibras se orientan mayoritariamente en la dirección de la banda de papel (o, lo que es lo mismo, dirección de máquina o dirección de fabricación). Esta orientación suele llamarse dirección de fibra (*grain direction*) del papel. La mayoría de las fibras están orientadas en una dirección, y es más difícil doblar el papel en esa dirección. Este hecho permite deducir cuál es la dirección de fibra de cualquier papel.

Para ello se corta un papel en forma de cuadrado y se coloca sobre una mesa, de manera que sobresalga del borde misma (primero en un sentido y luego girándola  $90^\circ$ ); el sentido del papel que más se arquea es transversal a la dirección de la fibra. También se puede descubrir, cuál es la dirección de fibra de un papel apretando fuertemente el borde de una hoja entre la yema de un dedo y una uña y deslizándolos a lo largo de dos bordes consecutivos: el borde que queda más ondulado es transversal a la dirección de fibra.

Para determinadas técnicas de impresión, la dirección de las fibras del papel tiene gran importancia. El comportamiento del mismo en la máquina de impresión empeora si encuentra dificultad para arquearse y seguir el recorrido que debe hacer a través de la máquina. Por eso se requiere el uso de un papel cuya dirección de fibra sea transversal, perpendicular a la dirección de alimentación y avance en la máquina de imprimir. También es importante que la dirección sea la adecuada en el momento de plegado del papel.



■ Fibra corta que recorre el papel de arriba hacia abajo



■ Fibra larga que recorre el papel de lado a lado



■ Dirección de fibra. Se puede ver cuál es la dirección de fibra de una hoja de papel colocándola sobre el borde de una mesa: el sentido del papel que más se arquea es transversal a la dirección de la fibra.



### CLASIFICACIÓN DEL PAPEL

El papel se puede clasificar de acuerdo con los siguientes criterios: por el tipo de superficie que presente, por la composición de la pasta a partir de la cual se ha elaborado y por su gramaje.

#### *Papel estucado y no estucado*

Los impresores normalmente distinguen entre papel estucado (*coated*) y no estucado (*uncoated*). El papel estucado puede, a su vez clasificarse en diversas categorías en función del grado de estucado que posea: ligero, medio o altamente estucado (o papel arte). Además, este tipo de papel puede tratarse para que sea mate o brillante. El papel estucado suele destinarse a la impresión de folletos, libros de arte y revistas. La mayoría de los papeles no estucados se someten al encolado de superficie para mejorar su resistencia, y se utilizan, por ejemplo, para papelería o para la edición de libros de bolsillo.

#### *Papel sin pasta mecánica, con pasta mecánica, papel reciclado y de trapo*

Esta clasificación se basa fundamentalmente en la composición de la pasta del papel y está perdiendo importancia en la producción gráfica actual. Los papeles con más de un 10% de pasta mecánica tienen menor longevidad, resistencia y blancura. En cambio, son más opacos, tiene mayor volumen específico y son generalmente más baratos que los papeles con menos de un 10% de pasta mecánica.

El incremento de la demanda de papel de fibra reciclada ha contribuido a que actualmente existan diferentes tipos de papeles de calidad elaborados a base de papel reciclado. La composición de muchos es de un 50, 75 o, incluso, un 100% de fibra recuperada. Cuando en la composición del papel existe por los menos un 25% de fibra de algodón, éste se denomina papel de trapo (*rag paper*).

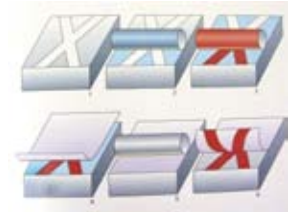
Se caracteriza por su alta resistencia y una blandura agradable y resulta adecuado para ciertos tipos de impresión especiales, como por ejemplo el laminado.

#### *Mate/seda o calandrado*

Tanto los papeles estucados como los no estucados pueden ser satinados, calandrados o mate. También se han desarrollado papeles estucados mate de textura especial, llamados papeles de seda. Tienen la ventaja de que su superficie es uniforme pero sin reflejos y permiten combinar una buena legibilidad y una buena calidad de imágenes.

#### *Papel o cartón/cartulina*

El cartón es un producto papelerero rígido. Los fabricantes de papel suelen definir el cartón como un papel cuyo gramaje supera los 170 g/m<sup>2</sup>. A la variante del cartón se denomina cartón fino (cartulina). Este tipo de cartón se produce del mismo modo que el papel. Hay dos tipos de cartón: multicapas y sólido. La mayoría de los cartones multicapas están compuestos por varias capas que contienen distintos tipos de pastas. El cartón sólido también está formado por varias capas, pero todas ellas del mismo tipo de pasta.

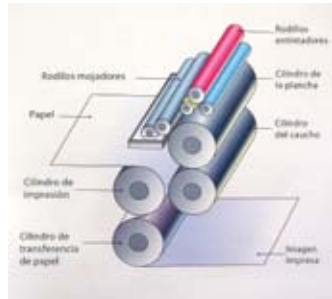


■ **Litografía.** Es un sistema de impresión planográfico basado en el principio del rechazo mutuo entre las sustancias grasas y el agua. El área de imagen de la plancha se trata con un medio graso (1), la plancha se moja primero con un rodillo (2) y después se entinta (3). La tinta se adhiere a la imagen grasa pero no en las zonas húmedas. Se dirige el papel hacia la plancha (4) y después plancha y papel se presionan en la prensa (5) y se obtiene la página impresa (6).

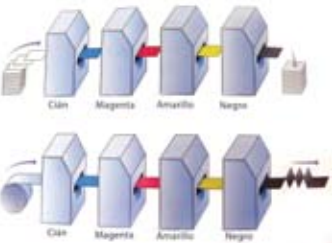
## Diferentes tipos de impresión y acabados 1.5.2

### LITOGRAFÍA/OFFSET

Es el proceso de impresión predominante hoy día, y se usa para un amplia variedad de productos, desde membretes a embalajes



■ Litografía offset. Se basa en el principio de la impresión planográfica.



■ Alimentación por hojas o por bobinas.



■ Prensa de huecograbado alimentada por bobina.

pasando por libros y revistas. Sin embargo, la impresión digital se está desarrollando de forma muy rápida e irá sustituyendo al Offset en los trabajos de ediciones cortas.

### El principio de la litografía Offset

Cuando se emplea la litografía, en la gran mayoría de los casos se trata de la litografía Offset. Esto significa que la imagen entintada en la plancha metálica se imprime indirectamente (Offset) sobre una mantilla de caucho enrollada alrededor de un cilindro metálico rotatorio y luego se transfiere de la mantilla al papel. Otra ventaja del principio Offset es que el contacto del papel con el agua es menor que en la litografía directa. Además la mantilla se adapta a las irregularidades de la superficie, lo que facilita la impresión sobre una amplia variedad de superficies, incluyen latas y cajas de metal.

### Solución de mojado

Para que la tinta no se adhiera a las áreas no impresoras de la plancha, ésta se humedece con una delgada película de mojado antes de aplicarle tinta. Pero la tensión superficial del agua no le permitirá cubrir de forma uniforme toda la superficie, pues en estado puro tiende a generar pequeñas gotas separadas; para evitarlo, se reduce la tensión superficial añadiendo alcohol.

### Offset sin agua

La impresión Offset sin agua funciona en principio de la misma manera que la impresión Offset en agua. Se utiliza una capa de silicona en lugar de agua para diferenciar las áreas de la plancha impresoras de las no impresoras. Se requieren entonces planchas especiales, recubiertas con esa capa de silicona. Al exponer y revelar una plancha de este tipo, la silicona se desprende de las áreas expuestas, dejando al descubierto las áreas impresoras.

### Ventajas

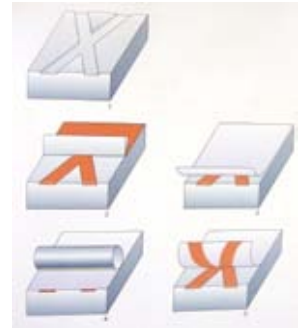
- Buena reproducción del detalle en fotografías
- Superficie de impresión barata
- Puesta a punto rápida
- La mantilla de caucho permite el uso de una amplia variedad de papeles

### Desventajas

- Variación de color por problemas en el equilibrio tinta/agua.
- El sistema de mojado puede causar estiramiento del papel u ondulamiento tras la encuadernación
- Dificultad para conseguir una buena cobertura de las áreas densas de tinta
- El límite de impresión fijo de las bobinas restringe la variedad de tamaños

### HUECOGRABADO

En el huecograbado, la imagen a imprimir está hundida en la plancha o cilindro, en lugar de ser plana, como la litografía, o en relieve, como la impresión tipográfica. La imagen está formada por celdas grabadas en una plancha recubierta de cobre o cilindro. En la máquina de huecograbado, estas celdas se rellenan con tinta líquida. Las celdas varían en profundidad, de manera que depositan la cantidad de tinta adecuada en cada parte de la imagen impresa. Una cuchilla pasa raspando a lo largo de la superficie de la plancha o cilindro para llevarse los excesos de tinta. El papel es alimentado a través de la prensa mediante un cilindro recubierto de goma que presiona el papel contra las celdas empotradas para que recojan las gotas de tinta que forma la imagen. Se utiliza principalmente en las ediciones largas como por ejemplo en revistas, catálogos y suplementos de color, también en algunos tipos de embalaje, papel celofán, laminados decorativos y papel pintado.



■ Huecograbado. En este procedimiento, la imagen a imprimir se tiene que grabar en el cilindro de impresión (1). Un rodillo aplica la tinta y una chuchilla fina y flexible limpia los excesos de tinta de la zona de no imagen a lo largo del cilindro (2). Luego el papel se sitúa sobre el cilindro (3) y se presiona contra este por medio de un rodillo recubierto de goma (4). La presión empuja el papel hacia las incisiones del cilindro de manera que recoja la tinta que forma la imagen. Al final se retira el impreso acabado (5).





■ Impresión con malla de seda. En su forma más sencilla emplea un cliché. La imagen se corta en la malla y el área de impresión se despega. Una fina grasa, estirada sobre un borde de madera, forma el marco (1). El cliché se transfiere luego a la parte inferior del marco mediante calor y la parte protectora del dorso del cliché también se despega, protegiendo las áreas de no imagen de forma que no se impriman (2). El papel se coloca bajo la malla (3). Se aplica tinta por encima y se extiende con una raqueta (4). La tinta pasa a través de la malla en las áreas donde el cliché se ha cortado para producir la imagen (5).

La tinta es muy clara y, al ser a base de alcohol, se seca por evaporación en un túnel de secado caliente inmediatamente después de la impresión.

#### Ventajas

- Método simple de impresión y mecanismo de prensa sencillo
- Puede mantener la coherencia del color
- Alta velocidad
- Secado sencillo por evaporación
- Buenos resultados sobre papeles baratos
- Sin límite de impresión fijo (como en el Offset por bobina)

#### Desventajas

- Elevado coste de los cilindros
- Viable sólo para las ediciones largas (150,000 o más)
- Tiempos de producción más largos que en Offset
- Elevado costo de las pruebas, si son necesarias
- Elevado costo de las correcciones en reimpressiones, ya que hay que reemplazar el cilindro

### SERIGRAFÍA

Un tejido cortado a mano u obtenido digital o fotográficamente, se sitúa sobre una malla de fibra sintética (por ejemplo, nailon o poliéster) o metal. Originalmente era de seda, de ahí el nombre de serigrafía. La malla se tensa sobre un marco de madera o metal, y la tinta se expande a través de la malla por medio de una regleta de goma que aprieta la tinta a través de la malla hacia las áreas de imagen. El tejido evita que la tinta vaya a las zonas de no imagen. Los distintos tipos de tejido normalmente se diferencian por el espesor de la banda, su grado de impermeabilización y el tamaño de su superficie de impresión. Dependiendo del material que sea. Si se clasifica por su estructura, el tejido lo determina, el diámetro de los hilos, la densidad del tejido y la superficie.

Se utiliza para imprimir, teóricamente, sobre cualquier material: madera, tejido, vidrio, plástico y metal.

#### Ventajas

- Puede imprimir una gruesa capa de tinta
- Económica para tiradas cortas (incluso por debajo de 100)
- Puede imprimir sobre prácticamente cualquier material

#### Desventajas

- Dificultad para conseguir un detalle preciso
- Tramas muy bajas de semitonos
- Baja calidad de salida
- Requerimientos de secado



■ Sistema láser de copiado de la imagen para electrofotografía. Se da una carga positiva de electricidad estática a un tambor fotoconductor; la imagen digital se proyecta sobre la superficie del tambor; la carga positiva permanece en las áreas de imagen, pero se eliminan de las áreas de no imagen por medio de la luz reflejada.

### IMPRESIÓN DIGITAL

A diferencia de la mayoría de sistemas de impresión, en este caso no se requiere películas ni plancha. Desde un archivo digital se transfiere directamente la imagen de forma digital al dispositivo de impresión. El hecho de prescindir de la plancha de impresión reduce la inversión inicial, aunque el costo por copia es más elevado, por que tanto el papel como los tóner son más caros que en el Offset convencional.

#### Ventajas

- Económico para tiradas cortas (500 o menos)
- Permite personalizar los datos
- No hay costos de películas o planchas
- Tiempos de producción más cortos
- Posibilita la impresión de grandes formatos mediante chorros de tinta

#### Desventajas

- La calidad de las primeras máquinas era inferior al Offset, pero las últimas las han igualado
- Consumibles (tóner/papel) más caros que el Offset

- Velocidad de impresión más lenta
- Normalmente sólo disponibles para hojas pequeñas o tamaños de rollo (aunque las impresoras de chorro de tinta de gran formato pueden imprimir póster y material de exposición)
- La mayoría de prensas no pueden imprimir colores especiales

### OTROS TIPOS DE IMPRESIÓN

**Impresión en tipografía.** Es un proceso en relieve, es decir, que la superficie de impresión que contiene la imagen a imprimir se sitúa por encima del fondo, que no imprime. Esta superficie elevada se entinta mediante rodillos y después se presiona para obtener la impresión.

**Flexografía.** Este proceso deriva de la impresión en tipografía y utiliza planchas flexibles de ftopolímico y tintas fluidas y claras (actualmente más a base de agua que de alcohol) que se secan por evaporación. La imagen está elevada como las formas convencionales de impresión tipográfica. Se usa principalmente para embalajes (impresión en celofán, láminas de plástico o metal). De hecho se puede imprimir sobre cualquier material que pase por la prensa; también se usa para imprimir revistas y cómics baratos, así como periódicos locales o nacionales.

**Colotipia.** Este proceso (también conocido como fotogelatina) es, como la litografía un proceso planográfico. La imagen está contenida una película de gelatina fotosensibilizada con un tratamiento de bicromato de amonio. La gelatina se extiende como una película sobre una gruesa hoja de plancha de cristal, se pone en contacto con un negativo fotográfico y se expone a la luz. Luego la gelatina se endurece. Como en la litografía, el proceso se basa en el principio por lo que lo graso rechaza el agua.

**Estampado en relieve y grabado en cobre.** Se trata como el huecograbado, de procesos de grabado. Una plancha de acero o

cobre se graba a mano mediante técnicas digitales o fotográficas para crear una imagen empotrada. La tinta se deposita en las incisiones de esta matriz “hembra” y una matriz “macho” de cartulina o plástico (previamente obtenida de la matriz “hembra” por presión) presiona el papel contra la matriz de forma que la tinta deposita simultáneamente y se crea un efecto de bajo relieve. El papel o cartulina se levanta en el área de imagen y queda marcado por la parte posterior.

**Termografía.** En este proceso, la imagen se imprime primero de forma convencional mediante impresión tipográfica u Offset usando una tinta adhesiva. La imagen entintada se recubre luego con una resina (termoplástica) en polvo y el exceso se retira (de las áreas de no imagen). Las hojas o cartulinas impresas se exponen al calor de manera que la resina termoplástica se funde con la tinta formando una fuerte imagen con relieve.

### ACABADOS

Los manipulados (encuadernación y acabados) pueden garantizar un producto idóneo para un uso determinado o, por el contrario, pueden dar lugar a un libro de difícil manejo y durabilidad inferior a lo deseado.

En algún momento del proceso del artículo impreso ha de pasar por la operación de corte, ya sea antes de su impresión para que las láminas de papel se ajusten a las medidas de la prensa, o en el proceso de acabado para darle un acabo perfecto. Si el papel viene en rollos o bobinas se usará una cortadora de bobinas; en cambio, si se parte de un papel ya cortado en hojas, se usa una guillotina.

**Plegado**  
El plegado es una técnica utilizada para crear un conjunto de páginas individuales de menor tamaño que la hoja impresa. Hay



■ Plegadora de bolsa.

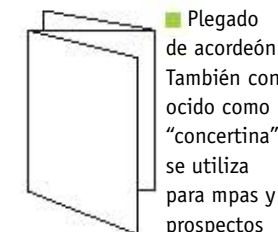


■ Plegadora de cuchillas.

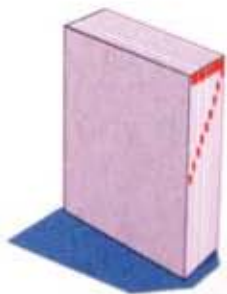
■ Impresión en tipografía. Las áreas de imagen de la impresión en tipografía corresponden a los tipos y grabados elevados, mientras que las áreas de no imagen están empotradas de forma que no entran en contacto con la tinta. Se entinta la plancha (1) con un rodillo (2). Se coloca el papel sobre la superficie entintada (3) y se presiona con un cilindro de impresión contra la imagen (4). El resultado es la imagen impresa en el papel (5).



■ Plegado francés. Usado habitualmente en tarjetas de felicitación.



■ Plegado de acordeón. También conocido como “concertina”, se utiliza para mpas y prospectos publicitarios.



■ **Marcas de alzado.** Son aquellas marcas, por lo general en forma de trazos, que se colocan durante la labor de imposición, para después poder comprobar que no falta ningún pliego.



■ **Pliegos insertados.** Los pliegos se insertan uno dentro de otro. Este método se utiliza, por ejemplo, en el grapado.



■ **Pliegos alzados.** Los pliegos se colocan ordenadamente uno al lado de otro, formando así un conjunto. Este método se usa para productos que después serán fresados o cosidos con hilo

varios métodos de plegado, los dos principales son: el plegado paralelo y el plegado en cruz.

En el plegado paralelo, como su nombre lo indica, todos los pliegues son paralelos entre sí, y se suele utilizar para impresos que no precisan una encuadernación posterior, como folletos o dípticos. En cambio, para productos como libros o revistas se utiliza el plegado en cruz, donde cada pliego se hace en ángulo respecto al anterior. De esta manera se consigue un cuadernillo en el que las páginas están colocadas en su orden. También se pueden combinar ambos métodos. Existen otro método de plegado, el plegado en bolsa, una técnica para la que generalmente se utilizan máquinas de plegado sencillas, es el método común para el Offset de hojas.

#### *Alzado*

Una vez plegado todo el producto se procede al alzado. En caso de que el acabado final sea grapado, los pliegos se insertan uno dentro de otro en su orden correcto. Cuando el producto va a ser fresado o cosido, los pliegos se colocan uno a continuación de otro. Para comprobar el orden correcto se imprimen unas marcas en el exterior del lomo de cada pliego.

#### *Hendido*

Cuando el gramaje del papel supera los 200 g/m<sup>2</sup>, éste suele ser muy difícil de doblar. Para evitar plegados defectuosos se practica el hendido antes del plegado, que es una especie de bisagra que se hace para obtener un plegado limpio. El hendido en el papel a menudo se realiza con la ayuda de un fleje fino de acero, presionando a lo largo de la línea de plegado.

### **ENCUADERNACIÓN**

La encuadernación consiste en la sujeción de varias hojas impresas y su unión con la cubierta de modo que formen una

sola unidad, y sea un folleto, una revista o un libro. Las técnicas de encuadernación más corrientes son el grapado metálico, el fresado, el cosido y la encuadernación en espiral.

### **GRAPADO METÁLICO**

En la encuadernación profesional, existen básicamente dos tipos de cosido metálico: el grapado lateral o plano, en el cual las grapas se colocan en lado izquierdo o una de las esquinas de la página, y el grapado en lomo, en el que las grapas se colocan en el lomo del producto final.

#### *Grapado lateral*

El grapado lateral, o grapado plano, es un método de encuadernación que normalmente se utiliza en proyectos sencillos, como pueden ser las publicaciones internas de una empresa.

#### *Grapado por el lomo*

El grapado por el lomo (o en caballete) se utiliza con hojas plegadas e insertadas. El número de hojas del cuadernillo debe ser limitado, para evitar tanto el desplazamiento de cada página como que se desmonte fácilmente la publicación.

### **FRESADO**

Cuando un producto impreso contiene demasiadas páginas para emplear el grapado metálico, se puede utilizar el fresado. Este tipo de encuadernación reúne las hojas, una vez plegadas y alzadas, en un solo paquete. Éste, a su vez, es fresado entre uno y tres milímetros en el lomo. Es importante tener en cuenta que el margen blanco en el centro se reducirá y las imágenes que estén colocadas aquí deben ir a sangre. Luego se aplica una capa fina de cola para poder encolar el cuerpo a la cubierta. Para el fresado son preferibles los papeles no estucados con un cierto grosor a los



■ Grapado lateral



■ Grapado por lomo

papeles estucados con acabados brillantes o barnizados, porque la cola necesita una cierta penetración para asegurar la adherencia.

Para la encuadernación en tapa rústica o tapa blanda se encola el lomo de la tripa directamente a la cubierta. En los libros de tapa dura también emplean este tipo de encuadernación, en este caso forrando el cuerpo y las guardas con una tira de papel que sirve de refuerzo. También hay otro método de encuadernación encolada, en los cuales el lomo no se fresa sino que se introduce la cola en unos agujeros en el lomo de los pliegos.

### COSIDO

El cosido es el método tradicional utilizado para la encuadernación de libros. Las hojas plegadas son alzadas y se unen mediante el cosido con hilo. Como en otros métodos, es importante que la dirección de la fibra sea paralela al lomo, para asegurar una buena resistencia del producto final.

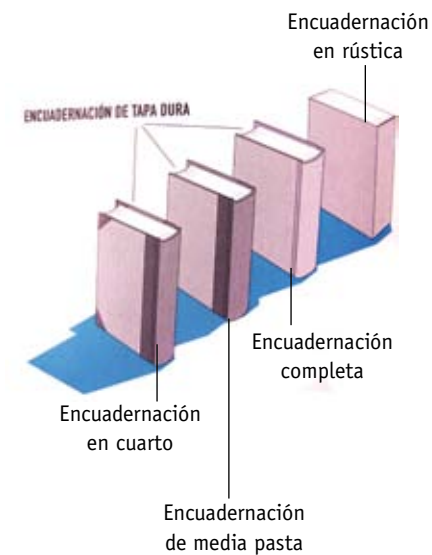
### TERMOCOSIDO

El termocosido es una técnica combinada de cosido y encolado que se usa con libros de tapa blanda. Su costo es un término medio entre las técnicas de encolado y cosido. El cosido se realiza en una máquina de cosé especial. Cuando cada pliego ha sido plegado, unas agujas traspasan el lomo del cuadernillo con un hilo de plástico que funde por efecto de calor; al fundirse, los extremos de los hilos se adhieren al cuadernillo. Cuando los cuadernillos están cosidos, son alzados y encolados en una máquina de encuadernación encolada, sin necesidad de fresar el lomo. Al hojearlo, el producto final da la impresión de estar cosido.

### ENCUADERNACIÓN EN TAPA DURA

La encuadernación en tapa dura puede realizarse de diferentes formas, dependiendo de la exclusividad que se quiera dar al producto. La tapa siempre se confecciona con tres trozos de cartón, el plano delantero,

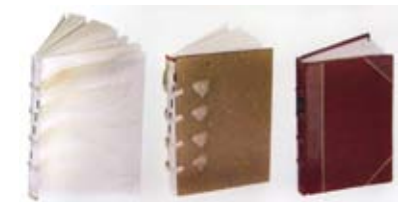
el plano trasero y el lomo. En caso de lomo recto (o plano) este trozo de cartón es del mismo grosor que el de los dos planos. Para la tapa de lomo redondo se utiliza una cartulina más fina pero muy resistente. Estos tres trozos de cartón se cubren con lo que se llama forro de la tapa, que puede consistir en un papel impreso, tela u otro tipo de material.



1 Doblar las hojas

2 Alzado

3 Cosido



4 Corte o guillotinado

5 Encolado

6 Pegado

Otros tipos de acabados

**Laminado.** Mediante el laminado, las hojas impresas se recubren con una película de plástico. Su finalidad es proporcionar una mejor protección contra la suciedad, la humedad y la fricción, aunque también se lleva a cabo por razones estéticas. Existen variantes de laminado brillantes, mates, con relieve y con textura.

**Barnizado.** El barnizado es una técnica utilizada para abrillantar la superficie de un producto impreso. Al contrario que la laminación, el barnizado no proporciona mayor protección contra la suciedad y la fricción, sino que tiene principalmente una función estética. El barnizado puede ser UV o puede aplicarse selectivamente en determinadas partes del producto.

**Taladrado.** En el proceso de post impresión el papel se taladra para poder ponerlo en carpetas o archivadores con anillos.

**Troquelado.** El troquelado se emplea para lograr diferentes siluetas de papel o cartón, o sea, para crear formas no rectas o irregulares. La matriz de troquelado o molde de corte (denominado troquel) se produce especialmente para la forma deseada.

**Perforado.** El perforado se usa básicamente para marcar una parte precortada, que al mismo tiempo sirve de referencia de las partes que se han de separar.



■ Troquelado



■ Perforado



■ Laminado

## Capítulo II

# El libro



**E**l libro, medio y forma preciso y perfecta por los cuales el pensamiento humano a través de la escritura se conserva y transmite entre los hombres, es a la vez defensa y amenaza. Defensa de la inteligencia, del espíritu, de la capacidad de los seres racionales para expresar su pensamiento, sus ideas preñadas de emociones y de su mundo circundante. Amenaza para quien trata de limitar el pensamiento y su expresión para quien teme el enjuiciamiento de una conducta reprobable o la condenación de intereses tontos. Defensa del hombre en su calidad esencial y amenaza contra quien o quienes por cualquier razón se oponen al desarrollo completo e integral de las cualidades humanas.

Muchas persecuciones se han desatado contra el libro, que es pensamiento no muerto, sino vivo y actuante. La materia en que ese pensamiento está materializado, impreso, podrá ser destruida, mas él permanecerá vivo; ejercerá su acción transformadora, pues el pensar significa engendrar ideas nuevas como modificar las ya existentes. Piedra, madera, papiro, pergamino, papel, película, cinta electrónica son materiales vulnerables en los que se encierran conceptos espirituales e intelectuales indestructibles que pueden vivir y expandirse, como lo hicieron durante varios siglos.

Los nuevos inventos no serán otra cosa sino medios diversos de transmitir el pensamiento de uno a muchos, pero no será el medio de expresión el que valga, pese a sus perfecciones técnicas y alcance como medios difusores, sino el pensamiento humano, antiguo o reciente, que contenga.

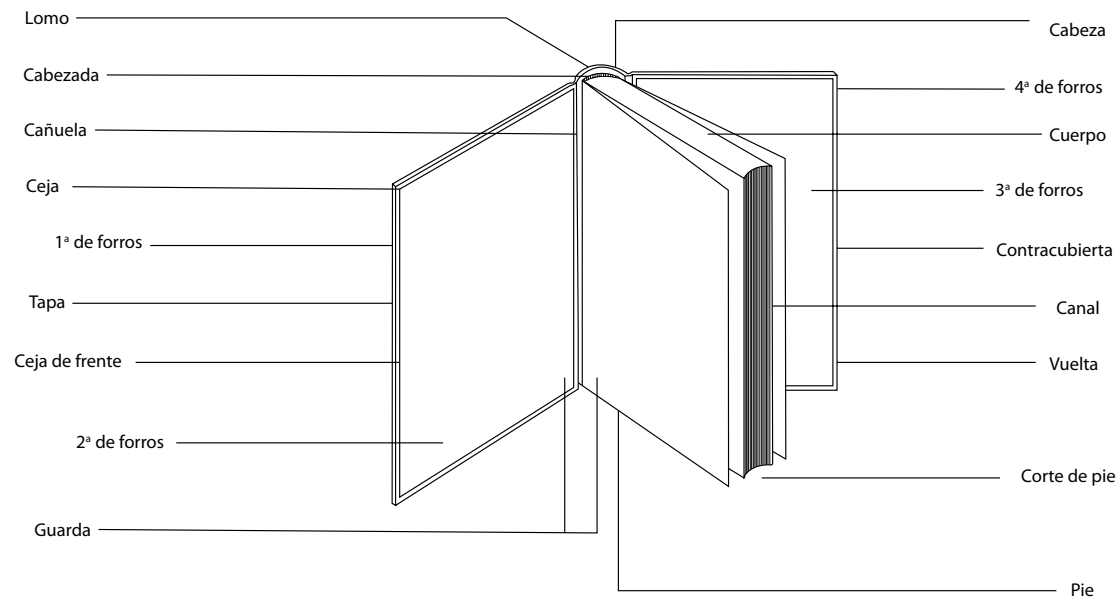
Un pensamiento surgido y expresado, una idea expuesta en circulación lleva en sí tal peso que puede transformar a la sociedad entera, y su paternidad en muchas ocasiones no es aplicable a una persona en particular y concreto, sino a una colectividad completa, a una cultura.

Las ideas en los libros han tratado de utilizarse con muy diversos fines: religiosos, políticos, económicos, sociales, estéticos, de acuerdo con las peculiares circunstancias en que se

dan. Independientemente de esa utilización, el libro al convertirse en un objeto lucrativo, con la aparición de la imprenta desde el siglo XV y principalmente con el empleo de procedimientos técnicos de gran valor y eficacia para su multiplicación y distribución, ha llegado a convertirse en un engendrado de bienes económicos, de riqueza.

Entre el autor y el lector, a quien van dirigidas sus ideas, se encuentra el editor, que es quien hace posible la publicación de una obra, en tanto cuenta con los medios necesarios para imprimirla y ponerla en circulación. Desde que el libro comenzó a engendrar frutos económicos la presencia del editor se impuso, y hoy el editor representa un factor importante en la producción de libros.

## 2.1 Partes de un libro



**1. lomo** sección de la cubierta que cubre la tripa.

**2. cabezada** estrecha banda de tela sujeta a los cuadernillos; suele ser de color y complementa el cosido de la cubierta.

**3. cañuela** hendidura a lo largo de la guarda.

**4. ceja** pequeña pestaña protectora en la parte superior y en la inferior creada con la tapa y la cubierta, y es más grande que las hojas del libro.

**5. tapa** papel grueso o cartón que protege la tripa; lleva impreso el nombre del autor y el título del libro.

**6. ceja de frente** pequeña pestaña protectora en el canto del libro creada con la tapa y el lomo.

**7. guarda** hojas de papel grueso utilizadas para cubrir la parte interior de la tapa como apoyo para la bisagra.

**8. cabeza** parte superior del libro.

**9. cuerpo** láminas individuales de papel o vitela, de dos caras.

**10. contracubierta** tapa posterior.

**11. canal** parte delantera del libro.

**12. vuelta** borde de papel o tela doblado desde el exterior hacia el interior de las tapas.

**13. corte de pie** parte inferior del libro.

**14. pie** parte inferior del libro.

\*

## El medio editorial 2.2

Si se quiere emprender un negocio editorial, es necesario observar tres principios básicos. Si se cumple con ellos, se estará encaminando hacia el éxito. Si se descuidan, es muy probable que esos esfuerzos fracasen. Estos tres factores clave son C<sup>3</sup>, o sea: compromiso, continuidad y credibilidad. Cuando una editorial es creíble, puede lograr mucho más que cuando sólo mantiene una continuidad en sus actividades o cuando simplemente se compromete con un objetivo. Sin embargo, sin continuidad y sin compromiso, la credibilidad es imposible de alcanzar.<sup>8</sup>

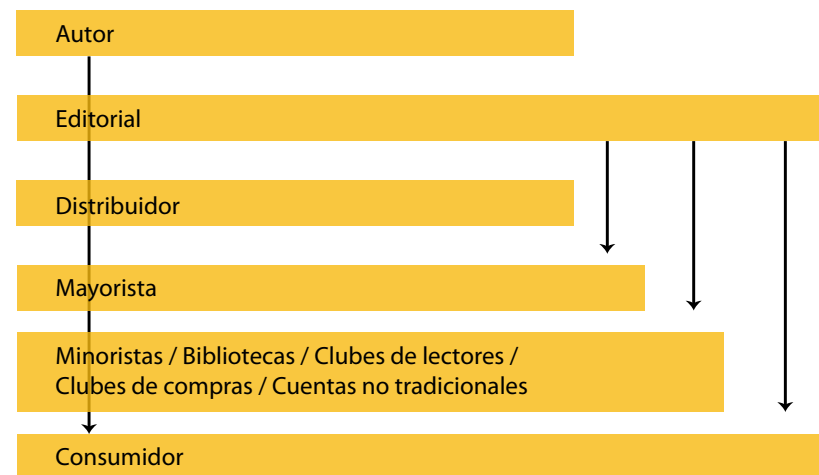
Antes de que se ponga en marcha un negocio editorial, se deberá estar dispuesto a enfrentar momentos difíciles, desde las complicaciones propias de los comienzos hasta continuas crisis diarias. Cualquiera que sea el tipo de editorial que se planea establecer, la continuidad es fundamental. Cada tipo de publicación se rige de acuerdo con sus propias temporadas anuales, que, como editor, se deberá tener en cuenta y respetar si se desea lograr un reconocimiento en esa comunidad en particular. De nada sirve publicar libros cuando no son requeridos o cuando sus probabilidades de éxito son menores. Esto es válido tanto si se trata de una editorial comercial, que debe tener sus libros listos para navidad, o como si se trata de una editorial académica, cuyos libros deben estar publicados a tiempo para el periodo escolar. Lo importante no es la cantidad de nuevas publicaciones, sino la calidad y la regularidad con las que se publica. Con continuidad, logrará credibilidad.

La credibilidad es el ingrediente necesario que tanto las editoriales grandes como las pequeñas se esfuerzan en conseguir pero que resulta especialmente difícil de alcanzar. La credibilidad

8. Editar para ganar. Estrategias de administración editorial. Thomas Woll. Edit. FCE. México 2003

\*Tomado del libro; *Creación, diseño y producción de libros*. Andrew Haslam. Edit. Blume. Barcelona, España 2007.

puede ser definida brevemente como hacer lo que se dice que se hará, en el momento en el que se dice que se hará. Requiere honestidad, apertura y una actitud justa en el trato con la gente. Para discernir cuán íntimamente relacionados están el compromiso, la continuidad y la credibilidad, es necesario conocer el medio editorial en el que toda editorial funciona. En términos gráficos, los pasos involucrados en la publicación de un libro son los siguientes:



En su definición más simple, la esencia del proceso de edición de un libro consiste en generar ganancias a partir de la difusión de información. La idea es producir libros a través de un proceso continuo que comienza en el autor, pasando por la editorial, así como por algunas organizaciones intermedias, para finalmente llegar a manos del consumidor.

## Desarrollo de una publicación 2.1.1

Un libro impreso es el resultado de un proceso de colaboración. La tarea del diseñador puede variar de un libro a otro, pero siempre implicará el trabajo en equipo con otras personas. Un conocimiento básico de los papeles en la empresa editorial proporciona el contexto de trabajo al diseñador.

### AUTOR

El autor de una novela o de una obra de no-ficción que tiene una idea para una historia puede escribir el libro y presentar un manuscrito terminado a un agente o un editor.

### AGENTES LITERARIOS, ILUSTRACIÓN, DISEÑO Y FOTOGRAFÍA

Los agentes representan el trabajo de sus clientes ante posibles contratadores. El papel del agente literario consiste en presentar el trabajo del escritor al editor y tratar con él los temas económicos. Los agentes que representan a los ilustradores, diseñadores y fotógrafos trabajan de un modo similar.

### EDITORIAL

Una editorial es una empresa preparada para invertir en la producción de un libro, lo que implica pagar la redacción, la producción, la impresión, la encuadernación y la distribución de la obra. Una editorial es una marca asociada a un tipo de libro y un conjunto de valores de diseño y producción. La mayoría de las pequeñas editoriales se centran en un tipo particular de libro o de mercado. Algunas editoriales crean o compran colecciones, marcas más pequeñas, asociadas a tipos concretos de libros.

**EDITOR**

El editor es el responsable de seleccionar los libros que van a producir cada temporada. Es un trabajo de vital importancia para el éxito de la editorial. El papel del editor consiste en hablar con posibles autores, aportar ideas y crear una red de escritores, diseñadores, ilustradores y fotógrafos. Tiene responsabilidades de dirección, debe establecer los calendarios y las fechas de publicación, y supervisar los equipos que trabajan en cada uno de los títulos.

**COORDINADOR EDITORIAL**

El coordinador editorial trabaja con el autor para dar forma al texto y a las ilustraciones, y le ofrece apoyo y una crítica objetiva. Los coordinadores editoriales pueden trabajar como autónomos o contratados, y suelen ocuparse de varios libros a la vez. Los coordinadores editoriales se concentran en el texto y no son responsables de ninguna tarea administrativa.

**CORRECTOR DE PRUEBAS**

Originalmente, el corrector leía y revisaba las pruebas finales. En la actualidad, el término se emplea para describir la corrección en cualquier etapa del proceso de edición. Los correctores revisan el texto, por lo general una vez editado, en busca de errores de estilo, gramaticales, de ortografía y tipográficos.

**DIRECCIÓN DE ARTE**

Esta denominación hace referencia a un puesto específico dentro de una editorial, al mismo tiempo que describe al diseñador que trabaja con un ilustrador o un fotógrafo. Es responsable de la estética visual de todo el catálogo de la editorial. El aspecto, la producción y el catálogo se combinan para crear en el lector la impresión de la marca editorial.

**DISEÑADOR**

El diseñador es responsable de dar forma a la naturaleza física del libro, su aspecto visual, su modo de comunicar y la ubicación de todos los elementos en la página. Después de consultar con el editor y el coordinador, el diseñador selecciona el formato y el tamaño del libro y decide como se va a encuadernar. Los diseñadores crean retículas, seleccionan las fuentes tipográficas y organizan la página.

**RESPONSABLE DE DERECHOS**

Para que una editorial pueda utilizar fragmentos de texto o una imagen, debe obtener el permiso por escrito del propietario de los derechos antes de la publicación.

**DIRECTOR DE MARKETING**

Es el responsable de promocionar y vender los libros a los distribuidores y librerías. Desarrollar unas estrategias adecuadas para comercializar una colección o todo un catálogo es su prioridad. Además, también es el responsable de promocionar las ventas en las ferias nacionales e internacionales.

**IMPRESOR**

El impresor recibe el material gráfico o un archivo del jefe de producción. Para cada libro habrá que realizar trabajos de preimpresión (escanear las imágenes en alta resolución y llevar a cabo la imposición para obtener pruebas antes de confeccionar las planchas de impresión). Trabaja junto con el manipulador, el cual es responsable de las actividades relacionadas con el proceso de producción (incluidos el encolado y el cosido). También, en esta parte entra el encuadernador.

**DISTRIBUIDOR**

Es la organización que recoge los libros de la editorial, los almacena y los vende a mayoristas, minoristas, bibliotecas y consumidores finales. Los distribuidores se encargan de recibir y procesar las devoluciones de sus clientes y enviarlas a la editorial.

**MAYORISTAS**

Estas empresas compran libros tanto a editoriales como a distribuidores para su venta a otros agentes, fundamentalmente minoristas, bibliotecas, empresas de otras industrias, librerías virtuales y otros. Los mayoristas resultan de gran utilidad para las editoriales y los distribuidores puesto que efectúan compras y con ellas atienden sus propias órdenes de compra.

**MINORISTA**

Estas tiendas compran a editoriales, distribuidores y mayoristas. Su objetivo es vender libros al público en general. Las tiendas minoristas abarcan un amplio espectro que va desde librerías independientes muy pequeñas hasta grandes cadenas de librerías.

Estos niveles o cargos, son los ideales en un proceso editorial, en cualquier lugar donde se publique o se crea alguna publicación; pero que en México algunos de estos cargos no se aplican dentro de una editorial, debido a que se tienen procesos diferentes de trabajo que en otros países. Algunas de estas categorías, pueden ser realizadas por la misma persona, o que ni siquiera son aplicadas en el proceso de la realización de la publicación.

**El editor 2.1.2**

**E**n un mundo, donde se publican libros, revistas, catálogos y demás publicaciones; debe de existir un grupo de personas que desarrolle el contenido de la publicación y sean capaces de lograr un óptimo trabajo y sean reconocidos por ello.

En todo ese proceso, en el que interviene tanta gente preocupada, aunque solo por su pequeña parte, debe haber alguien capaz de ver el todo como conjunto. Alguien que coordine a las partes aisladas, que garantice la calidad en todas las etapas y tenga la visión global para saber que cada tarea individual es más importante, a la larga, de lo que parece. Ese es el editor, el que está día y noche, para ver que todos lo hagan bien y defender los intereses del libro o la revista como un todo.

Para “ser editor” es necesario asumir en la práctica y con buen desempeño las responsabilidades del proceso, ya sea en un simple folleto, en una efímera revista o en una colección de libros de rancio abolengo. No importa si estudió odontología, ingeniería, letras, sociología, diseño o nada;<sup>9</sup> se le llama editor quien da la cara por un impreso, de principio a fin, en forma y contenido. Un editor es quien vive de eso y una editorial es la empresa dedicada a eso.

Es él quien cuida el libro, y el éxito y el fracaso de éste dependerá de la habilidad del editor para hacer su trabajo de manera correcta y responsable. Se encontrará que el libro abunda en los errores que pueden cometerse, algo que ocurre con frecuencia debido, a que la actividad editorial gira en torno de personas; se trata de una actividad que tiene en su centro un producto singular, extravagante y demandante como ningún otro, que pueda encontrarse a la venta en el mercado.<sup>10</sup>

9. Entre el diseño, y la edición. Tradición cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial. Gerardo Kloss. Edit. UAM. Xochimilco, México 2002.

10. Gestión de proyectos editoriales. Cómo encargar y contratar libros. Gill Davies. Edit. FCE, Librería. México 2005.



El editor, al menos en teoría, no tiene más interés que el buen aspecto del producto terminado, en forma y contenido; viene a ser como, un defensor de algo abstracto, de un proyecto editorial que ninguna de las partes puede ver como un conjunto hasta que se materializa.

Solo el editor puede imaginar completo ese proyecto. A todos los demás involucrados les falta algún elemento de juicio, técnico, teórico o práctico. Por eso la edición es un arte: exige la capacidad de concebir algo inexistente y realizado, pero con la responsabilidad de que esa concepción responda, una vez terminada, a sus necesidades y limitaciones inherentes.<sup>11</sup> No hay dos libros, revistas o folletos iguales. Cada uno tiene su público, su mercado, su enfoque, su oportunidad, su estructura propia. Cada uno es un grito emitido desde un rincón diferente de nuestra sociedad, por alguien que cree que tiene algo importante que decir.

No todos los autores quieren o necesitan contar con la participación de un editor, pero muchos sí. No todos los libros que se editen serán un fenómeno de ventas; habrá libros que pasarán a formar parte del “montón”, pero cuando se tiene la oportunidad de trabajar con un autor en un libro que logra ventas sobresalientes o tiene un impacto extraordinario, se comprueba que el del editor es un trabajo privilegiado.<sup>12</sup>

El editor dispone de más información sobre el libro que cualquier otra persona dentro de la editorial, y esa información debe ser compartida con el resto de las personas que trabajan en ese título. Es al editor, a quien el autor dirige la información, el entusiasmo, los conocimientos, las exigencias y las emociones.

La manera en que se reciben y se maneja todo eso es la razón por la cual el rol del editor es tan significativo. Es por eso que un editor eficaz demuestra cotidianamente que es punto de referencia indispensable para los demás, una fuente de información, energía y entusiasmo.<sup>13</sup>

Ser competente es fundamental para el editor, y es algo más complejo y sutil que simplemente cumplir con metas relativas a la productividad.

Hoy, la mayoría de los editores son enviados a tomar cursos para que aprendan “técnicas”. Éstas suelen referirse a las finanzas y las inversiones, al marketing y la tecnología digital y son enteramente necesarias. Ayudan al editor a tener una visión de conjunto, lo que incluye comprender cómo debe hacerse el trabajo de modo tal de cumplir con las metas y los objetivos de la editorial.<sup>14</sup>

Las técnicas que rara vez se enseñan son las necesarias para dar con un buen libro y un buen autor. Todas, las aprenden en la práctica y con la experiencia que se genere durante los años de trabajo y esfuerzo, para sacar adelante una buena edición.

Un editor exitoso es generoso con su tiempo y su esfuerzo en lo que se refiere a los autores y los colegas.<sup>15</sup> Un editor que da recibe a cambio compromiso, energía y entusiasmo de parte de ambos, es decir, de parte del mismo editor y de parte de su equipo editorial.

#### **EDITOR VS AUTOR VS ILUSTRADOR VS DISEÑADOR**

Con relación a cada aspecto de la actividad de un editor, se hace referencia constante a los otros departamentos de la editorial o lugar donde se haga la edición del libro, y a la forma en que todos trabajan, o deberían trabajar, juntos.

Hoy, es perfectamente claro que un editor no es más que una persona dentro de un equipo conformado por muchos, que se unen para publicar con éxito un libro. No importa que talentos, fortalezas y habilidades aporte el editor al proceso, si estos no son fortalecidos por los esfuerzos combinados de un equipo de personas que trabajan juntas en pos de un libro, la diferencia no será palpable y las posibilidades de éxito no aumentará. El equipo no sólo incluye a los de la editorial. También incluye a los autores.

Una parte importante del trabajo en equipo es una buena comprensión básica del trabajo de los demás y de las dificultades particulares que deben enfrentar.<sup>16</sup>

11. Entre el diseño, y la edición. Tradición cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial. Gerardo Kloss. Edit. UAM. Xochimilco, México 2002.

12. Gestión de proyectos editoriales. Cómo encargar y contratar libros. Gill Davies. Edit. FCE, Librería. México 2005.

13. Libros o Velocidad. Reflexiones sobre el oficio editorial. Jordi Nadal y Francisco García. Edit. Librería-Fondo de Cultura Económica. México 2005

14. Davies. op. cit.

15. *Ibíd.*

16. *Ibíd.*

Los autores, pueden buscar a una editorial, o un editor, para la publicación de su obra, o los editores, buscan a un autor para algún proyecto editorial o alguna publicación. En ocasiones, estas relaciones de trabajo, generan conflicto entre ambos, ya sea por la indulgencia de uno, o por la ansiedad del otro.

Lo que se busca en un editor es alguien con quien puedan sentirse cómodo y, más que nada, alguien que sea competente en lo que hace. En una buena medida el editor busca lo mismo en el autor. Lamentablemente, se pueden presentarse conflictos entre ellos, y eso hace que se dificulte la relación de trabajo y el flujo de información, para la producción del libro.

No se debe dejar que un choque de personalidades interfiera en el trabajo. No importa cuanto le desagrade el autor, debe hacer caso omiso de ello y concentrarse en el libro. La existencia de diferencias en cuanto al contenido o estilo es una cuestión diferente. El respeto mutuo se construye comprendiendo que ambas partes pondrán lo mejor de sí en términos profesionales y que nadie se tomará libertades indebidas. Por lo tanto, es importante que el editor se gane el respeto, de manera de ejercer una autoridad real. Cada nuevo autor implica otro conjunto de problemas, y por supuesto de satisfacciones.<sup>17</sup>

Uno de los problemas que se frecuenta, entre el editor y el autor, es la decisión de la fecha de entrega y la extensión. No importa cuán especulativo sea el contenido de un libro, estos dos elementos, se tiene que dejar en claro.

El editor y el autor necesariamente deben discutir estos puntos en conjunto y deben ponerse de acuerdo en ambos. Sea cual fuere que se decida en relación a la extensión y la fecha de entrega, es fundamental que el editor le transmita al autor que ninguna de las dos cosas pueden quedar sujetas a modificaciones. El autor debe comprender que cualquier desviación de lo pactado representa un problema muy serio para el editor.<sup>18</sup>

Otra de las cuestiones que puede generar un conflicto entre ambos, son las ediciones. o el tiro Se debe estar absolutamente

convencidos de que las ediciones son sustentables, es decir, que es posible vender esa cantidad de ejemplares pactados y de que, una vez que se vendan, se deberán de alcanzar las utilidades deseadas.

Éste es el verdadero objetivo de los editores y, si se contratan libros que no se ajustan por completo a estos requisitos básicos, se estará siendo injusto con la inversión de la editorial. Todo editor debe poder justificar sus acciones.

Los editores más experimentados saben en todo momento cuál es el precio de venta indicado para un determinado tipo de libro en el mercado, y cualquier desviación de ese parámetro debería ser tomado en cuenta. El costo unitario de producción debe guardar una relación adecuada con su precio. Si es demasiado elevado, las utilidades serán menores. Para decirlo de otro modo, si se desea vender un auto a un precio apropiado para un presupuesto familiar, los costos de producción no pueden ser los de un Rolls Royce.<sup>19</sup>

Pero no todos los conflictos se generan con el autor, también se pueden generar con su equipo editorial. Las disputas pueden surgir porque uno es más lento que otro, porque uno opina que el trabajo del otro no da la talla o porque comienzan a no tolerarse durante el proceso, bajo la presión de tener que producir un libro juntos. Se debe de mantener un orden entre el equipo, ya que si no lo hay, el libro nunca saldrá a la luz. Se tiene que tener una buena comunicación entre los departamentos, sino lo hay puede pasar las inevitables demoras, y en el caso de conflictos importantes, la totalidad del libro o el proyecto puede desintegrarse. Para que esto no suceda, los editores deben de afrontar el trabajo en equipo adecuados.

Considerarán las opiniones de otros colegas como válidas y necesarias. Comprenderán y aprenderán el contexto más general –la editorial en su totalidad, cómo funciona y cómo se inserta dentro del mercado editorial más amplio– y, en consecuencia, se convertirán en editores más efectivos.<sup>20</sup>

En cuanto al diseño del libro, si habitualmente se producen libros con puro texto, entonces el punto más frecuente con los diseñadores, estará referido a la cubierta del libro. Los diseñadores,

17. Libros o Velocidad. Reflexiones sobre el oficio editorial. Jordi Nadal y Francisco García. Edit. Librería-Fondo de Cultura Económica. México 2005.

18. Davies. op. cit.

19. *Ibíd.*

20. *Ibíd.*

aparte de trabajar en el exterior del libro, también trabajan en el interior del mismo. Muchos de los editores dedicados en la edición de libros sólo con texto tienden a pensar que el diseño es algo que solamente atañe a la cubierta del libro. La tarea fundamental del editor es comunicar al diseñador las características del libro, explicar algunos de los mensajes básicos que están implícitos en él, el tipo de señales que la cubierta debe transmitir para atraer al público al que va dirigido.

¿Debería ser amistoso e invitar a su lectura, o debería ser austero?, ¿debería ser simple y clásico o recargado y novedoso? Una buena analogía a utilizar cuando se trate de comunicar las instrucciones sobre el diseño de la cubierta es que está eligiendo la vestimenta que le sienta bien al libro: ¿qué ropa debería usar?<sup>21</sup>

Algunas de las mejores formas de encontrar un buen diseño, es buscar siempre la simpleza. Ningún diseño de cubierta puede cubrir todas las ideas o la información contenida en un libro. No hay que olvidar, que el diseño del lomo es igualmente importante. Un lomo bien diseñado se destaca entre los otros lomos en los estantes de la librería, y debe ser fácilmente legible.

No se debe de dejar toda la responsabilidad al diseñador. Muy menudo los editores les dicen a los diseñadores que están “desesperados con eso del diseño” y les piden que vayan y traigan algo hecho. A menos que sea muy afortunado, el diseñador traerá propuestas que no serán apropiadas para el libro y todos habrán perdido tiempo.<sup>22</sup>

Y en este mundo de los libros, el tiempo perdido es muy costoso. Así que, el editor debe de informar y explicar detalladamente del tipo de cubierta que se requiere.

Hay que recordar que el libro es del autor, no del editor, y que sería infortunado forzarlo a aceptar un diseño que no lo deje satisfecho. Es mucho mejor que el autor mire al libro con una feliz aprobación, en lugar de que apriete los dientes y quede resentido con el editor. Lo más sabio es hablar con el autor antes del diseño

acerca del tipo de cubierta que le gustaría, cuáles son los mensajes que él piensa que deberían estar presentes.<sup>23</sup>

El diseño que se alcanza a través de un consenso conflictivo no funciona. Es mejor tener una cubierta aceptada por la mayoría, que una que trate de satisfacer a todos los involucrados.

En el caso del libro ilustrado, el diseño es lo primero; en ellos, la página se convierte en una compleja interrelación de texto y fotografías u otro tipo de ilustraciones. A menudo se piensa en las obras con muchas ilustraciones como libros de interés general. Sin embargo, los libros escolares y médicos, por ejemplo, también llevan un alto grado de diseño e ilustraciones.

El editor se ocupa de seguir de cerca toda la edición del libro, desde el principio. Muchas veces es él quien crea la colección o tiene una idea de hacer un libro de tal o cual tema, o con tales o cuales características, y se lo encarga a los autores. Cuando éstos entregan sus creaciones (casi siempre se estipula un tiempo por entrega), se lee y observa detenidamente los textos y las ilustraciones y determina si se ajustan a los parámetros de esa colección o esa idea para la cual se encargó. El editor, junto con el autor, debe estudiar cada ilustración del libro y su texto correspondiente. Es necesario que se pongan de acuerdo, en cuanto a los pies, las claves de lectura, los colores, las notas, y el tamaño de las ilustraciones en relación con el texto.

Lo que hace que la tarea del editor sea tan especial dentro del ámbito editorial, y en comparación con otras profesiones, es que el editor tiene algo tangible que mostrar como resultado de su esfuerzo.

Un libro es una culminación de muchas manos y cabezas que trabajan en formas complejas. El resultado es un pequeño milagro que todos los involucrados pueden sostener en sus manos.

21. Gestión de proyectos editoriales. Cómo encargar y contratar libros. Gill Davies. Edit. FCE, Librería. México 2005.

22. *Ibid.*

23. *Ibid.*

## 2.3 La Colección de Libros

**D**esde que el libro empezó a producirse en una industria hecha y derecha suscitó la alarma de quienes los ven todavía como un objeto artesanal.

Los consumidores de hoy en día, pierden esa sensación que da el sello de quién lo ha hecho un objeto único y con una identidad propia.

Para el que edita libros, desde que la producción aumentó, hacerle saber al lector que el volumen que esta enfrente de sus ojos, lleva su marca, una identidad que lo identifica que lo diferencia de los demás, que identifica no solo al autor sino al responsable de la obra, que lo lleva al papel. De ahí, que aun se siga venerando marcas o signos que se hacían hace mucho tiempo atrás, como el ancla en las bisagras del siglo XV y XVIII, que Aldo Manuzio plasmó en sus obras.<sup>24</sup> Pero con la aparición de más sellos editoriales surgió una nueva forma de identificar a los libros individuales y las casas editoriales, la colección editorial.

Una colección editorial, puede definirse, como una forma de homogeneizar varios libros de diversos temas pero que tienen algo en común, ya sea por su estilo gráfico o por su contenido en general.

*“... Laura Lecuona considera que las buenas colecciones son como ‘minieditoriales’, en el sentido de que aspiran a dar pistas a los lectores sobre obras afines”.*<sup>25</sup>

24. La Gaceta, FCE, número 413, mayo 2005

25. *Ibíd.*

## ¿Qué es una colección? 2.3.1

**P**ara quienes publican obras, pensar en colecciones es el modo más natural de establecer un orden, casi siempre arbitrario, que sirva de mensaje al anónimo lector al que se dirige cada título.”<sup>26</sup>

Una colección, define Bertha Hiriart en su ensayo *Colección de Colecciones*, es el acopio intencionado de objetos de una misma especie, mientras que coleccionar es un ejercicio de observación y búsqueda. El editor observa y busca, obras que puedan formar parte de una misma serie de características definidas. Esta búsqueda encuentra o impone y crea una relación entre ellas.<sup>27</sup>

Observa lo que pueda tener en común entre ellas, o bien, al agruparlas en conjunto, hace que lleguen a tener algo en común, algo que no está dado de antemano o no es evidente a primera vista.

Entonces podemos definir una colección como una unidad, un conjunto, ya sea de diversos temas o de uno solo, pero que siempre tienen algo en común.

En una entrevista con Josefina Larragoiti, fundadora de la editorial Resistencia; nos dice que *una colección es para unificar un concepto, pero también para que te identifiquen como una editorial, puede ser una editorial que se dedique hacer colecciones de ensayos, poesía o cuentos; o una editorial que se dedique hacer solo poesía, aun así dentro de la poesía, hacer una colección de poetas mexicanos, sudamericanos, europeos, etc. Teniendo un tema en particular, se puede delimitar un concepto y hacerlo muy restringido, esto a su vez da una homogeneidad en la colección que se quiera publicar.* \*

26. *Ibíd.*

27. *Ibíd.*

\*LARRAGOITI, Josefina. Entrevista 2011

Restringido, no es tanto la definición, más bien es como englobar todo el concepto de la colección y no tener en ella muchas variantes en cuestión del tema.

Para Graciela Anaya, editora y correctora de estilo, *una colección es una serie de libros que tienen características tipográficas o de formato similares, que están relacionadas entre sí, normalmente tienen como una gran temática, a la cual aborda cada colección, entonces, se puede tener una editorial con una colección para niños, para jóvenes, para adultos, etcétera.\**

Siempre y cuando se mantenga un concepto dentro de la colección, sin un concepto la colección quedará vaga sin alguna intención.

La colección se puede definir como una familia, en pocas palabras, tienen como el mismo apellido, digámoslo así, es como una unidad (como anteriormente se venía diciendo) que pueden tener diferentes características pero de algo tienen parecido, en entrevista con Astrid Stoopan, fundadora de la revista Lenguaraz y la editorial Lenguaraz. *Deben tener un punto en común con todos los libros que la contienen, es difícil imaginar que una colección no tenga diseño; visualmente, si debe ser reconocible de las demás colecciones.\**

Para Anaya, la colección tienen características no nada más de forma, o de tipografía o rasgos gráficos, por llamarlo de manera genérica, como el color, alguna franja, el formato, el tipo de papel; sino también hacia quién van dirigidas, hacia un público más específico, puedes tener alguna colección que sea para un público en particular. (Anaya, 2011)

Como lo veremos más adelante, esto va de la mano cuando se genera un concepto, hay ocasiones que a lo mejor el propio concepto te dicta tu público, pero por lo general cuando se tiene el concepto se piensa después hacia qué público va dirigido.

En su libro *Entre el diseño y edición. Traducción cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial*, Gerardo Kloss nos comenta que hay dos tipos de colecciones; las colecciones cerradas, al igual que las enciclopedias, están pensadas para

aparecer en una sola edición con un número de volúmenes previamente determinado, aunque se extienda en el tiempo. Otro tipo son las colecciones abiertas generalmente pertenecen a una empresa o institución interesada en un tema y dan cabida a una serie de textos similares, aunque no sepa de antemano cuántos títulos serán ni cuánto tiempo durará la colección. El mejor ejemplo es la colección “Sepan cuantos...” de Porrúa, cuyo título se origina en una vieja anécdota referida a que el editor no quiso comprometer una respuesta definida respecto a cuántos títulos podría llegar a tener la colección. Sin embargo, todos los títulos publicados en ella comparten características similares de extensión, tema y mercado.

Diseñar una colección cerrada que aparece de una sola vez es tan complejo como diseñar una enciclopedia, porque las decisiones tomadas la primera vez continuarán manteniéndose durante los diversos volúmenes y podrán ser criticadas o mostrar sus errores mucho después. El diseño de una colección abierta, no es tan compleja como la cerrada ya que todos los volúmenes deben mantener una uniformidad de estilo, cuyas principales decisiones se toman desde la primera vez; cada volumen, debe conservar las características de toda la colección, tienen una personalidad y una estructura propias que introducen variaciones en la matriz original de diseño, aunque el formato, la caja, el tipo o los tamaños permanezcan uniformes, cada título puede tener diferente color; ilustración y tipografía de portada, etcétera; de ahí que sea posible jugar ampliamente con la personalidad individual de cada uno sin romper el concepto general. Cada autor y cada tema presentan requerimientos tipográficos distintos, por lo que la matriz original se enriquece con el avance de la colección. Muchas decisiones que no se tomaron los primeros títulos aparecen posteriormente y nos obligan a adaptar esa matriz original con flexibilidad, imaginación y buen gusto. Las colecciones abiertas evolucionan y crecen junto con sus editores y diseñadores.<sup>28</sup>

\*ANAYA, Graciela. Entrevista 2011

\*STOOPEN, Astrid. Entrevista 2011

28. Entre el diseño, y la edición. Tradición cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial. Gerardo Kloss. Edit. UAM. Xochimilco, México 2002.



Podríamos llegar a una conclusión, de que es una colección, es como una serie de libros, como un grupo de libros que están relacionados entre sí o que tienen algo en común. Es una unidad, ya sea por rasgos gráficos, como el color, la tipografía; sino también por el mismo concepto general de la colección. También pueden estar relacionados por el público hacia quien van dirigidos.

Una colección editorial, es un conjunto de libros, con una gran temática, que tienen algo en común, a lo cual aspiran a dar pistas a los lectores sobre obras afines.

## 2.3.2 ¿Para qué y por qué existen las colecciones

**S**egún Thomas Granados, editor de la editorial Librería, dice que *hay dos razones, una para los editores y la otra, presuntamente para los lectores; para los editores es a producir de un mundo de posibilidades, de lo que se puede publicar, darle unos límites, hacerlo muy estrecho; con el propósito, aquí entra la otra razón, de darle un mensaje al lector; decirle, todo lo está aquí, relativamente es homogéneo, ese es el propósito, todo lo que está en esta bolsa se parece de algún modo, a veces el parecido puede ser muy laxo o muy formal.* \*

Como por ejemplo, la colección de Fondo de Cultura Económica (FCE), “Breviarios”, que es una colección de introducción a diversos temas, temáticamente no es homogénea, sino en su formato y en su extensión pero sobre todo, en su intención. El propósito fundamental es reducir las posibilidades en algo homogéneo y manejable.

En efecto, la relación entre los libros que conforman una colección no siempre es obvia, muchas veces solo es la intención del editor lo que los vuelve parte de un mismo conjunto más o

menos uniforme. La aspiración de todo editor es que el lector reconozca la existencia de las colecciones.

Larragoiti señala, que la colección sirve para delimitar un concepto y tenerlo como muy cerrado, como por ejemplo, tener una colección de solo poetas de los 80 o de los 90; teniendo en esa misma colección muchos autores que generan un solo concepto. (Larragoiti, 2011)

Para Graciela Anaya, *como editorial, la colección sirve, digamos, lo primero que te da es organizar tu acervo y tú como editor o editorial, tengas claro cuáles van a hacer tus públicos y si no entonces, empiezas a publicar de todo, y eso como editorial te fragmenta. Para el que no es editor, es decir el público que lee, si sirve para identificar editoriales, entonces sé que Selector tiene colecciones de autoayuda, pero FCE no publica eso; como lector, también te ayuda a buscar editoriales que tengan colecciones de temas que te interesan, dentro de la editorial, pueden tener diversas colecciones, como la editorial FAB, que tiene colecciones de temas como budismo, de hinduismo y demás; entonces también puedes identificar la calidad del contenido.* (Anaya, 2011)

Que es lo que puede tener en común los libros de una colección, que criterios se emplean para ordenarlos y juntarlos y hacer que formen una totalidad, es algo abierto que al editor le da mucha libertad para crear muchas series. Puede ser aparentemente algo obvio o natural, como lo es la disciplina, el género o el tema. Puede ser algo aleatorio como el tamaño de la letra, su precio o su extensión. Puede ser tan ajeno a lo literario como la edad, el sexo o la nacionalidad de los escritores. Todos estos parámetros una vez definidos, debe ser respetados; de lo contrario se pone en riesgo la fidelidad de la colección y del lector ideal, ese que persigue y compra los libros de la colección por el simple hecho de que pertenecen a esa colección.

*Hay tantas cosas que puedes leer, pero igual una colección te puede guiar para saber de que temas te interesan, aunque sean varios temas tienen algo en común. Es como algo organizacional.*

\*GRANADOS, Thomás. Entrevista 2011

*Como editorial tienes un discurso, te mantiene en un camino de hacia donde quieres dirigirte; esto para Astrid Stoopon. (Stoopon, 2011)*

Thomas Granados, plantea que el propósito principal de una colección es tener una unidad; prácticamente lo que se le quiere decir al lector, todo lo que esta dentro de ella se parece; si te gustó, existe otro que te puede interesar. (Granados, 2011)

Laura Lecuona, lo dice de otra forma, en su ensayo, *Para qué sirve una colección editorial*, de *La Gaceta* del FCE; cada colección es una recomendación implícita que nos hace ese amigo lector invisible, al que se concede cierta autoridad, que es la figura del editor. “¿Te gustó esta biografía de Carson McCullers?, ¡Ah, mirá!, también en esta colección tengo la de Jane Bowles”.<sup>29</sup>

Larragoiti plantea; todas las editoriales las editan, porque las necesitan, mientras van creciendo se hacen más valiosas, se vuelven objetos coleccionables, un objeto valioso, es el mismo concepto de coleccionar timbres postales o cualquier otro objeto. (Larragoitia, 2011)

*En todo coleccionista, predomina una mirada. Es ésta la que convierte en cualquier objeto (...) en algo digno de coleccionar. Se trata de una mirada que considera las cosas como posibles fragmentos de una cierta totalidad constituida con criterios únicos, dice Bertha Hiriart, en su ensayo, Colección de colecciones.*<sup>30</sup>

Si un editor asume plenamente esa responsabilidad que adquiere frente a los compradores de su colección, tendrá mayores posibilidades de encontrar y conseguir la aceptación de ese lector fiel e ideal.

Una colección es toda una propuesta musical en marcha. Una colección bien armada dará cauce a la avidez de más de un lector que se aficione de ella y le proporcionará libros y lecturas para rato.

En conclusión, las colecciones sirven para organizar tu acervo y como editorial te marca un camino, con eso también te puede marcar una línea hacia tu público en particular; al igual

que te identifique como editorial. Como público lector, te ayuda a identificar las colecciones que le pudieran interesarle, y así buscar siempre el ansiado siguiente número.

### ¿CÓMO FUNCIONAN LAS COLECCIONES?

Las colecciones al modo de ver de Thomas Granados deben ser muy restringidas, para tener una homogeneidad, una unidad, en una misma serie. (Granados, 2011)

La colección es útil, cuando se va por una línea editorial fiel; si su propósito se pierde, la colección no funcionará con la finalidad de la que fue hecha; y puede que quede almacenada o nunca se produzca.

Así que unos de los propósito de las colecciones es arropar varias obras en un conjunto para mostrarlas en una librería, no como un libro digamos autónomo; en general se pierde, porque no tiene un parentesco con otros libros; para eso la colección se crea, se publica como una unidad; ya sea por su mismo estilo gráfico que por su tema o su extensión.

Para Larragoiti, *lo que te da una colección, no es que sea amplia, sino que te da para ser amplia, por ejemplo; la colección de moneros mexicanos que hice, empecé con dos y ahorita van once y puedo llegar hasta que se acaben los moneros mexicanos, no hay un límite, pero si hay cosas que lo acotan; que es ¿Para qué?, ¿Qué es lo que se va a hacer?, si vas a hacer una colección es porque hay algo que tienes que mantener como un todo, se empieza por un libro y luego otro; como pertenecen a esa colección, lo dicta el diseño gráfico.* (Larragoitia, 2011)

Hay colecciones; como las de la editorial Anagrama, gráficamente son muy parecidos, esto da confianza a los lectores de pasar de un autor a otro, solo por ser de esa colección.

Entonces, podemos decir, que existe otro propósito de la colección, el diseño o estilo gráfico que se hace en cada libro, como por ejemplo, por su portada, la tipografía, o por su color.

29. La Gaceta, FCE, número 413, mayo 2005

30. *Ibíd.*

Mostrando que son afines; que tienen un diseño editorial parecido. El mismo diseño del empaque, muestra ese parecido, una continuidad entre cada título; que el conjunto mostrado tenga la misma afinidad.

Anaya comenta, *el diseño, tiene que ver con un asunto de marketing, por ejemplo; con Coca Cola, que nos pongan las letras negras o nos cambien la letra, la recordación ya es diferente o como en los códigos de barras que tiene la forma de la botella, ya sabemos que es Coca Cola; entonces los elementos gráficos si determinan una colección, van a la par, tu defines una colección a partir de los elementos gráficos, de contenido, de tu público, otra vez van de la mano; y a eso a tu público hace que le guste la colección, que si busca una colección de tal forma, ya sabe a cual acudir.* (Anaya, 2011)

El mismo diseño, le da una identidad a la colección, puede tratarse de diversos temas, pero por el diseño puedes identificar que son de la misma colección, le da como sentido de pertenencia, a cada libro, hacia la colección.

Larragoiti nos dice que para hacer una colección lo primero es el concepto, ya después lo que lo unifica es el diseño, también lo que lo unifica es el nombre de la colección, aunque no importa que no tenga; o los elementos gráficos que la compongan, como una pleca, el color o el tratamiento de sello editorial, como en la colección de Santillana de personajes históricos; que es una colección para jóvenes, el concepto son personajes que han hecho historia en América y de ahí todos los personajes que tengan algo que ver con ello. En cada colección se pueden modificar los elementos gráficos, como cambiar el color, cambiar la forma de la pleca o cambiarla de lugar; lo que no se puede cambiar son los lineamientos editoriales y tipográficos o el mismo nombre de la colección; no deben ser tan restringidos, pero son parte de la colección. Se mantienen desde el principio y no se modifican hasta que se cambia la colección. (Larragoitia, 2011)

Para Anaya, hacer una colección, se empieza por la intuición de que algún tema amplio da para atender más de dos títulos y un público que le pueda interesar; esas dos intuiciones, la de publicar y la de que haya un público que las aprecie, ya después es tratar de juntarlas, pero sobre todo es intuición, independientemente de una investigación. (Anaya, 2011)

Lo primero para hacer una colección, es tener un concepto, un tema que te de para más de dos títulos. ¿Cómo haces que pertenezca a la colección?, lo dicta tu diseño; como el color, el estilo tipográfico y demás. Durante ese proceso, también vas observando hacia qué público te quieres dirigir, puedes que tengas un gran concepto pensado para un público específico, pero puede que no sirva para ese mismo.

Según Larragoitia, cada colección, dependiendo del tema, te dicta tu público objetivo, en cada colección es distinto, no es lo mismo hacer una colección para niños que una para jóvenes. (Larragoitia, 2011)

A lo contrario, Anaya, nos comenta, *van de la mano (concepto y público al que va dirigido), son dos principios que se tienen que contemplar, por que si bien es cierto puede surgir un buen concepto, a lo mejor ese concepto también te puede dar para muchos públicos, por ejemplo; yo puedo hablar sobre Picasso, entonces ya mi colección pueden ser libros de arte, puede tener un concepto maravilloso, los libros con lomo grueso, fotografías aquí y allá, y demás, pero al final de cuentas ese concepto quedaría vago sino a la par determino hacia quien van dirigidos; como diseñador o como editor hay que pensar simultáneamente en las dos, las dos se tienen que tomar en cuenta desde el principio, no creo que una domine a otra. Puedes tener un buen concepto que pensabas que era para niños, pero que no queda para ello, entonces tienes que modificar tu concepto, mas bien van a la par. A lo mejor eventualmente en la parte creativa, primero se te ocurre como la idea gráfica, pero de inmediato surge para quien van dirigidos.* (Anaya, 2011)

Independientemente de tu público; lo principal es el concepto, si eso se pierde, puede que tu colección quede en el limbo, sin saber hacia donde ir.

Las dos, concepto y público, van de la mano, sino a la par, se tiene que pensar en las dos, sin que uno domine al otro. Pero si lo que se quiere, a lo mejor, solo es vender; el concepto puede que si te dicte tu público en específico.

Desde antes de hacer una colección, ya sabes hacia quien va dirigido. Ya tienes una línea la cual seguir; en palabras de Stoopen. (Stoopen, 2011)

En conclusión, no creo que haya una manera única de hacer colecciones, creo que cada quien tiene su forma de hacerlo, tal vez sea por la intuición, o por el hecho de solo tener un éxito en el mercado; lo importante es el concepto, sin él la colección no tendría alma. Un buen concepto da una buena colección. Y a la par, tienes que pensar a que público va dirigido y el sentido de pertenencia te lo dicta el diseño.

No hay un receta válida de hacerlas, pero sin un concepto claro y definido, la colección no se mantendrá en la línea que se quería seguir en un principio.

### 2.3.3 La colección en México

La industria editorial en México, que desde los años cuarenta y cincuenta se situó como la mejor del mundo de habla hispana hasta que las crisis nos alcanzaron, tiene como eje al Fondo de Cultura Económica, y de él surgieron tres de nuestras principales editoriales.

En palabras de Thomas Granados; *la colección en México hay desde lo tradicional como lo es "Breviarios" hasta una editorial llamada Nostra, que tiene una colección que se llama "Para entender...", son de la misma extensión, se identifican por el mismo nombre, como: Para entender de los derechos, Para entender del PRI, son escritos por autores especializados en algún tema.* (Granados, 2011)

Según Larragoitia, todas las editoriales editan colecciones, es una buena forma de crecer como editorial; *te marca un camino, como la colección de Emily Coen, tengo 5, ya tengo una base de diseño, cuando se tiene que hacer otro libro, ya se tienen los lineamientos, como el formato o la tipografía, es válido que la colección vaya creciendo, se hace más valiosa, como la agenda de la Luna, que ya la gente la colecciona y la pide. De ahí que se vuelvan objetos coleccionables y sean mas valiosos para el público que las consume.* (Larragoitia, 2011)

A las editoriales grandes les conviene editar colecciones y a la vez las necesitan; ya que, como se dijo en capítulos anteriores, teniendo muchos autores se puede generar un concepto, un tema en específico. Además, ayuda a tener organizado tu acervo y puede que te ayude a crecer como editorial.

Una de las colecciones importantes en México, es la serie del *Volador*, que es una de las altas cumbres de la inventiva editorial en México, corona del catálogo de Joaquín Mortiz, albergó a casi todos los escritores que dieron forma a la historia literaria nacional de la segunda mitad del siglo XX.<sup>31</sup>

En su ensayo *Volar alto de La Gaceta* del FCE, en su edición de mayo 2005, Eduardo Mejía, nos dice *"Cabe preguntar porqué todos querían publicar en Joaquín Mortiz, y en especial en la serie de Volador (...) pocas colecciones han sido tan pulcras, tan elegantes, tan fáciles de leer aunque a veces los textos sean tan herméticos"*.

El tamaño es muy cómodo de 13 por 11.3 cm., que lo hacía muy manuable, el lomo pocas veces se maltrataba, incluso cuando era muy grande, no se quebraba; el papel, grueso y cremado, le daba buen volumen y las páginas no transparentaban; la tipografía, en Baskerville, de 11 en 13 o 12 en 14 puntos, era muy legible.<sup>32</sup>

Uno de los pilares del FCE, es la colección *Breviarios* que ofrece valiosas, útiles y disfrutables puertas de entrada a muchísimos temas de todas las disciplinas humanas. Material e intelectualmente identificables, estos libros sintetizan una de las grandes metas de todo editor: ofrecer un conjunto armónico de obras.

Existen otras colecciones, donde el tema es más ilustrativo, como la colección de novela gráfica, que edita la editorial Resistencia, con aliados

31. La Gaceta, FCE, número 413, mayo 2005

32. *Ibíd.*

como Patricio Betteo y Bernardo Fernández “Bef”. *“El lenguaje visual retomará la fuerza que tenía en la cultura prehispánica, en la que la información estaba contenida en códigos”*. Cita tomada de una entrevista a Josefina Larragoitia, directora de la editorial, del portal Líderes Mexicanos, sección Portafolios.

En la misma línea, se encuentra la colección del FCE, *A la orilla del viento*, que es una colección de cuentos y relatos; todos son del mismo tamaño y con la misma tipografía, dentro de esta colección están los especiales, que son libros de diferentes autores y con estilos gráficos diferentes, al menos que sean de un mismo autor; pero esto los hace ser idénticos solo porque pertenecen a esa colección.

Para Anaya, las colecciones nunca se van a acabar, mientras haya libros, a pesar de la era digital, el libro nunca va a morir, entonces las colecciones siempre van a existir. (Anaya, 2011)

Quizá no exista un panorama de las colecciones, más bien siempre están ahí; todas las editoriales las hacen, porque les conviene, las necesitan. Mantiene organizado tu acervo y te marca un camino, como se viene diciendo anteriormente.

Puedes tener una colección de dicho autor de más de tres libros, ya se tiene una base, si la colección funciona y el público la pide, ya se posee los lineamientos básicos para sacar más libros; mientras la colección se amplía, la colección se hace más valiosa.

Entonces, en conclusión, las colecciones en México siempre van a existir, a pesar de los eBooks y de todo aquello digital; va a seguir habiendo colecciones mientras los libros existan. Se va a seguir publicando, porque las editoriales las necesitan para marcarse un camino y saber hacia qué público dirigirse y hacia donde van.

La colección en México, es muy diverso y amplio; existen colecciones desde lo más tradicional a lo más práctico, de lo más natural a lo más tecnológico; hay una diversidad de temas. Entonces, existe una diversidad de colecciones, no hay algo específico, sino más bien siempre van a existir mientras los libros se sigan produciendo.

## La colección ilustrada. El libro ilustrado 2.3.4

### LEER EL MUNDO DE LAS IMÁGENES

Hoy en día, la tecnología y los medios de comunicación han hecho sentir la presencia de la imagen en nuestra sociedad hasta el punto en que ellas nos parecen un hecho natural. Estamos tan inmersos en un mundo visual, y el acto de ver nos parece tan cotidiano y evidente, que pocas veces no nos detenemos a analizar “cómo vemos lo que vemos”. Tampoco solemos preguntarnos de qué manera está estructurado lo que vemos y cómo ese orden nos permite comprender lo que está ante nuestros ojos.

La imagen es como un mapa. Presupone un territorio, pero no es el territorio. Es una posibilidad de la realidad, pero no es la realidad misma. La imagen no es aquello que supuestamente muestra, sino que transmite un mensaje que debemos saber interpretar para comprender el uso y función que cumple en un determinado contexto.

La imagen debe ser considerada como un texto, y por tanto como un conjunto de signos que interactúan entre sí. ¿Cómo produce significado una imagen? ¿Cómo llegamos a comprender una imagen? Cuando vemos una imagen, sucede algo similar a lo que sucede cuando nos enfrentamos a una palabra. Si leemos la palabra “árbol”, y alguien nos pregunta: ¿qué es eso?, nadie dirá que “eso” es un árbol, sino que dirá que es una palabra escrita. Sin embargo, el poder de la imagen puede llegar a hacer que alguien olvide que se encuentra frente a una “imagen de un árbol” y no ante un árbol real.<sup>33</sup>

Así como leer la literatura demanda aproximaciones sucesivas y enriquecedoras, donde la experiencia previa del lector aporta una cuota en la construcción del sentido. Así como un texto genera

33. El libro ilustrado y su importancia en el fomento de la lectura. Carmen Bravo, Directora Ejecutiva de Fundalectura, 12 de agosto 2009.



movimientos internos, sentimientos y experiencias a nivel de recepción, del mismo modo las imágenes cristalizan un código que puede ser interpretado.

Una experiencia estética es el primer valor que asegura el enfrentamiento del lector con las imágenes. Pero también implica un ejercicio inteligente de selección de información, asociación de elementos, búsqueda de sentido y adquisición de nuevos registros.

Un rico lenguaje, desarrollado por códigos de líneas, formas, texturas, colores, perspectivas, iluminaciones y volúmenes vitalizan actos autónomos de comunicación. El color, por ejemplo, reproduce una innumerable cantidad de contenidos. Sensaciones térmicas de frialdad y calor arrojan las gamas cromáticas: serenidad, miedo, violencia y alegría encuentran resonancia en cada tono.

Distintos niveles de lectura pueden ser interpretados en las ilustraciones. Algunas pistas en los dibujos pueden funcionar como indicio de que algo que va a suceder: la anteportada de *Jumanji* de Chris Van Allsburg, con la caja misteriosa abandonada al pie de un árbol. O sirven como elementos conectivos: la banana en el bolsillo del papá de Ana en *Gorila* de Anthony Browne, establecen una relación entre el sueño y la realidad. O sirven como informantes: la escritura en el espejo de las anotaciones del marchante en la ilustración de Morella Fuenmayor para *Rosaura en bicicleta* (Ediciones Ekaré). O para crear una atmósfera: la suave iluminación de la escena en el dormitorio entre la niña y su madre, creada por Cristina Keller para *Una señora con sombrero* (Monte Ávila Editores).<sup>33</sup>

Leer las ilustraciones es también adentrarse en el fabuloso mosaico del mundo visual. Es palpar las texturas de *La escoba de la viuda*, de Chris Van Allsburg (Fondo de Cultura Económica), o deslumbrarse por las intimistas iluminaciones cinematográficas de *El canto de las ballenas* (Ediciones Ekaré), de Gary Blythe.<sup>34</sup>

La relación entre texto e imagen puede leerse desde el punto de vista del dominio. Si el mayor peso radica en la imagen, existe predominancia de la imagen, pero puede darse el caso contrario en donde el mayor peso recae en el texto y las ilustraciones aparecen de forma esporádica.

En un libro ilustrado la imagen es portadora de significación en sí misma y en diálogo con la palabra. Ilustración, texto, diseño y edición se conjugan en una unidad estética y de sentido. Nada es dejado de lado, el libro es un objeto artístico cuidadosamente elaborado en todos sus elementos.

Es como la sensación de recorrer un laberinto, que abre sus infinitos espacios a salas, recámaras y tesoros cada vez más fabulosos, es el propósito de los lectores en descifrar al libro que habla a través de las imágenes.

### QUÉ ES LA ILUSTRACIÓN

Hasta la aparición de la escritura y durante miles de años, ha sido la imagen la que ha dominado y servido a nuestros ancestros para manifestar las estructuras y formas del pensamiento humano.

En la actualidad, el paisaje urbano amanece renovado cada día con todo tipo de textos e imágenes bajo un denominador común: su naturaleza gráfica. Imágenes en los muros de los edificios, en los postes, en los parabrisas de los automóviles, imágenes que florecen y revuelan sobre el pavimento de las calles. El *homo tipographicus* teorizado por Marshall McLuhan para definir al hombre moderno desde la invención de Gutenberg, ha derivado desde los años cincuenta del siglo XX en lector-consumidor de anuncios publicitarios, imágenes mediáticas y toda suerte de mensajes icónico-verbales.<sup>35</sup>

La ilustración es uno de esos medios para difundir ideas o conceptos que adorna o documenta el texto de alguna publicación. Son imágenes asociadas con palabras. Esto significa

33. *Ibíd.*

34. *La otra lectura: la ilustración en los libros para niños.* Istvan Schritter. Edit. Lugar Editorial S.A. Buenos Aires, Argentina 2005.

35. *La ilustración como categoría. Una teoría sobre arte y conocimiento.* Juan Martínez Moro. Ediciones TREA S.L. España 2004.

que podemos producir imágenes que lleven un mensaje, como las pinturas rupestres o los mosaicos religiosos.

No se trata sino de otra corriente más dentro de la época contemporánea, un movimiento artístico, quizá de menos envergadura y aceptación que muchos otros, pero que sin duda es un medio de comunicación visual, como puede ser la fotografía, el cartel o el cine.

Algunas imágenes de ilustración en que se ha presentado el conocimiento ha traído consigo nuevas maneras de ver el mundo, y con ello, un efecto de retroalimentación en el que nuestra imaginación se dilata hacia nuevos esquemas cognitivos.<sup>36</sup>

El objetivo de esta entonces debe perseguir, ante todo, la creación de nuevos modelos de expresión visual, así como abrir nuevas vías para la imaginación y el pensamiento. Ha pretendido históricamente dar cuerpo estable a una idea u objeto, fijando una representación visual, elaborando un icono o imagen universal reconocible bajo cualquier contexto. Es un campo donde puede desarrollarse un arte figurativo de altísima calidad y con un amplio espectro de modalidades. Cada artista puede ejercerlo a su manera; desde el clásico concepto de la ilustración como interpretación visual, generalmente de un escrito, a la libre creación de un universo propio de un terreno tal vez más cercano a la pintura.

La ilustración persigue antes que nada comunicar visualmente optimizando sus recursos, esto es, también a través de la búsqueda de una “buena forma”, de una forma universal, paradigmática o emblemática, de una forma “elegante”, de una forma clara y precisa, de una forma directa e impactante, etcétera.<sup>37</sup>

Sin la imagen como herramienta de demostración habrían perdido gran parte de su eficacia informativa y formativa los libros dedicados a las artes de la arquitectura, a los aparatos mecánicos, a los instrumentos astronómicos, las máquinas de guerra, etcétera.

Las ilustraciones no son meros acompañantes del texto, y mucho menos motivos de ornamentación, sino que complementan y resumen el pensamiento de dicho escrito. Ya

sea, mediante la ilustración científica; que son ilustraciones en donde se aclara mediante una imagen lo que se explica en el texto de un modo realista. Por ejemplo ilustraciones de anatomía o ingeniería; o la ilustración literaria, que es la ilustración de los libros modernos tal y como lo conocemos hoy; o la ilustración publicitaria, que no sólo es para la creación de carteles, sino también para envases y productos variados, ya que ofrece al usuario una visualización rápida de la información a explicar (por ejemplo en folletos de instrucciones); o por la ilustración editorial, utilizada en periódicos y revistas de todo tipo, así como páginas web.

El género de la ilustración se ha ido configurando históricamente sobre la base de las posibilidades que en cada época han ofrecido las técnicas de reproducción de la imagen, que en el pasado fueron los procedimientos tradicionales del grabado y que hoy se extienden a todas las formas mecanizadas, industriales e informatizadas de reproducción gráfica. La aparición de las distintas técnicas históricas de grabado y estampación, están insertas en una dinámica de continua innovación y superación de limitaciones en términos de calidad y cantidad editorial. Así la ilustración también va evolucionando por esa misma innovación en la calidad de las publicaciones y de los mismos impresos en sí; además, también ha generado un desarrollo en la calidad de las ilustraciones.

### **LA COLECCIÓN ILUSTRADA. EL LIBRO ILUSTRADO**

El libro ilustrado puede ser un importante vehículo cultural, original y genuino, en el que concurren activamente palabra e imagen. En lo que sería su definición más coherente podemos afirmar que en él participan dos canales de comunicación y única experiencia, sea de tipo informativo, epistemológico o estético.<sup>38</sup>

Se puede considerar, entonces, al libro ilustrado como una unidad en la que el texto e imagen se aportan y complementan en la búsqueda de una diferente y mayor efectividad sensorial,

36. Apuntes para una historia de la ilustración infantil Iberoamericana. Istvan Schritter, CILELIJ (Congreso Iberoamericano de Lengua y Literatura Infantil y Juvenil). Santiago de Chile 24-28 febrero 2010.

37. Martínez. op. cit.

38. *Ibíd.*

expresividad y de significados, respecto de otros soportes creativos. Como un libro en el que la historia se cuente a través de imágenes y textos de tal manera que éstos se complementen o estén íntimamente relacionados entre sí. Esta reunión de las dos artes que congrega el libro es lo que le aporta singularidad a la ilustración, hallando en esta alianza precisamente su moderna definición como género. Un género donde el lenguaje, a través del texto o del guión, sirve de complemento narrativo a la imagen.

El precursor de la plena integración estética entre verbo e imagen fue el artista británico William Blake (1757-1827). Como poeta, ilustrador y autoeditor fundió en sus creaciones palabras e imagen en una unidad perdida desde la Edad Media.<sup>39</sup>

En su obra impresa se produce la plena identidad de los planos verbal e icónico hasta el punto de formar una unidad compositiva sobre la página. Ejemplo claro de ello son publicaciones como *Song of Innocence* de 1789, *Songs of Experience* de 1794, o sus varios *Prophetic Books* realizados entre 1783 y 1804.

A mediados del siglo diecinueve William Morris señalaría a estos efectos que el criterio más importante de configuración del libro debía ser el grado según cual, tanto las ilustraciones como todos los demás elementos, estaban integrados en clave de unidad. Las ideas de Morris influirían en algunos de los más celebres ilustradores de libros del siglo como fueron Edward Burne-Jones, Aubrey Beardsley o Walter Crane, llegando a exponer este último sus propias teorías en el escrito *Of decorative illustration of books old and new* (1896).<sup>40</sup>

Tanto para Morris como para Crane, la armonía de todos los elementos del libro se hacía indispensable, sumando para ello el texto, la tipografía, el papel, las ilustraciones y la encuadernación. A partir de este momento se hizo necesario considerar la relación mutua entre palabra e imagen, como la base sobre la que había de levantarse la arquitectura y el diseño de todo libro ilustrado.

Se requiere, entonces, que texto e imagen se complementen y enriquezcan. Ordenando la colaboración de ambos lenguajes para crear una lectura conjunta. Un libro donde ambos códigos interactúan de manera intencionada.

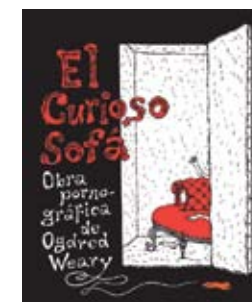
En el libro ilustrado la imagen no está supeditada al texto ni el texto lo está a la imagen. Así como se lee el texto, también debemos leer las imágenes, y para aprehender la particularidad del libro es necesario leer el texto y la imagen como un conjunto.

Esto nos sitúa en un concepto amplio de lectura no restringida al texto verbal, donde imagen y texto toman elementos del cine, la historieta, la publicidad, la plástica, los dibujos animados, los videojuegos y otros lenguajes que bombardean al lector desde su nacimiento y lo acompañan en la escuela, en la casa o en el parque. El lector entra así en conexión con diversas formas del acervo cultural actual y de la tradición, como parte del contenido de una historia pero también en la exploración de sus recursos y posibilidades formales.

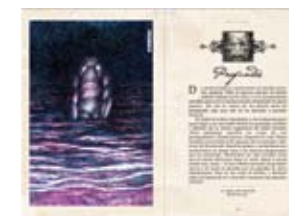
El libro es concebido como la propuesta de lectura actual, acorde con los intereses y diferentes capacidades de los nuevos lectores. Una muestra de la cultura global y de masas donde confluyen distintos lenguajes, referentes y contextos.

Como los libros de las ediciones del Zorro Rojo, desde su fundación en 2004, ha construido un catálogo donde subyace la decidida intención de valorar al libro ilustrado como un espacio de experiencias estéticas y literarias capaces de desarrollar la sensibilidad cultural y social de los lectores. Con una cuidada y elegante edición en todos sus rubros. Ilustraciones con mucho detalles, finura y elegancia, que exalta en cualquiera de sus publicaciones.

Puede ser que el texto resulte comprensible por sí mismo y las imágenes simplemente lo “ilustren”; de ser así se corre el riesgo de que queden reducidas al lugar de adorno. La habilidad del ilustrador, como coautor, está entonces en saber escoger la



■ *El curioso sofá*.  
Ilustraciones de  
Edward Gorey. Zorro  
Rojo.



■ *Bestiario* de Howard  
Phillips Lovecraft,  
ilustraciones de  
Enrique Alcatena.  
Zorro Rojo.

39. La ilustración como categoría. Una teoría sobre arte y conocimiento. Juan Martínez Moro. Ediciones TREA S.L. España 2004.

40. *Ibid*



■ *Macanudo* de Liniers. Sexto Piso.

información a representar, en alejarse lo suficiente del texto como para dibujar sólo lo imprescindible y, en esa operación, agregar sus propios significados.

Hay libros en los que los textos siguen sin necesidad las ilustraciones para poder leerse y disfrutarse pero, no sólo son representables, sino que es posible expandirlos a través de la imagen, sin que esto modifique su interpretación.

En *El cochinito de Carlota* de David McKee escribe la historia del encuentro entre Carlota y un chanchito alcancía estafador. El cuento relata apenas el trabajo de la protagonista, quien ahorra para cumplir un deseo, pero el libro duplica (triplica, cuadruplica) sus lecturas en las imágenes, donde las partes que estrictamente ilustran al texto son mínimas, y se entremezclan con otras historias que pueden descubrirse y rastrearse a lo largo de las páginas, hay incluso escenas de ladrones y personajes robados que funcionan en intertexto con el final.<sup>41</sup>

En este tipo de libros, el ilustrador no solo toma el texto y lo lee, lo analiza, lo interpreta, sino que también ofrece datos en la imagen que agranda la lectura y la multiplica. La imagen narra lo no dicho por la palabra, o la palabra dice lo dejado por la imagen. En un libro ilustrado la imagen es portadora de significación en sí misma y en diálogo con la palabra. Ilustración, texto, diseño y edición se conjugan en una unidad estética y de sentido.

Tal como los libros de ediciones El Naranja una editorial mexicana independiente, que gracias al cuidado de sus publicaciones, ha logrado producir con calidad y con un concepto editorial propositivo, libros dirigidos a niños y jóvenes. Por ejemplo, el libro *Un pueblo lleno de bestias* de Francisco Hinojosa con ilustraciones de Manuel Monroy; o el libro *Los invitados de mi hermana* de Eduardo Cabrera, ilustrado por Leire Salaberria. O los libros de la editorial independiente Sexto Piso, dentro su colección Sexto Piso ilustrado, con libros irreverentes, como *Macanudo* de Liniers, donde lápices, tintas y acuarelas fluyen virtuosas con la poesía y lo

absurdo en un mundo lleno de sorpresas, sus historias caen en lo “chistoso” con la pureza de quien disfruta profundamente de las cosas más tontas de la vida.

La apreciación del libro ilustrado como la de un proyecto gráfico en el que se persigue sumar a la obra escrita toda la expresividad y toda la fuerza evocativa que aporta la interpretación plástica, con el objeto de transmitir una más intensa experiencia estética.

El marchante y editor francés Ambroisé Vollard en sus *Memorias de un vendedor de cuadros*, ha dejado constancia de la complejidad de producción que conllevaba sus hoy memorables *livre d'artiste* ilustrados por Picasso, Matisse o Chagall, al afirmar: “*hay que conseguir que el autor, el ilustrador, el fabricante de papel, el preparador de la tinta, el impresor, el grabador, y el editor, y qué se yo que más, formen, en cierto modo una sola persona.*” Esta persona ideal no era sino el acomodamiento de todos los factores en pos de una única voluntad estética.<sup>42</sup>

En este contexto se destaca el papel del editor, que será en muchas ocasiones quien conciba, promueva y coordine la creación de la obra, siendo su cometido semejante al productor de cinematográfico.

El texto es obra de un escritor. Las imágenes, de un ilustrador. A veces ambos roles los cumple la misma persona. Además de estos dos protagonistas, al libro lo hacen el editor y el diseñador gráfico. Cada vez es más usual que un ilustrador se junte con un escritor a producir un proyecto y que luego se lo lleven a un editor. Puede que cierto escritor vea que el estilo de cierto ilustrador le viene al dedo para un proyecto que esta desarrollando y lo invite a participar, o la inversa, que el ilustrador vea que un escritor hace unos cuentos que son justos para sus dibujos. Puede que sea una idea de libro único, decir fuera de toda colección. O puede que lleven una propuesta de libro para que forme parte de una colección ya creada. De todo esto se ocupa el editor, de seguir de cerca la edición del libro, desde el principio, hasta el final.

41. La otra lectura: la ilustración en los libros para niños. Istvan Schritter. Edit. Lugar Editorial S.A. Buenos Aires, Argentina 2005.

42. La ilustración como categoría. Una teoría sobre arte y conocimiento. Juan Martínez Moro. Ediciones TREA S.L. España 2004.

Cuando los textos y las ilustraciones ya están aprobados, el editor los entrega al diseñador gráfico. Éste se ocupa de ubicarlos de manera armónica y legible dentro de las páginas, de crear códigos que faciliten la comprensión y la lectura, de distribuirlos a lo largo del libro. Otras veces es el texto lo primero que se crea; el editor decide publicarlo y entonces, primero llama al diseñador gráfico para que lo ordene a lo largo de la cantidad de páginas que va a tener el volumen, dejando espacios en blanco donde piensa que pueden ir ilustraciones. Después, se convoca al ilustrador para que dibuje ateniéndose a los textos y también al diseño. El ilustrador puede ser también el diseñador gráfico.

A la hora de armar el libro, y para ordenar no solo los textos y las ilustraciones, sino también las ideas, se hacen *storyboards*: un papel que tiene dibujos en pequeño formato todas las páginas del libro, numeradas un lado de la otra, y agrupadas en doble páginas, como si fuera el libro abierto. Allí se boceta hasta donde llegará el texto de tal a cual página, donde irá ubicada tal y cual ilustración.

Cuando el libro está corregido y se determina entre todos que quedó listo, se hace un original final, que generalmente se entrega digitalizado al impresor para que lo imprima en pliegos. Los pliegos son llevados al encuadernador que los plegará, los coserá, o los pegará y luego los refinará, o sea, emparejará todos los bordes y separará las hojas; ya con todo y cubiertas, formando el lomo. Casi todos los ejemplares son enviados al distribuidor, quien se encargará de distribuirlos por librerías y comercios y listos para ser comprados por sus afanados lectores. Los créditos de las creaciones, ya sean literarias o de las imágenes, por lo regular se deba dependiendo de cada función que realice cada persona, hay veces que el crédito se da al autor del cuento y al ilustrador, otro crédito por las ilustraciones; y en ocasiones la misma persona escribe y dibuja en el libro, y se le da el crédito de las funciones.

Un libro ilustrado debe de ser como un todo armónico, como un proyecto gráfico, que va más allá del diseño del libro: no sólo

ejerce de nexo articulador entre texto e imagen, sino que actúe como una mirada que abarca todas y cada una de las partes, desde lo conceptual (un verdadero proyecto gráfico va más allá de lo estrictamente gráfico) generando por sí mismo nuevos sentidos y fundamentando nuevas lecturas.



# Capítulo III

## Propuesta gráfica

### El proyecto: Colección Bacabes 3.1

#### ¿PORQUÉ UNA COLECCIÓN DE LEYENDAS MAYAS?

Todo comenzó por la curiosidad que me surgió al hacer un viaje a Yucatán. Visitar las ruinas de los grandiosos mayas, esas ruinas misteriosas y mágicas que te envuelven en su entorno. Conocer los pueblos, sus paisajes, a la misma gente. Es una gran ciudad con un pasado esplendoroso. Esto hizo que se abriera en mí un interés particular en la cultura maya; en sus tradiciones, su arte, su literatura, su misterio...

Decidí con esto hacer una colección de libros de cuatro leyendas mayas; como un homenaje a aquella cultura; un homenaje con una visión personal y diferente. No tratar de hacer una copia de la perspectiva que tenían, ni una fiel reproducción de sus representaciones; sino, con una visión más íntima; desarrollada a partir de mis conocimientos editoriales, con una apariencia original y fresca para este tipo de publicaciones.

#### Ermilo Abreu Gómez 3.1.1

**E**rmilo Abreu Gómez (1894-1971), nacido en Yucatán, fue un escritor, historiador, periodista, dramaturgo, y ensayista mexicano. Su obra más conocida, *Canek* (1940), es la recreación literaria de un hecho real en la que proyecta la sensibilidad del pueblo maya por el cual sintió tanto apego.

Los dos elementos de este autor, indigenista e hispanista nos da la clave para entender la cultura mestiza de México. Simpatiza con

los indios, a quienes describe embellecido o estilizado, haciendo eco de sus anhelos, componiendo documentos novelados y comentando la miseria de la raza nativa.

El indio no es olvidado en las obras de Abreu Gómez, representa la luz de estos tiempos como confirmación de la idiosincrasia del pueblo. Sus actividades literarias se dedican a mejorar la sociedad con la virtud y la belleza.

En la escritura de Ermilo Abreu corren con fuerza las esencias del maya, del blanco y en su fusión la del mestizo. Por eso la suya, es la voz profética, la voz que anuncia una nueva forma de encuentro entre el nativo maya y el blanco colonizador. La voz que ha querido recuperar la dignidad de ser llamado y llamarse indio.

También él quería crear una literatura nacional de México, utilizando los temas fundamentales de la abundancia del tesoro legendario de su tierra. Ante todo Abreu Gómez fue dueño y custodio de la palabra. La palabra que al nombrar hace que existan las cosas del mundo. Miembro de la Academia Mexicana de la Lengua, contemporáneo y escritor respetado por las más grandes presencias de la literatura mexicana e hispanoamericana.

Uno de los grandes aportes de Abreu Gómez, es precisamente su libro *Canek*. Representa una visión diferente dentro de ese realismo mágico; busca dar la palabra a los vencidos, a los pueblos originarios, y recuperar su punto de vista.

En una entrevista realizada a Ramón Cuesta director de la Escuela Activa Ermilo Abreu Gómez, nos comenta; *si se hace un estudio comparativo entre el Canek y en buena medida las versiones del Popol Vuh, del Chilam Balam, de Leyendas y Consejas del Antigua Yucatán y los comunicados del EZLN, vas a encontrar una misma escritura, y eso tiene que ver que abrevan de la misma fuente, que es la recuperación de la visión de lo que Guillermo Bonfil llamaba “el México profundo”.*\*

La visión de los vencidos, esa visión soterrada, subyacente, que persiste en el México contemporáneo y que Abreu Gómez

retoma magistralmente en *Canek*, y es lo que al libro le da una universalidad, que ha hecho que se haya traducido al menos a 47 idiomas, según Ramón Cuesta.

Eso tiene que ver con la recuperación de una visión diferente, una comprensión del mundo diferente; *de recuperar una cosmovisión mesoamericana permeada obviamente por Occidente; el mejor ejemplo es el Popol Vuh y el Chilam Balam, que son textos sagrados para los mayas, pero cuya escritura no es en base a los códices, sino a la escritura de la castellanización de las comunidades, una visión mestiza pero que nos es judeocristiana ni de Occidente, ahí recae el primer gran aporte de Ermilo Abreu Gómez.* (Cuesta, 2012)

Otro gran aporte, es la recuperación de la obra de Sor Juana Inéz de la Cruz, y así llamar la atención a la misma, de la que es considerada la primera mujer escritora en castellano.

Otra gran aportación, son sus propuestas didácticas para la enseñanza. Forma parte de una serie de maestros que están contra la enseñanza escolástica y memorística basadas exclusivamente en la memorización y aprendizaje de datos, y propone también al niño como actor; no como sujeto pasivo, sino como actor de su propia formación, de su propio conocimiento.

*Todo lo que ahora se le conoce como la teoría del constructivismo de Piaget; Ermilo, de una manera tal ves más intuitiva ya lo proponía, desde los años 50, en todos sus escritos, de ahí que parte de su obra está escrita para los niños sin subestimarlos, como los libros de las Biografías de Juárez y Morelos o los Cuentos de Juan Pirulero. Ermilo partía de esos principios.* (Cuesta, 2012)

De su dedicada pluma, también surgieron publicaciones como *La Xtabay, El corcovado, Héroes Mayas, La conjura de Xinum, Naufragio de indios*, entre muchos otros. En la escritura de Abreu Gómez se cruzan la historia, las costumbres, retratos propios tomados en diferentes momentos de nuestro existir y expresados

\*CUESTA, Ramón. Entrevista 2012

en una finísima prosa poética. Ermilo Abreu Gómez reivindica el pasado con el presente del mundo maya.

## El libro **Leyendas y Consejas del Antiguo Yucatán**

### 3.1.2

*En la época en la que los hombres aún no contaban las lunas del tiempo, los hombres buenos de la casta de los itzaes habitaron el oriente de Yucatán. De lo que aconteció entonces, los héroes y los dioses de los antiguos mayas tratan estas leyendas que Ermilo Abreu Gómez recopiló con la misma emoción e inocencia con las que escucho de niño.\**

Los capítulos sobre los héroes mayas revelan el alma generosa del autor, su ternura hacia lo indígena y su ideología política basada en la justicia social.

Su manera de contar las leyendas hacen que te trasporten a ese mundo, el cual se imaginaron nuestros mayas.

*Un mundo mágico de fantasmas, monstruos, seres invisibles, flores, pájaros y cenotes se abren paso ante nosotros en las páginas... deja como testimonio del tiempo que "los dioses y los hombres se daban la mano desde las nubes y desde los árboles".\**

Un libro que recopila el imaginario mundo de los mayas, leyendas que fueron transmitidas de generación en generación y que se logran rescatar con tanta finura, por un hombre que enaltece a la cultura maya con sus palabras.

La publicación de estos textos data del año 1961; pero, yo me encontré con una edición del Fondo de Cultura Económica del 2001, dentro de su Colección Popular.

Parte de una época en la que la situación política y social de México, convergen varios elementos. Este libro está escrito en

pleno desarrollo estabilizador, en una época donde los diferentes paradigmas liberales del siglo XIX se estaban haciendo realidad.

*La educación no hará libres, la educación se convierte en un instrumento real de superación económica, o sea, la matrícula en las universidades crece, se acaba de crear el IPN por el Lic. Cárdenas, la actual Universidad de Chapingo; aunado a eso, que está barnizado políticamente; la propuesta central del Callismo, fue la construcción de un nacionalismo revolucionario, que es una propuesta que pasa a permear a la sociedad, especialmente en esta época. (Cuesta, 2012)*

¿Qué es lo que implica en el plano cultural?, la creación de una identidad nacional única para todo México, por encima de las diferencias locales, pero basándose en las historias locales, precisamente, desde esas perspectiva se da la novela revolucionaria, junto a eso se da también, la recuperación de leyendas, de historias regionales; se busca su generalización para construir y cimentar una identidad nacional única.

Abreu Gómez, aporta con estas leyendas una recuperación de un pasado, de una perspectiva de construir un presente para tener un futuro. Un pasado que está muy presente en nuestros días. Esas leyendas que se transmitieron oralmente y siguen todavía vivas en nuestros tiempos. Ermilo Abreu Gómez las retoma y aporta a la construcción de esa identidad mexicana en toda su obra.

Llegué a estos textos, por azares del destino; mientras se investigaba acerca de las leyendas, di con el autor (Ermilo Abreu Gómez), el cual, me dirigió hacia su obra que había publicado, y de ahí encontré el libro *Leyendas y Consejas del Antiguo Yucatán*, que es, como un compendio de leyendas, consejas, fábulas, cuentos; que fueron recopilados de manera sencilla y clara por el buen Ermilo Abreu Gómez.

Un libro que todo mexicano debería tener entre su biblioteca personal; para conocer más a cerca de nuestro pasado y nuestras raíces.

\*Leyendas y consejas del antiguo Yucatán. Ermilo Abreu Gómez. Edit. Fondo de Cultura Económica. México 2001.

### 3.1.3 Colección Bacabes: el proyecto

**H**oy en día, con la tecnología evolucionando muy rápido, no nos detenemos a pensar en nuestros orígenes, en nuestras tradiciones, en nuestros mismo antepasados; que nos influyeron en muchos aspectos de nuestra vida.

Con esta colección, trato de mantener vivas estas leyendas, fábulas, cuentos; y darlas a conocer a todo público, e impedir que desaparezcan en este mundo que va más deprisa y evolucionando más rápido.

Ermilo Abreu Gómez, quería dar a través de su literatura y enseñanza, mensajes a los jóvenes que iban a crecer en el nuevo mundo, y deseaba escribir libros que los hombres del mañana, utilizarán con un mensaje de justicia y libertad para los humildes. Hoy este mensaje sigue muy nuevo y vivo en nuestro mundo.

Al igual que otras civilizaciones, los mayas elaboraron cuentos, leyendas, fábulas, en las que interpretaban el surgimiento del universo y las leyes de la vida. Ahora, estos relatos nos acercan al pensamiento del que fuera uno de los más grandes pueblos de Mesoamérica. Resultado de la experiencia individual y colectiva de un pueblo; así como producto de su imaginación, estos relatos nos ayudan a entender su forma de vida y nos permite la entrada a una de las misteriosas culturas de la historia.

Desde esta perspectiva; me doy a la tarea de retomar cuatro leyendas mayas, haciéndolas una colección de libros ilustrados; como un homenaje a la hermosa cultura maya.

Todo surgió por un interés en particular de esta civilización. En sí el proyecto no estaba planeado para hacer una colección; cuando se empezó a investigar acerca de las leyendas, me

encontré con este peculiar autor: Ermilo Abreu Gómez, no puedo explicar las razones de el porque este autor, por que en realidad fue una casualidad encontrarlo; pero agradezco a esa casualidad porque me abrió una puerta más a la cultura maya de conocer sus visiones y sus tradiciones. Conociendo más de Abreu Gómez, me doy cuenta de la grandeza que fue, y que será siempre; de que todos los mexicanos deberíamos saber quien fue, y tener un poco de conciencia de lo que alguna vez fuimos, lo que Abreu Gómez siempre tenía en su mente y en su alma.

Se pensó primero en hacer una nueva edición del libro *Leyendas y Consejos del Antiguo Yucatán* con algunas ilustraciones incrustadas dentro de los mismos textos. Leyendo las leyendas, los cuentos, las historias, las fábulas; me di cuenta de lo que visualmente podrían ser, si se ilustraran cada una de las leyendas. Visitando librerías, revisando páginas en la Internet, acudiendo a las ferias de libros y por la misma carrera por la que estoy tratando de ser licenciado; me encuentro con un sin fin de colecciones impecablemente ilustrados con una finura y un cuidado en la edición. Como una colección de tres libros ilustrados, llamada *Había una vez un niño* del ilustrador irlandés Oliver Jeffers ([www.oliverjeffers.com](http://www.oliverjeffers.com)), que son muy atractivos visualmente y con una ilustración limpia. Una historia, que aunque es para niños, es atractiva. O los libros de Petra ediciones, una editorial mexicana, que implementa propuestas de lectura nuevas para lectores principiantes, medios y avanzados. O libros de la editorial de Tusquets ediciones, que edita los cómics de Trino y Jis, y también del buen ilustrador Quino.

Todas ellas, tienen en común su atractivo visual, que genera una buena ilustración, junto con una buena historia que te atrapa cuando hojeas los libros. Tienen una correcta línea editorial, que se refleja en lo cuidado de sus ediciones.

Es por eso que se decidió emprender una colección de libros ilustrados; primero se planteo que fueran 3 leyendas; pero, siguiendo investigando de los mayas; me encuentro que

se basaban en el ciclo solar, y a esto le dieron colores en cada dirección del ciclo. De ahí, que se aumentara a cuatro, es decir, a cuatro libros o leyendas, por que son cuatro colores que dan a cada punto cardinal.

Por un momento se pensó en hacer la ilustración con mis propios trazos, pero al ver que no soy tan bueno para eso de dibujar; y estando en una escuela de artes, me empapé de una técnica muy particular, muy refinada y muy antigua: el grabado. Me impregné de autores como los del Taller de Gráfica Popular, de Alberto Beltrán, de Leopoldo Méndez, de José Guadalupe Posada, entre otros. Estos grandes maestros, me abrieron una puerta más a este mundo del grabado en todas sus técnicas. Una técnica, que dentro de su historia, se utilizó para ilustrar libros, que se mantiene hasta nuestros días.

Justamente en esa misma escuela, donde iba a clases, me encontré con un joven llamado Noel Rodríguez, quien estuvo en la licenciatura en Artes Visuales, dentro del taller de grabado. Conocí su trabajo y me atrapó. Un trabajo muy pulcro en sus líneas, con mucho detalle en su gráfica y un gran dinamismo en su trazo.

De ahí que se dirigiera el proyecto a ilustrarlo con grabado, con los dibujos de Noel, por su versatilidad que tiene en sus obras, y por que también esta muy familiarizado con las culturas prehispánicas; aunque muchos de sus temas no sean del tipo prehispánico, pero que de todas maneras mantiene una línea acerca de este tema.

Desde un principio que se planteo este proyecto, es que está dirigido a jóvenes de entre 20 a 30 años de edad aproximadamente. Y también para adultos de edad entre 30 y 60 años aprox. Por que creo, que a estas edades si se logra surgir el gusto al observarla y así adquirirla para leerla, pueda ser como un filtro para que la lectura sea influencia a niños y a jóvenes de menor edad (entre 12 y 18 años de edad aproximadamente). Y así poder lograr atraer el agrado por las cultura prehispánica de la cual se retoman las

leyendas. Donde lo principal es rescatar estas historias que se han ido perdiendo con el tiempo y mostrarlo a nuestra época con una diseño innovador y atractivo visualmente. Que en un largo plazo se pueda extender o crecer con más ilustradores, con diferentes técnicas de ilustración, y más historias o leyendas de otras culturas o de la misma, a lo que podríamos llamarla una colección abierta. Así, más adelante, en un dado caso, que sea con ilustradores que se ajusten a las necesidades de cada colección, pero que mantengan un trabajo muy pulcro en sus líneas y con un gran dinamismo en su trazo.

El proyecto se basa en dos direcciones; y así poder llegar a más gente:

**La primera dirección** es en hacer una colección, digamos así, especial o de arte, donde las características de la misma sean más refinadas, que el papel, sea con un porcentaje de algodón para que el grabado no pierda ese detalle de distinción que lo caracteriza, ya que al imprimir los originales, es un papel primordial para la impresión, ya que absorbe mejor la tinta que se utiliza y con esto hace que luzca al mismo grabado. Con una edición elegante y pulcra, pero también dinámica, para el atractivo hacia el público lector. Con un empaque más elaborado y con un material que mantega la línea que se busca, que sea resistente. También contendría un separador de libros y postales del grabado mejor logrado de cada uno de los libros. Con un tiraje de 500 ejemplares, o si lo es posible de más tirada.

**La otra dirección**, es más económica; un empaque no tan reforzado, pero que sirva para su función; el papel más económico, pero que no se rompa tan fácilmente y con cierta durabilidad; para que en esos casos, sea vendida más en masa y económicamente en su totalidad. Eso dependería de su publicación, más adelante, y del propio posicionamiento de la colección en la primera dirección.

Pero por el momento nos enfocaremos es hacer la colección en la primera dirección, la especial o de arte.



Esta colección se basa en los colores direccionales que los propios mayas dieron al ciclo solar, su principal dios en la cosmovisión maya.

*...la progresión que el ciclo protagonizado por el sol en su peregrinación sin fin, de plenitud a madurez, de vejez a muerte, de desintegración y concepción a gestación, de renacimiento a juventud y nuevamente plenitud...*<sup>43</sup>

La cara del sol, representa la esencia y la verdad, primaria y última: K'in, en maya sol, día, profeta, es la medida de la realidad que incluye todas las cosas, pero como el sol regresa en cada día distinto y es una misma en cualquier nivel, distinta a la realidad misma.

Concibiendo así, que la colección sea como un mundo utópico maya, y que al abrirla o descubrir, descubras este universo y despierte en el que la descubra un interés en conocer más sobre esta cultura. Así desde el logotipo, fue planteado que fuera como el centro de ese universo, y su ciclo son los libros, continuando así como la vida imaginaria de esta misteriosa civilización.

Chäk, rojo, es el color del alba y por tanto, el del oriente, donde nace el Sol; Ek', negro, es el color del poniente, donde el sol entra en los dominios de la sombra y de la noche; Säk, blanco y claridad, es el color del norte, donde se encuentra el Sol en el solsticio de verano; Kän, amarillo y maduro, es el color de la vegetación de temporada cuando muere, como el Sol muere (y renace, por supuesto), en el sur, en el solsticio de invierno.

De estas terminologías se decidió que cada una de las leyendas, o cada uno de los libros se le diera un color dependiendo de un significado que pudiera tener algún concepto de las representaciones de los personajes principales de cada historia.

Así del libro *Leyendas y Consejas del Antiguo Yucatán* se extrajeron cuatro leyendas mayas, las cuatro tienen en común que sus protagonistas en las fábulas son animales, así se sigue con el concepto mismo de ser ese mundo donde los animales juegan un papel importante en el transcurso de la vida misma. Se

escogieron, a partir de hacer una lectura general de todo el libro; de ahí se seleccionaron unas diez, más o menos, de esa última elección se optó por solo cuatro leyendas, que fueron elegidas por su contenido y por su temática, al mismo tiempo, podría decirse, por el aspecto visual que la misma historia puede generar. Se tomó la decisión junto con Noel que funge como el ilustrador-grabador.

Las historias en particular fueron seleccionadas, una buena parte, por que se querían desde un principio historias cortas, que dejarán algún significado, que fueran contundentes en lo que se cuenta. Y también porque, desde que se decidió que fuera una colección se pensó en libros con pocas páginas para que fueran convincentes las historias y ansí pasar al siguiente libro.

Una de ellas es el **El águila**. Tiene el color rojo, color del oriente donde nace el sol, el alba. Según creían, el Sol, el dios que daba la luz y la vida, se convertiría en águila para salir a cazar estrellas. Volaba a diario de oriente a poniente, combatía la noche y renacía victorioso. Además de que esta misma ave representaba para ellos algo importante en sus códices. Es la imagen y ejemplo de los guerreros valientes.

La segunda historia, no es tanto una leyenda, es una fábula llamada **La serpiente de cascabel**. Tiene el color negro, color del poniente, el de las sombras y la noche. Este animal está muy relacionado al dios de la muerte, respectivamente, la diosa de la muerte y con el dios de la Luna y contraparte femenina. Al igual que la noche, según los mayas, cuando los hombres ya están dentro de su casa y todos se disponen a dormir, estos reptiles salen a cazar y empiezan a rondar. Junto con el jaguar y los lagartos se adueñan de la Tierra y de las aguas.

La tercera leyenda, que es una aventura del conejo Juan Tul, la cual se llama **Juan Tul y la ardilla**. Tiene el color blanco, color del norte, claridad y solsticio de verano. Este animalito, se relaciona con el pulque, con la diosa del maguey, la planta de la que se obtiene el pulque embriagante; al igual que tiene mucha relación

43. Arte maya. Esplendor y Simbolismo. Robert D. Bruce. Edit. Iconographik. México D.F. 1990.

con la Luna y sus dioses. Creían que la Luna tiene la imagen de un conejo. Además, el conejo es la representación de la Luna en sí, y en general del mes.

Por último, la cuarta historia, que es una fábula, se llama **Los cuervos**. Tiene el color amarillo, color del sur, donde muere y renace el Sol, el solsticio de invierno. Esta ave está relacionada con el descubrimiento del fruto del maíz, y juega un papel importante en los mitos que se han conservado en los pueblos de Guatemala, acerca del mismo fruto.

Todas estas relaciones están basadas libremente, no traté de enfocarme tanto en el significado de los animales para los mayas, ya que es muy complicado definirlo; pues existen demasiadas interpretaciones y diferentes conceptos del mismo animal, muchos significados para un solo animal, para lo que fue la cultura maya. Lo que se hizo, fue darle el color, dependiendo de alguna representación más importante de entre todas de las que se encontró, y tuviera alguna relación connotativa con los significados de los colores o por el simple hecho del color parecido de su piel o de algún mito relacionado con el animal en cuestión.

## 3.2 Diagramación y Bocetaje

### FORMATO

Desde que se empezó el proyecto, se tenía en mente un formato que fuera manejable y útil, es decir, que fuera una medida que no complicará su transportación, ni complicará el guardado del mismo. De la misma manera, que facilitará la lectura; y fuera atractivo visualmente para que compitiera con los demás en

las estanterías. Además de lo suficientemente cómodo para sostenerlo en las manos.

Se buscó, un formato que no entorpeciera la labor de producirlo, que se ajustará a los pliegos que las mayoría de las imprentas, aquí en México, utiliza; aunque pudiera ser que se pueden imprimir en demás tamaños, pero yo me guíe en estas dimensiones de pliego: 60 x 90 cm y 57 x 87 cm

En un momento, por la naturaleza misma del libro, como libro ilustrado; se pensó en un formato grande, del que por último se escogió, que diera un espacio más amplio para la ilustración y así aprovechar más el atractivo visual que genera una buena ilustración, aunque en un formato pequeño puede ser que también se de ese impacto. Aun así se siguió buscando un formato, que no fuera ni tan grande, pero tampoco tan pequeño. Que tuviera una armonía entre sus lados y cumpliera su función de utilidad.

Es así, que por medio de los rectángulos armónicos o dinámicos, me di a la tarea de sacar varios formatos por este procedimiento. Intentando con varias medidas; por ejemplo, se inventaba una medida de algún cuadrado, en este caso el número 15 y se multiplicaba por la raíz cuadrada ya sea de 2, o de 3, o de 4, así sucesivamente. Hasta que se logró tener una medida que se ajusto a lo que estaba buscando.

De esta manera se llegó al formato de 15 x 21.1 cm, que es casi la media carta. Se obtuvo de un rectángulo de raíz de 2. Un formato que hace más manejable y útil, al libro, para el público en general. Es un tamaño armonioso pero a la vez da la fuerza necesaria a la ilustración. Con lo cual, se evita así, menos desperdicio de papel, y se aprovecha al máximo su totalidad.

### DIAGRAMACIÓN

En un principio, cuando se desarrolló la idea de hacer un libro ilustrado, se pensó en tener una estructura reticular. Que fuera una retícula sencilla, pero que cumpliera con su función de mantener

un orden. Donde en una página, estuviera la ilustración y en la otra todo el texto que representa a la imagen. Una retícula simétrica.

Dado que después se cambió el planteamiento del proyecto hacia una colección de libros, se planteó tener una estructura más sencilla, pero que sí tuviera un orden el texto con la imagen. Es así, que se resolvió en que las ilustraciones fueran a doble página y con un marco blanco de por los menos un 1cm de ancho. Y, los textos de cada leyenda, fueran de 2 a 5 renglones de extensión. Dando con esto un ritmo y una armonía en cada libro de la colección.

Conversando con Noel, en una de varias reuniones; me di cuenta que la ilustración debería lucir más, y que la imagen predominara más en todos los libros; sin demeritar a los textos. Jugar, más que nada, con la tipografía y la imagen, ocasionado algo más dinámico, pero sin perder la armonía ni el ritmo en la página. Es así que se quitó toda estructura reticular y se decidió buscar por otras opciones; una de esas opciones, fue darle un poco más de libertad al ilustrador en cuanto al tamaño del dibujo, pero que se dejaran espacios amplios, para que los textos conviviera con las ilustraciones que se quitará el marco blanco y las ilustraciones fueran a doble página, con sus respectivos rebases, respetando el espacio para el texto en cuestión en cada página, con la extensión, que ya se había comentado. Esto fue muy relativo, ya que no todas las leyendas tienen la misma extensión. Es así que surgió un problema; ya que teniendo los primeros originales de los grabados impresos, quedaron espacios muy grandes o muy pequeños para el texto. Entonces, se decidió que los párrafos no tuviera de 2 a 5 renglones como extensión, como se tenía planteado anteriormente, y se quedara conforme fuera avanzando el texto en cada página. Cada una tiene diferente extensión, ya que no todas las leyendas tienen la misma amplitud de texto. En alguna página quedan 2 renglones y otras más de 5. Con esto no quiero decir, que no se trató de dar un orden o un ritmo si no simplemente que no hay una unidad en la extensión de cada párrafo.

Con este nuevo planteamiento, se dio a los párrafos que todos estuvieran alienados a bandera derecha, y que al inicio de cada leyenda abriera con una capitular de 4 renglones de amplitud. No hay una caja tipográfica como tal, pero se trató que los párrafos tuvieran una anchura razonable y tuvieran una legibilidad óptima para la lectura; y no se perdiera la armonía en cada página. Es decir, una continuidad en cada párrafo.

Es así, que los textos conviven con la misma ilustración, interactúe con ella, que no sea siempre como un bloque. En muchas de ellas, se observa que el texto no queda en el mismo lugar, se varía dependiendo de cada ilustración; el texto debe jugar con ella, en algunas queda como complemento de la misma, y en otras va dentro de la ilustración, van como de la mano para lograr una armonía dentro de la misma colección. Cada leyenda o historia, tiene diálogos; a lo cual en cada diálogo, se dejó una sangría de 4mm para distinguir cuando un personaje hable con otro.

Entonces esta colección por la forma en que fue planteada, no necesitó de una retícula, ya que su temática da para una estructura más libre, no tan rígida ni tan restringida, si no las ilustraciones no resultarían tan atractivas para el lector.

Se quiso hacer más dinámico y dirigible para el público que se esta buscando posicionar y que cada vez está más acostumbrado a ver colecciones de este tipo, que no se torne aburrido y tedioso en la lectura.

### **BOCETAJE**

Las ilustraciones se harán con la técnica del grabado, la cual, es una técnica que le puede dar un toque de distinción a la colección. Una técnica que desde su invención se ha utilizado para ilustrar libros. Se usará, la técnica del grabado más antigua, la xilografía con una variante más moderna llamada linograbado.

La técnica del linograbado es una variante del grabado en madera en la que una hoja de linóleo (a veces montados en un



■ Proceso del linograbado, pegado en la madera



■ Entintado del grabado, y listo para imprimir.

bloque de madera) se utiliza para la superficie en relieve, en este caso se utilizó hule; un material flexible, ligero y fácil de cortar. El proceso de trabajo y las herramientas son idénticos a los de la xilografía, aunque al ser un material más blando, resulta más fácil trabajar. También el proceso de entintado y estampado es similar al de la xilografía.

Prácticamente el único uso que se le sigue dando a la xilografía es el artístico debido a su notorio carácter gráfico, puesto que han surgido muchos otros sistemas de impresión que proporcionan impresos de mayor calidad.

Se pensó, que la técnica de las ilustraciones fueran de este modo, algo como una forma de rescatar este bello oficio. Muchas de estas técnicas se están empezando a perder porque ya nadie las hace o las utiliza, o simplemente ya no interesa.

La técnica te permite dar más detalle, que con la forma tradicional. Da un toque más fino a la misma línea y a todo el grabado en sí. Es una técnica de grabado en relieve, lo que hace que la característica clave de esta técnica sea el fuerte contraste que generan las líneas. Es más fácil obtener determinados efectos artísticos que con la mayoría de las maderas, aunque la impresiones resultantes pueden carecer del carácter granulado de las xilografías.

Escogidas las cuatro leyendas mayas ya con un formato y una estructura establecida, lo primero que se hizo fue partir en pequeños párrafos los textos; para darle en cada página la secuencialidad adecuada para que la historia no perdiera su ritmo. Se tomaron las partes más importantes y se ilustraron; es decir, no todo el texto explica lo que acontece en cada dibujo. Toman alguna acción de lo que se dice en cada historia.

Así fue como se le dieron los textos a Noel para que empezará a trabajar. Se le encomendó, que les diera su visión personal de la historia, con su propio estilo; que no cayera en copiar el arte de los mayas. Su estilo que lo caracteriza como el buen grabador que es.

*Las ilustraciones*

Esa función, de ilustrador, quedo en las manos de Noel Rodríguez; un muy buen artista del grabado, con una trayectoria joven pero prometedora. Estudió la carrera de artes visuales en la Escuela Nacional de Artes Plásticas(ENAP) de la máxima casa de estudios: la UNAM; al cual se le contrato para este trabajo, concediendo así su obra para emplearla, los créditos finales de las ilustraciones quedaran a su nombre en la página de legales del cada libro de la colección.

Para este proyecto Noel, estudió la complejión y la forma de las diferentes especies de los animales de cada historia, dándoles un aspecto mas realista y así como su visión personal a cada ilustración.

Lo primero que se hizo, ya con los textos, fue hacer un primer storyboard general para organizar las ideas y los conceptos clave de cada historia. Luego se pasó a un storyboard, en un formato proporcionado a la medida elegida, para revisar la secuencia de las imágenes e integrar el texto, esto ayudó a constatar la correcta relación de imagen y texto en las escenas, y verificar el ritmo y la continuidad de las historias.

Se trató de dar una personalidad propia a cada personaje, con un estilo propio y más íntimo, dándole al lector muchos mensajes implícitos que no se registran en el texto.

En estas ilustraciones, se acordó dar más detalle, al igual que importancia, a los personajes principales de cada historia. Como en la leyenda, *El Águila*, donde la historia se centra un poco más en esta ave, aunque en algunas partes de esta misma, también, se dio detalle a otras aves, que son nombradas en la misma historia.

Las ilustraciones nos invitan a dialogar, a pensar, a meditar o a reflexionar; nos trasladan a algún momento de la propia historia e invita al lector a recrear la misma.

Las imágenes invitan a detenerse, a mirar cuidadosamente, a fijarnos en los detalles de cada uno de los personajes. Como en la fábula *La Serpiente de Cascabel*, donde se intentó generar una



■ Storyborad general del libro *El águila*



■ Storyborad general del libro *Juan Tul y la Ardilla*



■ Storyborad general del libro *Los Cuervos*



■ Storyborad general del libro *La Serpiente de Cascabel*



■ Segundo storyboard, con formato proporcionado y el texto.

textura visual en la piel y el cascabel de la serpiente, al igual, que de todas las demás serpientes que se mencionan a lo largo de esta fábula. O como en la historia de *Juan Tul y La Ardilla*, donde se da más énfasis a los personajes principales; que es un conejo y una ardilla, dándoles su toque de distinción a cada uno. Ya sea mediante su pelo, o por las misma forma que representa realizar un conejo o la misma ardilla.

No se utilizó la misma apariencia de la que representaban los mayas; es así como en casi todo los personajes se le ha dado su importancia, obviamente que a los animales se enfatizará más, pero eso no hará que demerite a los demás.

En todos los libros de la colección se tendrá grandes ilustraciones, poco texto y situaciones sugestivas llenas de intertextualidad y connotaciones, que dejan en suspenso al lector que necesitará pasar a la siguiente página para entender lo que apenas se insinúa en las anteriores, con la fortuna que puede hacerlo en pocos minutos. Es evidente que la experiencia de “pasar” una página de estos libros tiene matices llenos de magia que conducen instantáneamente al lector a querer saber cómo terminará esta historia sin demora, para satisfacer su curiosidad.

### 3.3 Selección tipográfica

Cuando se tuvieron los primeros bocetos; se empezó a seleccionar fuentes tipográficas. Se compararon con diferentes familias, para observar el funcionamiento de las mismas. Se husmeó en tipografías que la anchura en sus líneas, no fueran tan gruesas, que fueran más delgadas, para que tuviera un poco de contraste con el grabado, ya que el grabado utiliza plastas y líneas gruesas. También se buscó una óptima legibilidad, ya que

como se utilizan bloques de texto cortos, se rebuscó una fuente que evite sobrecargar o cansar a la vista y facilite la lectura.

Desde un principio se investigó en familias de las Sans Serif, tipo que son muy legibles a pequeños tamaños, bellas y limpias a tamaños grandes. Sin embargo, no es tan aconsejable para textos largos, ya que resultan monótonas y difíciles de seguir. Están desprovistas de remates. El contraste desaparece casi del todo con el propósito de que solo prevalezca una “forma pura”. Por su conformación, estas letras admiten con mucho facilidad las gradaciones: cambios en el espesor, estrechamiento, expansiones e inclinaciones. Sus trazos, son más geométricos.

Se pensó en utilizarlas, por la misma publicación que se esta haciendo, una colección de libros ilustrados, donde la mayoría del contenido son imágenes; se quería una fuente que no compitiera con la ilustración, que conviva armónicamente con ella; que la fuente honre al texto. En un sentido que fuera dinámica para su lectura, con una buena legibilidad y diera un cierto ritmo en la continuidad del texto.

Se utilizaron tipos Sans Serif, como Meta, diseñada por Erik Spikerman; que es una fuente con trazos más geométricos, que un principio fue utilizada como un tipo de letra económico para la oficina de correos de Alemania, ya que cumple muy bien las necesidades de comunicación. Pero que para esta colección, no me pareció que funcionaba. Ya que sus trazos, son muy rectos, y la anchura de los tipos hace que no se de el contraste que se busca generar.

Otra de varias fuentes que se compararon con demás familias tipográficas, fue la familia Syntax, diseñada por Hans Eduar Mayer para Stempel Foundry, una tipo que resulta muy legible con una amplia gama de usos, que se basa en la escritura minúscula renacentista y las capitulares romanas de las lápidas. Un tipo que tiene una alta legibilidad pero que me pareció que el párrafo da un tono más estático, ya que sus trazos son un poco más rectos, y me da un carácter muy conservador, al cual se busca dar un ritmo en los textos.



Pero al final la tipografía que quedó seleccionada fue ITC Goudy Sans, diseñada por Frederic Goudy, relanzada por ITC de acuerdo a una licencia de Compugraphic Corporation (precursor de Monotype Imaging). Es una fuente diferente de las demás familias Sans Serif, que tienden a una estructura conservadora. En cambio, esta fuente, es más amigable, mas juguetona, tiene una itálica inusual, y que complementa y resalta el diseño romano. Aunque no tiene una cara Serif, ITC Goudy Sans tiene vínculos definidos con formas de letras clásicas. Es una fuente con excelente legibilidad y que puede incluso, funcionar en textos largos que se adaptan particularmente a las capacidades de la fuente.

Se escogió por su forma en sí en que esta hecha; la línea delgada y no tan exagerada como otras familias, por la forma en que se compone en párrafos; al igual que por su misma belleza en sí.

Esta tipografía refleja esa armonía que se viene buscando desde el principio. Da un toque de elegancia al texto pero eso no le quita el ritmo ni lo dinámico que hace al componer. Aunque es una tipografía que fue hecha ya varios años atrás, todavía se observa muy actual y eso hace que la colección se refuerce más para esta época. Al igual que no desentona con el grabado que arropa cada texto. Es también una tipografía muy legible por el diseño del mismo, ya que no es tan geométrica como las demás.

El cuerpo de texto tiene de tamaño 15 pts. y un interlineado de 17 pts.; valores que se le otorgaron para que fuera legible. Se encontraron estos valores, comparando con demás tamaños de fuente, hasta atinar con el tamaño que fuera legible para la lectura.

A la entrada de cada párrafo se abre con una capitular de 3 renglones de extensión. Por la naturaleza de esta colección, desde un principio, se tenía contemplado que se abriera con una capitular, que fuera impactante y que diera una cierta rigidez a los párrafos. En este caso, siempre se tuvo en mente la tipo de Mexica diseñada por Gabriel Martínez Meave. Que es una fuente,

donde se combina las formas de las fuentes romanas de texto con la geometría de la arquitectura de las culturas mesoamericanas. Una fuente que le da mucha fuerza al párrafo y un acento visual atractivo al inicio de cada historia. La anchura de las líneas y de las mismas formas de los tipos, hace que genere un gran contraste entre el párrafo, la misma letra capitular, y las ilustraciones; sin quitar la armonía que se quiere generar en cada página, con un tamaño de 16 pts.

*Títulos de cubiertas, lomo, portada y portadilla de los interiores*  
Para las cubiertas, la portada y portadilla de los interiores, se utilizó una familia Serif. Se eligió entre muchas fuentes tipográficas que se compararon en su funcionamiento, que tuviera una buena relación con las demás, que no compitieran una con la otra. Es así que se eligió Museo, diseñada por Jos Buivenga de exlijbris Font Foundry.

Una tipografía muy elegante y con mucha versatilidad para la composición de los textos. Sus patines no son tan exagerados, pero le dan su forma de diferenciación de las demás tipografías. Resalta mucho el título, pero no lo exagera de demás. Una buena tipografía que da un toque de distinción a la misma colección en sí.



■ Página interior del libro El Águila de la colección.



■ Página interior del libro Los Cuervos de la colección.

## Selección de ilustración y acomodado con la tipografía 3.3.1

Ya con los grabados terminados, los espacios en blanco dejados en casi todos los grabados, fueron para el texto. En un principio se planeo, que los párrafos tuvieran la misma extensión, pero ya impresos los primeros originales de los



■ Página interior del libro Juan Tul y la Ardilla de la colección.



■ Página interior del libro La Sepiente de Cascabel de la colección.



■ Logotipo en rojo

grabados, los espacios se redujeron o se ampliaron, lo que nos dejó que los párrafos quedarán de diferentes extensiones; pero se trató, fueran armónicos para que el lector no tarde mucho en leerlo y pase más directamente en sí a la imagen, y así, como son pequeños fragmentos, y ya que la imagen es a dos páginas, no se requiere tener párrafos peleados con los demás elementos. Con esto no quiero decir que deba perder su importancia el texto, al contrario, que no deban de estar peleado, sino que simplemente se le facilite y sea más agradable a la lectura, que tengan una relación entre sí.

En cada grabado va asociado a un texto, tal vez no lo explique en su totalidad la imagen, sino toma la idea principal que dice cada leyenda, pequeños fragmentos, pero que explican todo lo que dice la leyenda en sí. Que sea como un todo armónico, donde la imagen conviva agradablemente con el texto.



■ Logotipo en blanco

### 3.4 Logotipo de la colección



■ Logotipo en amarillo

#### COLECCIÓN BACABES

*Bacab* (o en plural *bacabob*) es el nombre genérico en el idioma maya yucateco, empleado para referirse a las cuatro deidades prehispánicas de esta cultura que habitaba en el interior de la Tierra y sus depósitos de agua, cuya principal tarea consistía en sostener el firmamento. Así, se llama la colección, por tratar de imaginar que la misma colección sea como el pequeño mundo



■ Logotipo en negro



Logotipo de colección

imaginario de los mayas. No solo por lo que imaginaron, sino también por lo que escribieron.

Cuando se empezó el desarrollo de la colección, desde un principio, se pensó en un diseño con mucha economía visual, pero que fuera atractivo para el público. Es así, que se generaron formas sencillas, con líneas de un espesor no tan ancho y de un solo color. Es por eso, que se creó un logotipo con una apariencia muy elemental. Un trazo sencillo en alto contraste.

Por el mismo concepto del mismo logo, de imaginarlo como el centro de algo, se creó una forma de caparazón de tortuga, ya que el caparazón para los mayas simbolizaba la forma circular de la Tierra y también se utilizó como instrumento musical. Como una forma de tener el mundo en tus manos según los mayas. No se quiso hacer un caparazón realista, es decir, dibujado de una forma metódica y con mucho detalle, mas bien se hizo de manera intrínseca, más personal. Se empezó por dibujar varias formas de caparazón, se tomo algunas referencias de ellos, y se fueron deformando, hasta que se encontró el adecuado. El trazo de la forma fue hecho a mano, y luego vectorizado, o dibujado digitalmente. De la misma manera son las letras del nombre, hechas a mano. En sí el logo, trata de dar esa idea, como el punto central de todo, como si ese centro, dirigiera la mirada hacia el desarrollo de la vida misma.

Se trató que el nombre impusiera más que la forma misma, para que al mirarlo, fuera lo primero que te atrajera visualmente hablando.

En sí, el logotipo no tiene ningún color, solo es el trazo, se planteo de esta manera, para que no tuviera problemas de color, al colocarlo en algún fondo. El logotipo puede ser usado en diferentes colores o en diferentes tonos. De esta manera, el logo, en cada cubierta de cada libro, está relacionado con los colores asignados a cada uno, es decir, el libro de *El Águila* es el rojo; el de *Juan Tul y la Ardilla* en blanco; el de *Los Cuervos* en amarillo y el de *La Serpiente de Cascabel* en negro; el trazo de las líneas

es en un tono del color café, representado así el color de la tierra, reforzando así el concepto que se desarrolló desde en un principio para la colección y para el mismo logotipo.

El color que se le asignó, se le colocó, como relleno de las letras dibujadas a mano, así, cada logotipo, de cada libro, esta relacionado con el color de la contracubierta, y las formas de cada cubierta. Dándole así, acento visual al nombre de la colección. Lo que hace que sea el mismo logotipo, es la misma forma en si, pero diferente en el color relleno.

Junto con el nombre de la colección, el logotipo representa el mundo por los mayas, ese mundo fantástico y misterioso, que hizo de esta cultura una de las más importantes.

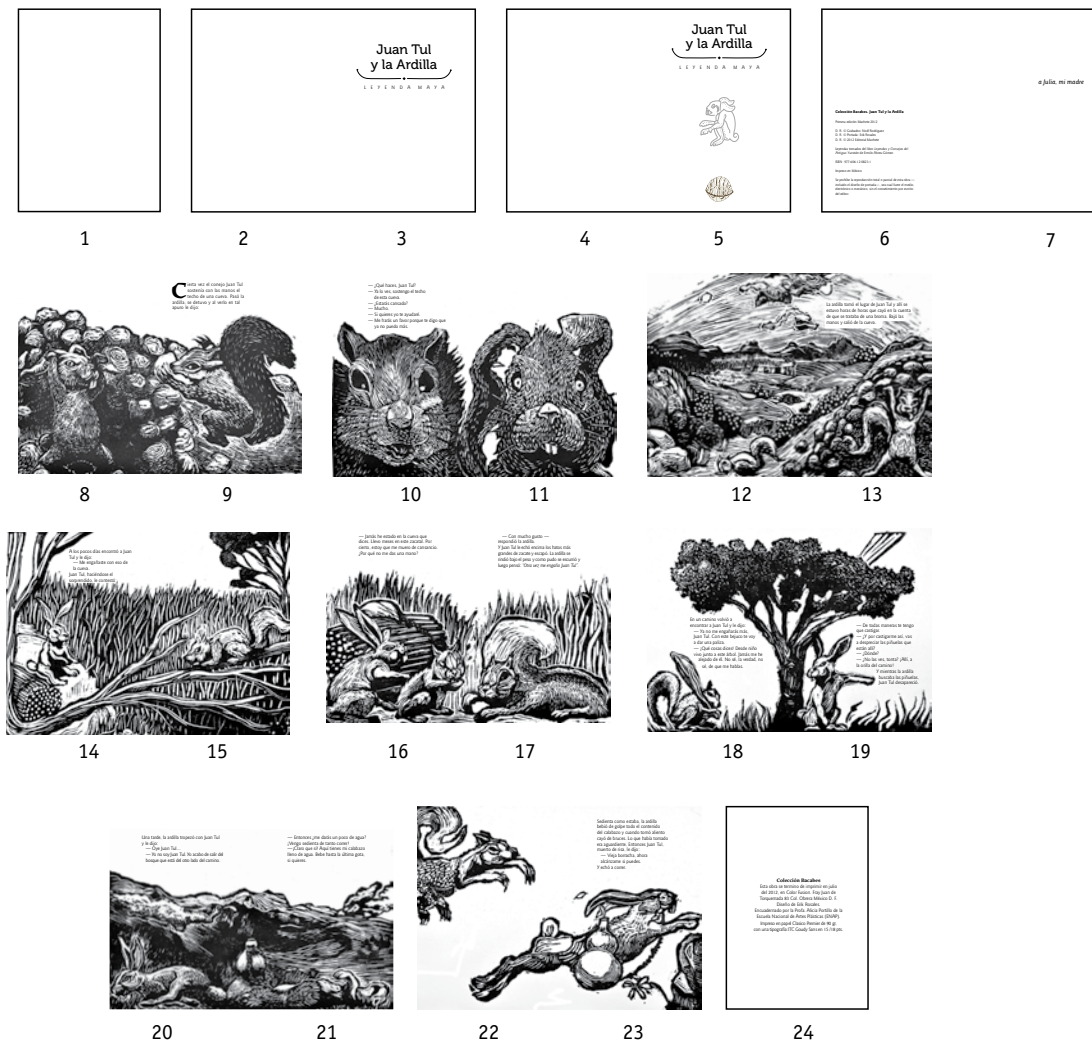
### 3.5 Interiores y cubiertas

#### INTERIORES

Ya con los grabados terminados y con los textos colocados, en el lugar asignado para cada uno. Se desarrollo una estructura editorial. Es así, que al abrir cada uno de los libros, se empieza con una hoja de respeto, para seguir con una portada, y después con una portadilla; detrás de esa página, los legales y ya en la siguiente página un agradecimiento. Después de todo eso, va el contenido, o sea, toda la leyenda con sus ilustraciones, y al final un colofón; lo que nos da un total de 24 páginas para cada libro de la colección. Cuando se planteó la colección, se busco que se quedara en 16 páginas, pero no se había contemplado las páginas que la mayoría de los libros tienen: una hoja de respeto, portada, portadilla y colofón, es así que se aumentaron al número total final.

Para la portada y portadilla, se utilizaron las mismas fuentes tipográficas, de títulos y subtítulos que las de las cubiertas y así

#### ESTRUCTURA EDITORIAL DE LOS INTERIORES DE LA COLECCIÓN



Estructura interna del libro Juan Tul y la Ardilla



■ Cubierta libro  
*El Águila*



■ Cubierta libro  
*Los Cuervos*



■ Cubierta libro  
*Juan Tul y la Ardilla*



■ Cubierta libro  
*La Serpiente de Cascabel*

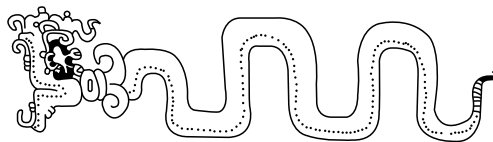
mantener una unidad en la colección. Con un elemento de mera decoración, pero que se hizo con la misma apariencia a los trazos o formas que adornan la cubierta.

En los textos, se utilizó una tipografía ITC Goudy Sans, en un tipo llamada *book*, de un tamaño de 15 pts. con un interlineado de 17 pts., para darle un buen espacio entre cada renglón y facilitara a la lectura. Así dándole una óptima legibilidad a los párrafos. En la portadilla, también lleva el glifo, de cada animal respectivo de cada libro, junto con el logotipo de la colección, como de igual manera está en cada cubierta. En la última página, lleva un colofón, con los datos donde se imprimió; quien hizo el encuadernado; el tipo de papel y la fuente tipográfica que se utilizó para los textos.

### CUBIERTAS

En lo que se refiere a las cubiertas de los cuatro libros de la colección; en un principio, se pensó en utilizar un grabado como portada. Pero cuando se acomodó con la tipografía y los elementos que lleva cada cubierta, se notó que no funcionaba de una manera correcta. Quedaba muy saturado, es decir, con muchos elementos, que competían uno con otro. Lo cual nos daba, que se generará, un contraste muy alto entre todos los elementos.

Ante ese problema, se planteó una nueva cubierta con un diseño más económico, visualmente hablando, con menos elementos de los necesarios. Así, se generaron dibujos de formas sencilla y con un trazo simple; con la pura intención de decorar la cubierta.



*Glifos tomados del libro Las imágenes de animales en los manuscritos mayas de Eduard Seler, edit. Casa Juan Pablos.*



Se dibujaron, también a mano y después trazados digitalmente. Simplemente se desarrollaron como adorno, para atraer la vista del lector hacia el título de la misma. El color lo dictó, como se le asignó a cada libro, ya comentado en anteriores capítulos, es decir; el libro de la leyenda “El Águila”, es el rojo; el de “La Serpiente de Cascabel” el negro, el de “Juan Tul y la Ardilla” es el blanco y por último el de “Los Cuervos” es el amarillo. Estos colores se utilizaron para las contracubiertas; ya que para las cubiertas se utilizaron colores que combinaron con los colores ya asignados anteriormente, y que mantuviera una armonía en la misma. Insistiendo con el concepto de tener una economía visual, se utilizó un fondo de triángulos, como meramente de adorno, para dar un atractivo visual y no quedará, también, como un simple color plano.

La tipografía que se utiliza en las cubiertas son Museo Sans, en la parte del título; el subtítulo es ITC Goudy Sans. Unas tipos muy refinadas y elegantes, que concuerdan con el diseño de la misma cubierta, y siguen manteniendo una unidad en la misma colección.

En la contracubierta, cada libro también llevará un glifo maya de cada animal, según la representación de los mayas o más bien de cómo lo plasmaban en sus códices o demás lugares de importancia.

El glifo del águila, es del *Códice Tro 18c*. El de la serpiente de cascabel, es del Manuscrito de *Dresden 62*. El de Juan Tul, que es un conejo, que aparece en la hoja 61 del Manuscrito de *Dresden* y, el de los cuervos, que es el descubridor del maíz, es del *Códice Tro 31d*. Los cuales también aparecen en las portada interior de los cuatro libros de la colección. Cada uno lo lleva para representar al animal del que se está hablando y que mejor que las representaciones de los mismos mayas



## 3.6 Creación del empaque

Si guiendo con el mismo concepto de la colección, se hará un empaque el cual en si represente como algo secreto, que al estarlo abriendo descubras el mundo de los mayas. Como algo sagrado, que se ha mantenido escondido y apenas los estas descubriendo. Con esto se podría decir, que es lo que trata de reflejar esta colección, que explores y descubras esta asombrosa cultura.

Antes de llegar al empaque final, se hicieron varios prototipos, buscando el empaque que cumpliera su función, y asemejara el concepto que se viene buscando. Así, se encontró un empaque adecuado y congruente, que te atrae para que lo abras y descubras lo que se encuentra adentro.

Estará hecha de cartón doble cara, que es un material económico, que puede ser doblado fácilmente; se escogió, por la durabilidad que tiene y la resistencia que pueda generar. También porque puede ser reutilizado para hacer otras cosas. Desde un principio que se planteo hacer un empaque, se tuvo en la mente este tipo de material.

En un comienzo, ya teniendo el empaque terminado, se probo con varios acabados; en varios prototipos que hicieron; se probo con el Hot Stamping, o también se trato con un acabado de troquelado del logo en la parte de enfrente del empaque. Pero, se buscó un método más rápido y económico, que diera un poco de realce y con relieve, al cual se sintiera al pasar los dedos. Se escogió y tendrá acabado en serigrafía, ya que se puede utilizar para imprimir en prácticamente cualquier material, es un método de impresión rápido y económico, también proporciona altos niveles de color y solidez a la luz. Será en color negro, en la parte del lomo con el nombre de la colección. En la parte de enfrente,

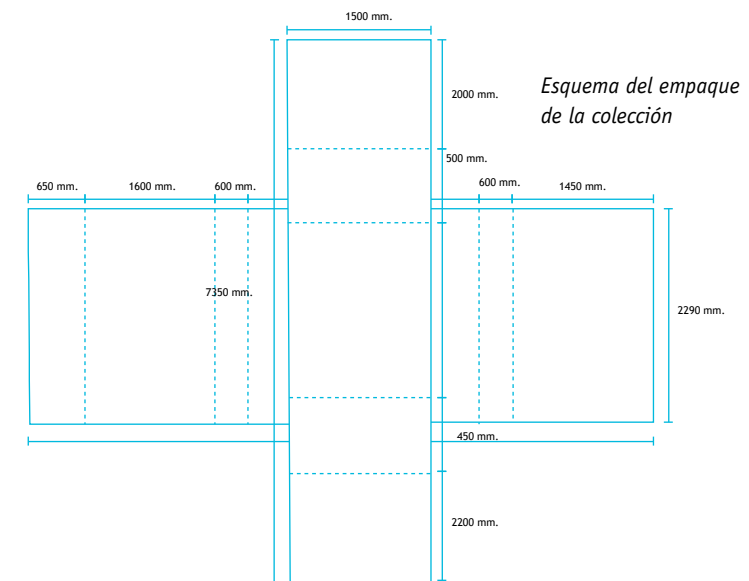


■ Empaque de la colección.

se hará, igual en serigrafía, del logotipo de la colección, igual del mismo color, para mantener la unidad, con el mismo acabado del lomo; dándole así también elegancia y economía al mismo diseño. Con un barniz de selección en el logotipo y en el nombre de la colección en el lomo, para darle un resalte y la importancia que tiene en sí la colección.

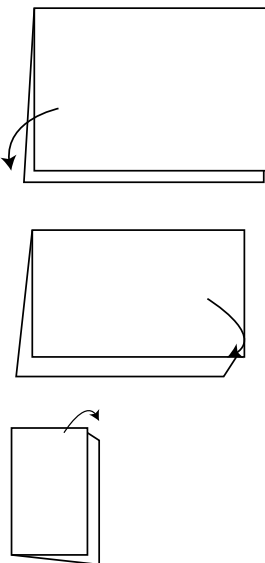
Ya en la parte interior del empaque, se hará, también en serigrafía un caparazón, en color negro y a línea; llevándote de la mano, para que descubras el interior del mismo, y se siga en el concepto que ya se tenía.

Como el mismo empaque, ya terminado, todo cerrado, parece como un libro y la mayoría que lo toma lo abre de otra forma, de la correcta; así que se le dará como un guía, poniéndole un cordón para abrirlo de la manera correcta, y así tener la continuidad que debe tener el empaque cuando se está abriendo.





### 3.7 Producción de la colección

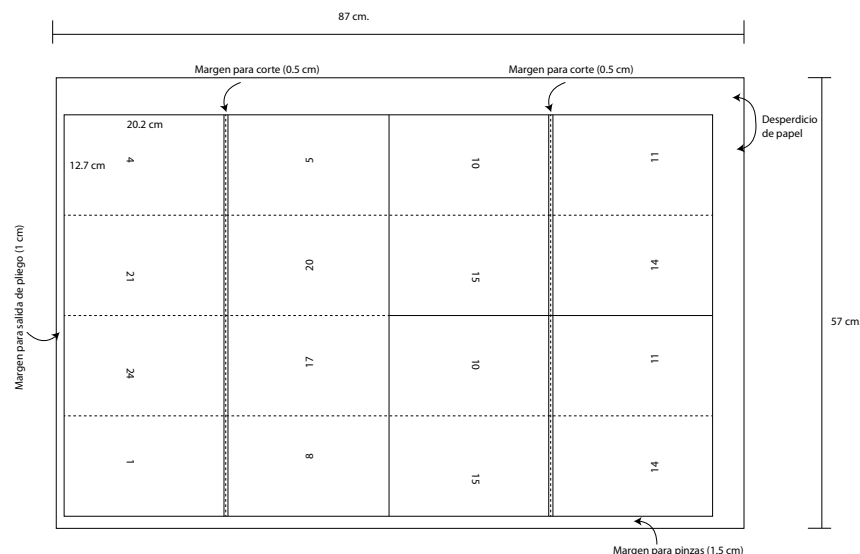


■ Dobleces del pliego

#### IMPOSICIÓN

Teniendo, que en cada libro el total de páginas es 24, y se imprimirá en un pliego de 57 x 87 cm., la imposición en el mismo, tendrá que ser: que en la mitad del pliego, nos da 16 páginas, con lo cual, en la otra mitad de pliego, en un cuarto, nos da las 8 páginas que faltan para dar el total, y con el otro cuarto que sobra, lo que simplemente se hará es duplicar esas mismas páginas (o duplicar la placa), para evitar el desperdicio de papel. Así, cada libro tendrá dos cuadernillos, uno de 16 páginas y el otro de 8, que después de ser plegados, uno de ellos se insertará en la parte de en medio del otro; se hizo así por la cuestión de la encuadernación.

Se dejará un margen apropiado para las pinzas, que es de 1.5 cm, y también para los cortes o refinados de los cuadernillos y para la salida del pliego, que es igual de 1.5cm. Lo cual hará que el desperdicio de papel sea mínimo y el tiempo de utilización sea también mínimo.



Imposición en el pliego (frente)

#### PAPEL

El papel con el que se hará la colección es Clásico Premier de 90 gr. color marfil, un papel que contiene algodón entre su fabricación; absorbe y resalta el color de forma tenue y hace que su luminosidad aumente. Un papel también que es muy elegante, el cual le da un toque de distinción al mismo contenido de la obra. Un papel que va de acuerdo a las necesidades del mismo concepto y de la obra en particular.

Con esto se trata de dar a la colección una notoriedad y al mismo tiempo una estabilidad; y reforzará al mismo concepto en sí. Se llegó a este papel, después de estar indagando y probando con demás papeles; pero que desde un principio se busco papeles que alguna manera tuvieran una textura como el papel Guarro, el cual regularmente se utiliza en la impresión de los grabados; y tuviera un porcentaje aceptable de algodón entre su fabricación.

Para las cubiertas, se utilizará un papel Domtar Cougar White de 118 gr., un papel de tono mate que resalta excelente el color de las cubiertas. Y que resalta de manera atractiva las cubiertas de cada libro. Se cambio de papel, por un gramaje más alto para la protección del mismo, también por que se buscó desde un principio un papel diferente que resaltará el color de las portadas.

El papel se tratara que se use a hilo, para que se haga mas fácil el plegado, y tampoco dificulte la encuadernación.

Y en las guardas se utiliza cartulina de color, dependiendo de cada color del libro de la colección, para darle un poco más de resistencia y protección a la encuadernación y al mismo libro en sí.

#### IMPRESIÓN

La impresión se hará en Offset en seco de cuatro tintas, es decir, en cuatricromía para las portadas y para los interiores a una tinta. Es uno de los procesos de impresión rápidos; también te da una buena reproducción en el detalle de las imágenes. Tiene una puesta de punto más rápida y por último, porque es uno de los tipos de impresión más barato y actualmente el más utilizado.

**ACABADOS***Encuadernación*

Para dar presencia, conservación y durabilidad a las historias se ha decidido que el encuadernado sea en pasta entera, tapa dura con lomo cuadrado, ya que como son pocas páginas, tiene que tener más protección, también para que tenga una proporción agradable con el cuadernillo en sí. El cartón que se utiliza para la tapa, es un cartón comprimido de 4 puntos.

La estructura interna que es de 2 cuadernillo permite el cosido con pespunte seguido de 3 perforaciones con hilo de algodón. El cuerpo del libro se une a la cartera con guardas pegadas en color rojo, o dependiendo del color que le toco a cada libro, para darle vistosidad y refuerzo.

Tiene un lomo cuadrado, para que los cuadernillos, queden mejor pegados hacia él y no quede mucho espacio entre el cuadernillo y el mismo lomo. En el mismo lomo se dejará el color que corresponde a cada libro, para así poder formar el ciclo del sol para los mayas que se le esta dando al concepto de la colección y que ya se ha sido explicado con anterioridad.

Este tipo de encuadernación esta tomado en cuenta por la flexibilidad que da al abrirse, por la misma resistencia y durabilidad que genera.

Se hicieron varias pruebas con el encuaderno de los libros; se hizo una prueba con lomo redondo, por las pocas páginas que contiene, pero que no se ajustó a las necesidades que se busca y se mencionaron en párrafos anteriores. También se hizo un encuadernado, pegado en sus páginas; pero que no le daba la resistencia adecuada que se necesita. Así, se probó, hasta que quedo el adecuado.

*Laminado*

Se tendrá también otro acabado, el laminado en plástico en las cubiertas, para obtener más durabilidad, y más resistencia al mismo libro y pueda ser tratado con dureza.

**Propuesta final 3.7.1**

## 3.8 Comercialización

**D**esde que se empezó esta colección, desde un principio se creó como un proyecto personal, algo así como más artístico, como una satisfacción propia de ofrecer una homenaje a la cultura maya. Es así, que en dado momento pueda ser publicada para la venta hacia el público que está dirigida, para jóvenes lectores, y para lectores ya adultos, y dar a conocer a esta maravillosa cultura.

Se partirá de la edición pensada como de arte, ya que se considera que si se logra posicionar en el gusto del público dirigido, se podrá introducir más material o otros productos relacionados con la misma colección, o una edición más económica y así atraer a otros sectores de la población.

Es por esto que este apartado, se toman consideraciones más generales, más como un plan de trabajo a mediano y largo plazo. Es lo que se buscará hacer con este proyecto en particular para hacerla una realidad.

Se considera hacer una edición de manera independiente, con un tiraje de 500 a 1000 ejemplares, ya sea buscando una beca o una inversión por parte de alguna institución que le interese el proyecto.

Desde un comienzo se entrará al concurso que organiza el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes; Programa de Fomento a Proyectos y Coinversiones Culturales, que se organiza cada año, que da un financiamiento para la producción, distribución y promoción del proyecto.

Otra posibilidad que también se considera será enviar el material de la colección a Palibrio, una empresa diseñada para promocionar servicios de auto publicación para idioma en español, donde te brindan las herramientas necesarias para que el libro se haga una realidad.

Estas dos posibilidades serán las primordiales que se buscará para la publicar la colección, pero que si no lo es posible, se tratará por otros medios;

como presentar el proyecto al Fondo de Cultura Económica, ya que el libro de donde se tomaron las leyendas, esta publicado por esta institución. Se pretende plantearles el proyecto para publicarlo y no gastar en los derechos de reproducción de los textos, o poderse asociar con alguna editorial independiente o alguna otra editorial comercial y así también poder publicarla.

### *Aspectos legales*

Para los textos, que son retomados de Ermilo Abreu Gómez, los derechos de reproducción están a cargo de su heredera Juana Ines Abreu, su hija. A quien se contactó por medio de la Sociedad General de Escritores de Mexico S.G.C. de I.P. (Sogem), a esto el precio de los mismo es de \$10,000.00 de anticipo y 10% sobre el precio de venta al público, con cual se hará el respectivo pago junto con el trámite para su reproducción.

En lo que se refiere a la colección el tramite que se realizará es ya teniendo el permiso de reproducción, el siguiente tramite que se realizará es ante el departamento de registro del Instituto Nacional del Derecho de Autor, para registrar el nombre de la colección, el logotipo, el diseño en sí, es decir, el proyecto editorial que se está desarrollando. Se llena un formato llamado Indautor 001, se pagan derechos por la inscripción el cual cuesta, \$198.00 M.N. o el monto vigente de conformidad con el artículo 184 fracción I de la Ley Federal de Derechos. y en un término de quince días hábiles (Artículo 58 del Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor); se le regresa el certificado de registro correspondiente.

En el caso de las ilustraciones, el crédito es para Noel, ya que se le contrato para este trabajo y se le pagó por las ilustraciones o grabados. Es como una sesión de derechos de obra pero que un momento dado, cuando la publicación este posicionada, darle regalías por la venta del mismo. Logrando con esto también dar a conocer el trabajo del ilustrador, en este caso el trabajo de Noel.

*Distribución*

En lo que corresponde a la distribución, como lo primordial es que la colección sea producida de manera independiente, es así que se abrirá una página en Facebook, un Blog y una cuenta de Twitter, ya que en estos momentos las redes sociales son una buena manera de llegar a ese público que se busca y nos ayudará, también, en saber que público es la que gusta d la publicación y definir mejor la línea del público al que va dirigido. Tal vez en un momento dado hacer colecciones por pedido mediante estás páginas.

*Presupuesto*

Este presupuesto está hecho por un impresor llamado José Ramírez, quien tiene su imprenta en Juan A, Mateos 20 Col. Obrera, Del. Cuauhtémoc. México D.F.

**Un libro de 24 páginas. Mil ejemplares**

Negativos	\$1,000.00
Impresión 1 tinta interiores y 2 en portada con plasta	\$1,300.00
Papel	\$1,200.00
Acabado en rústico y hot meel	\$3,000.00
Plastificado	\$1,250.00
Caja de cartón con suaje y serigrafía	\$23,000.00
<b>Total</b>	<b>\$30,750.00</b>

Para los **4 libros de la colección:** \$61,000.00

Si se hace en pasta dura:

Para los **4 libros de la colección:** \$175,000.00

A esto le tenemos que sumar:

Permisos	\$10,000.00
Registro de obra	\$500.00
Diseño (Interiores y cubiertas)	\$5,000.00
Grabados	\$8,000.00
<b>Total</b>	<b>\$23,500.00</b>

Lo que nos deja que cada colección nos saldría:

Para una colección sin pasta dura: \$84,500.00. Con lo que cada colección saldría en: \$84.50

Para una colección con pasta dura: \$198,500.00. Con lo que cada colección saldría en: \$198.50

## Conclusiones

**A**l comienzo de hacer esta tesis, lo primero que se pensó fue hacer un proyecto que no complicará su realización, ni me resultará tedioso desarrollarla. Sino todo lo contrario, me sintiera a gusto en hacerla. Desde un principio, se quiso hacer un proyecto editorial que más adelante se pudiera ser publicado por alguna editorial o ya sea publicarlo de manera independiente; es por eso, que no hizo una investigación, sino un proyecto más gráfico. Dado a esto, se decidió hacer un proyecto que satisficiera mi curiosidad por la cultura maya. Pero de una manera más personal, por un momento solo concibió el proyecto como artístico.

Desde un comienzo, mi función en este proyecto era la de diseñador editorial, pero ya en progreso la publicación, por como se fue planteando el proyecto de hacerlo ilustrado por otra persona y por las diferentes decisiones que se tomaron, poco a poco mi función fue siendo la de un editor en busca de crear un nuevo libro.

Con esta nueva función que, por cuestiones de cómo se desarrollo, tuve que estarla ejerciendo; me di cuenta de la gran labor que es un editor y de la importancia que tiene para concebir un nuevo libro. De cómo una persona, llamada editor, junto con un equipo, se puede lograr sacar adelante una publicación armónica y efectivamente. Sino existiera esta persona, tal vez, el libro nunca se publicaría y el equipo editorial sería un caos. El editor es como una partera, que ayuda a dar a luz a un hermoso bebé, en este caso a un libro. Por eso la importantísimo de tener un editor en una editorial o encargada de alguna publicación.

Esta posición se dio porque se hizo un proyecto desde la concepción de un concepto e estarlo desarrollando, buscando a las personas indicadas para llevar a cabo este tipo de proyectos. Lo que tal vez hace la diferencia de ser un diseñador, ya que, por lo regular

al diseñador solo le entregan los textos y las ilustraciones para que las acomode según lo pactado por el editor, aunque también la misma persona pueda hacer lo mismo.

Para este proyecto la autoría de todo lo conceptual y el diseño es pensaba por mí, es por eso que se empezó a ejercer la posición de editor, ya que se buscó a un ilustrador para hacer las imágenes del libro, y que el crédito es para Noel. En algunas ocasiones, el libro puede ser que el ilustrador y el editor sean coautores, ya que desde un principio se juntaron para desarrollar la idea del mismo libro, pero que en esta ocasión solo se contrato al ilustrador para hacer las ilustraciones y no fue autor de lo demás.

Este proyecto llamado Colección Bacabes, desde un comienzo, se eligieron contenidos que te dejará un mensaje, que te impactara desde el principio hasta el final, es por eso que se eligieron cortas historias. Pensadas para un público joven en su lectura y para lectores ya adultos. Con esto, poder, a través de ellos, llegar a jóvenes y niños que empiezan en la lectura y abrirles el panorama para conocer está cultura. Con una edición, como se le llamo de arte, por que creo que si se logra posicionar esta edición, se pueda hacer una tirada más económica, así poder llegar a más gente. Lo que para mí, una edición de arte, no debería de estar catalogada para cierto sector de la población, sino que pueda ser dirigida a otros sectores mediante una buena edición como la que se ha hecho para esta colección; así que realmente no se busca una remuneración económica más alta, sino dar a conocer a estás culturas, y por que no a otras culturas prehispánicas. Además de también, dar a conocer a los ilustradores. Por lo que, en un largo plazo, puedan crecer a otras colecciones con otras culturas y con otros ilustradores.

Este proyecto, me dejó una gran enseñanza en cuanto a nuevos conocimiento y nuevas experiencias; entendí la estructura que esta detrás de un libro, el progreso de concebirlo desde la parte teórica hasta la parte práctica y de producción. De cómo, con una



buena comunicación entre las personas encargadas de hacerlo, se puede crear un buen libro con una óptima calidad y con buenos resultados. Reforzó los conocimientos que ya había aprendido en esta gran escuela y que aplique para este proyecto.

# Bibliografía

AICHER, Otl. Tipografía. Edit. Campgraphic. Valencia, España 2004.

AMBROSE Gavin, HARRIS Paul. Formato. Edit. Parramon. Barcelona, España 2006.

AMBROSE Gavin, HARRIS Paul. Fundamentos de la tipografía. Edit. Parramon. Barcelona, España 2006.

BAINES, Philip. Tipografía, diseño, función y forma. Edit. Gustavo Gilli. Barcelona, España 2006.

BANN, David. Actualidad en la producción de artes gráficas. Edit. BLUMÉ. Barcelona, España 2008.

BHASKARAN, Lakshmi. ¿Qué es el diseño editorial?. Edit. Index Book. Barcelona, España 2006.

BRINGHURTS, Robert. Los elementos del estilo tipográfico. Edit. FCE, México 2008.

BRUCE, D. Robert. Arte maya. Esplendor y Simbolismo. Edit. Iconographik. México, D.F. 1990.

DAVIES, Gill. Gestión de proyectos editoriales. Cómo encargar y contratar libros. Edit FCE, Librería. México 2005.

DE BUEN, Jorge. Manual de diseño editorial. Edit. TREA. España 2008.

DENISON, Edward. Prototipos de packaging. Edit. Gustavo Gilli. Barcelona, España 2007.

FRUTIGER, Adrian. En torno a la tipografía. Edit. Gustavo Gilli. Barcelona, España 2002.

GIMENEZ, Dario. Estamos hablando de diseño editorial. Edit. Index Book. Barcelona, España 2004.

HASLAM, Andrew. Creación, diseño y producción de libros. Edit. BLUMÉ. Barcelona, España 2007.

HERRIOTT, Luke. Packaging y plegados 2. Edit. Gustavo Gilli. Barcelona, España 2011.

JOHANSSON Kaj, LUNDBERG Peter. Manual de producción gráfica, recetas. Edit. Gustavo Gilli. Barcelona, España 2004.

KANE, Jane. Manual de tipografía. Edit. Gustavo Gilli. Barcelona, España 2002.

KLOSS, Gerardo. Entre el diseño y la edición. Tradición cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial. UAM-Xochimilco, México 2002.

MORO MARTÍNEZ, Juan. La ilustración como categoría. Una teoría sobre arte y conocimiento. Ediciones TREA S.L. España 2004.

SAMARA, Timothy. Diseñar con y sin retícula. Edit. Gustavo Gilli. Barcelona, España 2004.

SELER, Eduard. Las imágenes de animales en los manuscritos mexicanos y mayas. Edit. Casa Juan Pablos. México 2004.

SCHRITTER, Istvan. La otra lectura: la ilustración en los libros para niños. Edit. Lugar Editorial S.A. Buenos Aires, Argentina 2005.

VILLEGAS TORRES, Martha Fabiola. Alberto Beltrán y el libro ilustrado. CONACULTA. México 2007.

WOLL, Thomas. Editar para ganar. Estrategias de administración editorial. Edit. FCE. México. 2003

ZAID, Gabriel. Los demasiados libros. Edit. Random House Mondadori. México, D.F. 2010.

La Gaceta, Fondo de Cultura Económica (FCE), número 413. Mensual. México, D.F. mayo 2005.

Artículos:

- Para qué sirve una colección editorial. Laura Lecuona
- Volar alto. Eduardo Mejía
- Una modesta enciclopedia. Adolfo Castañón
- Brillo de La Pléiade. Christian Moire
- Palmarés de la colección

Documento de la ponencia, *El libro ilustrado y su importancia en el fomento de la lectura*. Carmen Bravo, directora ejecutiva de Fundalectura. Colombia 12 de agosto 2009.

Documento de la ponencia, *Apuntes para una historia de la ilustración infantil Iberoamericana*. Istvan Schritter, CILELIJ (Congreso Iberoamericano de Lengua y Literatura Infantil y Juvenil). Santiago de Chile 24-28 febrero 2010.

Web:

[eprints.ucm.es/9578/](http://eprints.ucm.es/9578/)

<http://www.revistadeartes.com.ar/revistadeartes%207/ellibroilustrado.html>

<http://ilustrandoenmexico.blogspot.mx/2009/09/breve-historia-de-la-ilustracion.html>

<http://www.cuatrogatos.org/articuloilustracion.html>

Entrevistas:

Thomas Granado, editor de la editorial Librería. 2011

Josefina Larragoitia, directora de la editorial Resistencia. 2011

Graciela Anaya, editora y correctora de estilo independiente. 2011

Astrid Stoopen, editora de la editorial Lenguaraz. 2011

Ramón Cuesta, Director Escuela Activa Ermilo Ábreu Gómez. 2012