

valor agregará a su usuario y por ende repercutirá en el precio del mismo y en el retorno de inversión por parte de la empresa contratante.

Existen otros aspectos que son importantes considerar que se encuentran en el exterior de la empresa de Diseño Industrial y que impactan los precios y éstos son:

- El Nivel de Demanda, está conformada por las empresas industriales del país, las cuales se caracteriza por ser dependientes tecnológicas, poco productivas y de calidad y diseño de producto poco competitivos con los mercados internacionales. Aspectos que, por un lado hace que el Diseño Industrial en el país tenga un panorama de múltiples oportunidades, pero por otra parte, la dependencia tecnológica y el rezago tecnológico de las maquinarias y de los equipos de muchas industrias hacen complejo el desarrollo de ciertos proyectos de Diseño Industrial. Otro aspecto que juega en contra, es el poco conocimiento que la demanda o cliente potencial tiene sobre el beneficio que le proporciona el uso de esta disciplina. Para paliar este aspecto, es recomendable que la empresa de Diseño Industrial efectúe una comunicación de marketing, en la que haga hincapié en los beneficios que ésta disciplina genera en las organizaciones industriales.
- La Situación Económica del País y del Sector Industrial, con una inflación interanual del 2007 del 22,5%, se

debe ser cuidadoso con la influencia de la inflación en el precio, por ello resulta importante, que los presupuestos y contratos de trabajo incorporen una cláusula que permita incrementar el precio si las condiciones de inflación se modifican en el transcurso de desarrollo del proyecto.

- Oferta y Competencia, las empresas constituidas de Diseño Industrial en Venezuela son sólo 7, por lo escasa de la oferta empresarial en ésta área, se puede decir que el tipo de mercado según la competencia que rige es el Oligopólico imperfecto, con elasticidad precio mayor que uno. Bajo esta estructura, hacer acuerdos de precios resulta una estrategia apropiada, la idea es lograr acordar un precio que les asegure ganancias extraordinarias a todas.

Referencias bibliográficas

- Nagle, Thomas T y Holden, Reed K (2007). Estrategias y Tácticas de Precios: Una Guía para Tomar Decisiones Rentables. (3ª Ed), Editorial Prentice Hall.
- Piazza, Jorge (2004). Cómo Presupuestar Diseño. Editorial CommTools. (1ª Ed.). Buenos Aires. Argentina.
- Sanz, Félix (2002). Diseño Industrial. Desarrollo del Producto. Editorial Thomson. 1era Edición. Madrid España.
- Schiffman, León (2005). Comportamiento del Consumidor. Editorial Pearson. (8ª Ed). México. 5. Velasco González, Emilio (1994). El Precio, Variable Estratégica de Marketing, Ed. McGraw-Hill.

Taller de diseño editorial

Entre corondeles y tipos

Daniel Ghinaglia

Introducción

El desarrollo de las nuevas tecnologías ha permitido el avance de las comunicaciones, al igual que la producción de los medios de comunicación. La globalización ha desarrollado una nueva forma de crear material editorial: se escribe en Nueva York, se diseña en Londres, se imprime en China y se distribuye por todo el planeta. Esta inmediatez y eficiencia en la producción de productos editoriales es parte del nuevo siglo, que implica estar más informado, obtener el conocimiento de forma directa y en algunos casos hasta gratuita. Los tiempos en que el conocimiento yacía en manos de unos pocos y que la producción de libros era una labor artística y artesanal, son apenas reminiscencias históricas del que hacer editorial, tipográfico y del diseño.

Son tan sólo quinientos años de avances que permitieron masificar la información, pero los adelantos significativos en materia de sistemas de impresión y tecnologías informáticas se remiten al pasado reciente siglo XX. Sin duda que la labor de aquellos que ofrecieron su trabajo y su dedicación al desarrollo de teorías, reglas, propuestas

y prácticas a favor de todo lo que tiene que ver con el material editorial forman parte del compendio de conocimiento con el que diseñamos hoy tanto en las escuelas y cursos de especialización de diseño y que de alguna manera se espera que supere las prácticas empíricas y permita ofrecer un punto de partida para todos aquellos que trabajan en el medio editorial, desarrollando su trabajo de forma azarosa. La importancia de tener conocimiento, por lo menos de los fundamentos básicos del diseño es vital para romper sobre todo con la idea, de que el diseño se basa únicamente en el buen gusto, sin duda diseñar es un trabajo sencillo que requiere de disciplina y constancia, aparte del talento propio para el asunto.

Durante el presente taller, exploraremos diversos puntos de considerable importancia para la conjunción de la funcionalidad, la creatividad y la estética en material editorial impreso. Es importante comprender que en el diseño de una pieza editorial confluyen varios elementos: tipográficos, técnicos, cromáticos, estilísticos, compositivos, que tienen como resultado final una pieza comunicacional que efectivamente transmita un mensaje.

Por lo tanto es menester del diseñador, estudiar todos aquellos aspectos que le permitan dominar la mayor cantidad posible de principios que den como resultado una pieza eminentemente funcional, pero atractivamente conceptual y estética. El secreto de este trabajo radica en combinar con éxito ambas cosas.

Conceptos iniciales

El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción. Los profesionales dedicados al diseño editorial buscan por sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación, que permita expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético y que impulse comercialmente a la publicación.

Maquetación

Es un tema que tiene relación con los principios del diseño: composición, color y conceptos tipográficos mezclados de manera armónica. Compositivamente hablando, la referencia directa del concepto maquetación está ligado a las proporciones de los elementos de la página, el orden que se le da a los pesos visuales, la jerarquía con la que se ubican los elementos primero, o después, adelante o atrás, arriba o abajo, full color, blanco y negro, claro, oscuro o resaltado, etc.

El diseñador moderno (maquetador) debe tener entrenamiento y formación en los principios de diseño y no dejar el trabajo de diagramación al mero simple gusto. El ejercicio de comprender los diferentes aspectos comunicacionales que implica el ordenar en la página los elementos informativos, requiere de conocimientos y experticia profesional para poder transmitir de manera más eficiente el mensaje.

La composición debe considerar principalmente, el ordenamiento armónico de los elementos de la página para que no haya discordancia visual, es decir, que se vea agradable a la vista y sea fácil de recorrer y seguir la lectura. Lo más importante en una página es la información que se quiere transmitir y el diseñador se encarga de tomar las decisiones correctas para hacer su propuesta funcional, atractiva y dinámica.

Estilo gráfico

En el concepto inicial se menciona “eje estético ligado al concepto que define a cada publicación” lo que quiere decir que cada publicación debe tener una personalidad propia que lo diferencie de las demás publicaciones y que además sea coherente con el estilo editorial que tienen los textos. Mantener un estilo gráfico funcional y atractivo durante mucho tiempo no es tarea fácil, ya que los que trabajan en la edición pueden sentir cansancio de maquetar del mismo modo.

Esto ocurre fácilmente con publicaciones donde se busca romper esquemas siempre, de dar un golpe visual al lector y captar su atención inmediata. Luego de un tiempo, las ideas parecen acabarse y perder la fuerza y el impacto del inicio.

Por lo tanto, es recomendable mantener un equilibrio entre un estilo clásico o sencillo y una propuesta audaz y dinámica. Con el paso del tiempo puede demostrarse

su efectividad midiendo el nivel de captación que tienen determinados artículos en la audiencia.

También es importante considerar que el estilo editorial de una publicación no es necesariamente estático, depende de muchos factores: mercado, tendencias, tipo de público, entre otras cosas. Las audiencias a las que va dirigida una publicación determinan en gran medida las características gráficas que ésta debe tener.

Condiciones de impresión

Lo más importante es diseñar una publicación que sea funcional en su aspecto técnico, es decir que se pueda reproducir, o que el diseño se adapte al sistema de impresión final que se utilizará para la reproducción de la publicación. Dependiendo del tipo de publicación se aplicará el o los procesos de impresión necesarios para la reproducción del material y debe tomarse en cuenta que la realización de los artes finales puede variar.

El sistema utilizado en la mayoría de las publicaciones, es offset y los formatos son los estándar (ISO - DIN) dependiendo de donde se imprima. Por esta razón es necesario que el diseñador se adapte a los formatos existentes y no haga propuestas de diseño que pueden implicar más costos o ser simplemente imposible de reproducir.

Comparaciones principales entre medios editoriales

Libros

- Contenido abundante y detallado de información, no precedera que va a acompañada generalmente de imágenes.
- Puede ser leído más de una vez.
- Baja frecuencia de reproducción, generalmente por ediciones.
- Soportes de diferentes materiales dependiendo del material publicado.
- Impresión a full color, blanco y negro o la combinación de ambas.

Periódicos

- Contenido resumido o concreto de información que deja de ser importante con rapidez ya que hace referencia a información inmediata.
- No es leído más de dos veces.
- Alta frecuencia de reproducción que desde diaria a semanal.
- Soporte económico generalmente de material reciclado debido a su gran tiraje de ejemplares.
- Combina la impresión en color y blanco y negro siendo su mayor parte blanco y negro para economizar en costos.

Revistas

- Contenido resumido o concreto de información que deja de ser importante con rapidez ya que hace referencia a información inmediata.
- No es leído más de dos veces.
- Alta frecuencia de reproducción que desde semanal, mensual, semestral a anual.

- Soporte variable que va desde papel bond a papales finos dependiendo del tipo de publicación.
- Impresión a full color, blanco y negro o la combinación de ambas. Depende principalmente del efecto que se quiere producir en el lector y el tipo de publicación que sea.

La retícula

Con la aparición del Codex en la Edad Media, los libros comenzaron a ser vistos como un soporte complejo que requería de una estructura para su composición. De acuerdo con algunas posturas, los monjes como principales transcritores del conocimiento y rectores de la vida clerical apegadas a los designios divinos, se ocuparon de darle un orden y un sentido a la vida humana, una vida que requería de una serie de reglas diferenciadoras del resto de los animales, y es quizá con esta idea que nace el principio de diagramación basado en un orden que haga comprensible el significado que se daba a la existencia humana.

La geometría y la proporción son los primeros principios utilizados para la diagramación. Ya para la Edad Media, la estructura del lenguaje escrito estaba suficientemente desarrollado como para saber que se requería de una estructura gráfica que facilitara la lectura, la composición y la ilustración del texto. Es aquí que surge la idea de la retícula por columnas, un sistema que facilita la ordenación de la información en el formato.

De acuerdo con Tim Samara,

la retícula tipográfica es un principio organizador en diseño gráfico cuya influencia está profundamente arraigada en la práctica actual y, al mismo tiempo, se combate en las escuelas de diseño; un principio que se ensalza y se vilipendia por igual debido a las ideas absolutas inherentes a su concepción.

Por lo tanto, en un principio debemos entender la retícula como un sistema organizador, de tipo ortogonal que parcela la información en fragmentos manejables, partiendo de la relación entre ubicación y escala que se establecen entre los elementos que transmiten la información.

Existen razones para utilizar una retícula o para obviarla, dependiendo de la corriente que se siga, sin embargo es imposible descartarla para algunos medios editoriales como periódicos, ya que el sistema reticular establece no solo un orden, sino un ritmo, una estructura de lectura y por lo tanto una jerarquía que orienta al lector dentro de la publicación.

Retomando la idea de Samara:

es importante comprender que la retícula a pesar de ser una guía precisa, nunca debería imponerse a los elementos que se colocarán dentro de ella. Su trabajo —el de la retícula— es proporcionar unidad global sin rebajar la vitalidad de la composición.

Ventajas de usar retículas

Como ya se ha mencionado, el uso de la retícula puede ser de gran provecho para publicaciones de grandes contenidos por varias razones:

Economizan tiempo de producción, son eficaces al momento de resolver problemas compositivos, facilitan claramente la organización del contenido así como la comprensión del mismo.

Al trabajar con una retícula, resolvemos de antemano los diferentes problemas que se pueden presentar al momento de maquetar, ya que existe una estructura que organiza de forma general y homogénea el contenido de la publicación y permite que más de una persona trabaje en el diseño sin que se vea afectado el estilo gráfico.

Elementos que componen una retícula

He decidido denominar “elementos” a algunas características propias de otros objetos del diseño, para observar la retícula como un algo individual, de modo que se pueda comprender qué es y cómo se relaciona con el formato, por lo tanto veremos que los márgenes se interpretarán como una parte ambigua tanto del formato como de la retícula.

Una retícula se comprende como un espacio organizado mediante columnas de diagramación separadas por un medianil o corondel. Puede ser una retícula de columnas o una retícula de módulos.

Diferentes tipos de retícula

- Retícula basada en la sección Áurea.
- Retícula basada en la progresión de Fibonacci.

La paleta tipográfica

A lo largo de la historia del diseño, hemos pasado por innumerables ensayos en la búsqueda de la tipografía perfecta, sin embargo no hemos llegado a una solución única sino por el contrario, hemos descubierto que existen tipografías que se adaptan mejor que otras a nuestras necesidades gráficas. Los medios impresos han sido protagonistas desde la invención de la imprenta de este asunto y a través de los años se desarrollaron propuestas acordes a la época y hoy por hoy la profesión del tipógrafo sigue estando vigente aunque no sea una profesión tan fructífera como se esperaba, sobre todo en asuntos de derechos de autor.

Como sea que se aborde el tema, encontraremos mucha tela que cortar al respecto y descubriremos por cierto que los medios impresos continúan su vida sin preocuparse mucho por la polémica.

Todo medio impreso utiliza una paleta tipográfica bien sea básica o compuesta de familias completas que facilitan la diagramación del impreso.

Los aspectos que hay que considerar al momento de seleccionar una tipografía u otra son los conceptos básicos del diseño: tipo de impreso, público al que se dirige, factores de legibilidad, estructura de la información que se va a diagramar, manejo del color y su posible aplicación al momento de imprimir, sistemas de reproducción a utilizar, puntaje adecuado para cada elemento tipográfico, carácter, claridad, limpieza, entre muchos otros.

Por tal motivo es importante repasar los principios tipográficos que pueden ayudar a la selección del conjunto de fuentes que se utilizarán para determinado medio impreso.

El sistema de medidas

En este apartado me tomo la libertad de citar a John Kane que nos dice: “Además de su propio vocabulario, la tipografía tiene también sus propias unidades de medida”. Con esto podemos determinar que se trata de un aspecto más complejo que el simple hecho de saber medir un tipo, para muchos estudiosos el asunto de la medición tipográfica nos remita inmediatamente al tipo móvil de plomo que tenía determinadas características que se mantuvieron en el tiempo hasta nuestros días y que siguen acompañando a la tipografía digital.

Por otro lado, encontraremos que el sistema tipográfico de medidas para todo el material editorial no está basado en el sistema métrico decimal. Es un sistema propio denominado duodecimal por la relación que existe entre la unidad inferior de medida –el punto– y la unidad superior –el cícero– que consta de doce puntos. La herramienta que se utiliza para medir los tipos se llama tipómetro y fue creado por el francés Martín Dominique Fertel, mejorado años después por el tipógrafo Piere Fuournier que publicó en 1737 una tabla de proporciones para la fundición sistemática de los caracteres que llamó duodecimal.

Actualmente se utiliza el sistema de medidas duodecimal inventado por Fermín Didot en 1760, que perfecciona la medida de Fournier, basándose en el pie de rey francés, que tenía como submúltiplos 12 pulgadas, cada pulgada 12 líneas y cada línea doce puntos, es decir que el pie de rey equivale a 0,324 mm.

- Punto Didot: 0,376 mm
- Cícero: 4,50 mm
- 1mm: 2,66 puntos
- 1 metro: 2.660 puntos (221 cíceros y 8 puntos)
- altura del tipo Didot es de $62 \frac{2}{3}$ puntos = 23,56 mm

Esto representa el sistema tipográfico original cuyo conocimiento puede ampliarse estudiando a fondo la historia de la tipografía y es una información de interés general y cultura general. La tipografía se mide hoy en día desde su extremo superior hasta su extremo inferior, su base donde llega el descendente (incluir comentario al respecto página 10 del libro de Kane).

La unidad más común para medir tipografía es el punto que corresponde a 0,35 mm o $1/72$ pulgadas. Igualmente conseguimos la pica que es un sistema ampliamente utilizado por los impresores y que equivale a 12 puntos. En una pulgada hay 6 picas.

Estos sistemas utilizan la siguiente nomenclatura:

- 6 picas se escribe: 6p
- 6 picas 7puntos: 6p7
- 7 puntos: 7pt o bien p7

Igualmente para especificar determinado puntaje y determinado interlineado se utiliza la barra entre las dos cifras. Un texto compuesto a 12 puntos y un interlineado de 14 puntos: 12/14 Univers - 10/14 helvética

La fuente tipográfica

“Fuente: En sentido estricto, una fuente es un conjunto de caracteres en un cuerpo y en un estilo. Una familia es

un grupo de fuentes relacionadas, con diferentes estilos y cuerpos”. Karen Cheng

Con esta definición queda claro que un alfabeto de un estilo determinado es lo que denominamos fuente y que existen actualmente miles de diseños distintos.

Obsérvese también la muestra que se presenta con el conjunto de signos, símbolos y signos de puntuación, números de caja alta y números de caja baja.

Las versiones de una tipografía pueden ser: versalita, negrita o *bold*, *Light*, regular o *medium*, extra *bold* o extra negra, condensada, expandida, etc. La utilización y combinación de ellas responde al criterio de diseño que se utiliza en el medio impreso y no debería ser simple gusto del diseñador.

No existen normas para la selección de una familia tipográfica sobre otra, sin embargo las publicaciones de contenidos largos o densos recomiendan el uso de tipos con *serif* que cansan menos a la vista, teoría que algunos autores dejan entre dicho ya que consideran una tipografía palo seco o *san serif* igualmente funcional. Como sea, la tipografía con *serif* se asocia más a textos clásicos, formales o elegantes y la *san serif* a textos más ligeros, contemporáneos o dinámicos.

Lo importante es tener el tino de crear una combinación adecuada que cree contraste y jerarquía: titular, sumarios, leyendas, notas al pie, llamados, resaltados, encodillados, créditos, folios, entre otros.

En Europa, los papeles y cartulinas para impresión, se cortan a determinado tamaño, que viene normalizado por las normas DIN (Deutsches Institut für Normung –Instituto Alemán de Normalización–) y tienen como objetivo la economía, la utilidad y la calidad de lo que se hace, en este caso el uso del papel en medios impresos.

Müller-Brockman, (1992), en su libro, *Sistema de Retículas*; hace mención al formato del papel. Estableciendo como medida el formato DIN, para un pliego de papel, tiene una medida de A0: 841 x 1189 mm, que al ser dividido en sus mitades exactas, de manera sucesiva, genera los demás formatos de impresión estándar. Cada doblez representa la mitad del tamaño anterior.

Por lo tanto, del A0, obtendremos el siguiente cuadro y su comparación con los formatos encontrados en las impresoras caseras, de formato ISO.

- A0: 841 x 1189 mm. Un pliego ISO puede medir: 96 X 70 cms. Un metro Cuadrado, se usa para dibujo técnico, afiches y planos.
- A1: 594 x 841 mm. Medio pliego 68 x 48 cms
- A2: 420 x 594 mm. Cuarto de pliego
- A3: 297 x 420 mm. US Tabloide: Es un tamaño similar al DIN A3 (420 x 297 mm), sólo que algo más corto y ancho.
- A4: 210 x 297 mm. US Letter: Es el formato equivalente al DIN A4, del que difiere sólo en décimas de milímetro. US Legal: Es la versión alargada del formato anterior (unos 7,5 cm más).
- A5: 148 x 210 mm
- A6: 105 x 148 mm
- A7: 74 x 105 mm
- A8: 52 x 74 mm
- A9: 37 x 52 mm
- A10: 26 x 37 mm

Diferencias que marcan

Si bien los medios impresos tienen gráficamente las mismas características, los estilos varían dependiendo de la función, por lo tanto el concepto que se utiliza para el diseño de un libro puede ser completamente radical para una revista o un periódico.

De hecho la periodicidad del impreso diferente de un libro, necesita de ciertos elementos que le confieran identidad y es así como por ejemplo aventurarse a diseñar de forma vanguardista puede llegar a convertirse en un dolor de cabeza para una revista mensual, ya que cada edición debe superar a la anterior. Para dar equilibrio a una edición mensual, quincenal o diaria, es recomendable utilizar ciertos elementos de formalidad y combinarlos con los vanguardistas.

La formalidad de la retícula por ejemplo puede crear en el lector asiduo una imagen de estabilidad y regularidad, necesaria para que tenga credibilidad como medio de comunicación en primer lugar y para que sea atractivo leerla. Si utilizamos en cada página, en cada centímetro de la maqueta un estallido visual, un juego tipográfico o un chispazo creativo llenaremos la caja de las propuestas con facilidad y podemos adivinar lo que esto significa para una publicación diaria o mensual al cabo de un año: acabaremos con las ideas y seguramente defraudaremos al lector al que hemos acostumbrado a sorpresas creativas en cada número.

Con los periódicos sucede algo similar. Los estilos formales reflejan medios conservadores y si deseamos conservar esa credibilidad, esa imagen que se fue puliendo con el tiempo, es necesario respirar pausado y diseñar con mesura, lo que no debe entenderse como hacer el trabajo más monótono de lo que es sino, reservarse las propuestas más audaces para los casos que lo ameriten. El manejo de las imágenes como fotografías e ilustraciones son herramientas que no deben descuidarse tampoco y siempre resulta útil trabajar con uno o dos profesionales que garanticen secuencia en el estilo propuesto y le propinen ese sentido de originalidad e individualidad a la publicación que lo distancia de la competencia o de otras publicaciones en el mercado.

A pesar de que cada cosa tiene su lugar, es mi punto de vista particular que no debe caerse en los extremos. Diseñar simplemente por diseñar, justificando hasta el último milímetro de la página puede hacer que el diseño se vuelva frío, distante y vacío... como un objeto producido en masa. Pero diseñar enfocados en la estética sin pensar en los aspectos funcionales y los detalles de diseño igualmente hace que la página pueda ser atractiva a la vista, pero poco interesante para leer. No es sencillo lograr ese punto medio entre imagen, texto y composición porque muchas veces no depende sólo del diseñador. Las fotos no se producen de forma coordinada, los textos sobrepasan el límite de espacio, entre otras cosas. Recordemos que también los que escribe, ilustran o crean imágenes para una revista, son profesionales que buscan destacarse, imponer sus estilos, mostrar sus talentos, decir más, o llenar primero sus necesidades profesionales. En tales casos la mediación de un editor y un buen director de arte son vital, para equilibrar los extremos de la balanza.

Cuando se trabaja con periodistas, se trabaja con relatores de historias. Ellos deben mostrar la pasión por contar

historias y el diseño debe ser el apoyo visual que las complementa. Si una cosa se come a la otra, domina sobre la otra se pierde ese delicado balance que hace a un impreso "perfecto". Al lector también se educa visualmente, no sólo mediante el texto. Las cosas bien hechas pasan a ser ejemplos o referencias que les gusta consumir tal como si escogieran una prenda de vestir de diseñador. Hay un nivel visual tal como hay un segmento de mercado, lo que no significa que hay que diseñar mal o de forma básica para los estratos más bajos y mejor para los estratos más altos.

Si alguna función social tiene el diseño, puede ser el hecho de mejorar el estilo de vida, brindar mejores alternativas estéticas y fomentar la belleza mediante la funcionalidad de las propuestas gráficas: profundas y complejas para adultos, dinámicas y entretenidas para niños, claras y simples para ancianos, por citar algunos ejemplos.

El color en los medios impresos

La experiencia del color es un fenómeno inherente al hombre, tanto que no nos damos cuenta de lo necesario que es para nuestra cotidianidad. Sentido de la dirección, seguridad, nivel de precaución, tranquilidad, alerta, son tal sólo algunas de las sensaciones que interceptan nuestro sentido visual al percibir un color.

De la misma forma el color afecta el diseño. Sugiere sensaciones, manifiesta emociones, las conecta con el lector y la historia que se relata, despierta los sentidos y brinda una experiencia más allá de lo bidimensional ubicando al lector en la escena, comunicándole el mensaje.

El simple uso del color y la tipografía, son mensajes. Nuevamente el uso excesivo o la falta de uso pueden dar direcciones diferentes a un concepto si no se toma en cuenta con conciencia. Ya no se trata únicamente de un tema de impresión.

Para las primeras décadas del siglo XX, el uso del color representaba costos y problemas de producción porque no existían los sistemas capaces de hacerlo, pero hoy por hoy el uso del color resulta vital para una publicación. Imaginemos por un momento ver televisión en blanco y negro... aún más allá, preguntemos las nuevas generaciones, de 20 años para acá que piensen en la televisión en blanco y negro. La respuesta es simplemente: ridículamente impensable. Es igual para los medios impresos. Incluso los diarios que son medios costosos de producir a full color, hacen un esfuerzo significativo por llenar sus páginas de color.

El color debe acompañar más que dominar, si no es el caso que se utilice como concepto de enganche de la composición. La jerarquía visual no está establecida solamente por el uso de un color sobre otro —colores claros sobre oscuros, complementarios o similares— es un tema que también afecta al texto comprendiendo que los diferentes tamaños como linealidad, densidad, ritmo y masa forman en sí una jerarquía visual. Al comprender que el solo uso de negro en el texto compuesto genera una macha que ocupa visualmente un espacio en la composición, facilita que se complemente con el uso del color.

Igual resulta para el uso del color como fondo. Es vital que el texto se destaque sobre el fondo de la página para no perder legibilidad, y tomar en cuenta que un bloque

de texto debe contrastar, contrario a lo que pudiera ser una palabra pensada como una capa más de fondo, de gran tamaño y similar al fondo, es decir más oscura muy parecida, de forma que se juega con la tipografía como soporte visual de un área. Este recurso puede ser común en portadas.

La combinación de diferentes tonos, son también parte de un código informativo que ayudan a enlazar las informaciones o a resaltarlas sobre otras: en un cartel luego del titular puede ser importante la fecha, lugar y hora. En una composición de doble página, los titulares se conectan con el tamaño que utilizan, colocándose por encima del nivel del texto general, es decir el ojo lo perciba más rápido, es más llamativo.

La imagen en los medios impresos

Existen dos maneras de tratar una imagen: de manera semántica literal y de manera metafórica o semiológica. Aunque una imagen en sí ya representa un lenguaje y nos relata una historia, su utilización en los medios impresos es diferente. En un diario la información que se muestra debería ser una copia de la realidad, porque representa información, complementa el hecho noticioso y por ética debe carecer de cualquier tipo de manipulación, distorsión o alteración de la realidad. Lo que no quiere decir que no se deba tratar y trabajar para adaptarla al formato y aspectos técnicos de salida e impresión.

Ya para otro tipo de impresos como una revista o un folleto, pude existir un proceso creativo donde se planifique la foto, se trabaja el concepto y se manipulan los elementos fotográficos para obtener un resultado determinado, esto es algo que se usa mucho en la fotografía de moda, ya que el mensaje que se envía requiere de toda una producción acorde al concepto. La manipulación digital es otra opción para crear imágenes que se adecuen a un concepto y le den vida a un texto, tal como lo hace un ilustrador, pero comúnmente la imagen se presenta tal cual es para evitar deformaciones del mensaje.

Una publicación puede hacerse a partir de fototecas prediseñadas por otras empresas dedicadas a la comercialización de imágenes e ilustraciones o se puede disponer del equipo de producción propio, algo que garantiza cierto grado de exclusividad. La prensa trabaja con empresas de información a las que llegan informaciones e imágenes de todo el mundo, facilitando el trabajo de muchos periódicos que no pueden tener un fotógrafo en cada rincón del mundo.

Retazos de historia

Los amanuenses

En la Edad Media, el conocimiento en manos del clero produjo una lenta propagación de los textos clásicos griegos en materias de ciencia y filosofía y artes, que se mantenían censurados ya que desafiaban las ideas de la iglesia acerca de la verdad del hombre. Sin embargo, los monjes se dedicaron a copiar los manuscritos, haciendo ediciones elaboradas cargadas de conocimiento como de arte. Los primeros indicios del diseño editorial como lo conocemos hoy surgió en las oscuras abadías con lentas

y minuciosas copias, algunas encargadas por ricos terratenientes que sabían leer y escribir.

Con la aparición de las universidades, los laicos comenzaron a necesitar de libros de texto. El proceso de producción era lento y costoso, realizado por un puñado de hombres que se llamaban amanuenses, que incluso duraron algún tiempo después de la llegada de la imprenta de tipo móvil a los países europeos. Muchos coleccionistas de libros preferían la producción manual con un carácter más personal, a los modernos libros impresos en la prensa de tipo móvil.

El Codex y el Liber

Los primeros textos se escribían en rollos de papiro, una técnica importada de Egipto que ya tenía dos mil años de uso. Los fenicios probaron posteriormente con cuero de cabra, haciendo un producto fino y casi transparente, mucho más resistente. Este papel es el que conocemos hoy en día como pergamino y fue muy difundido en Europa en la Edad Media. Los monjes copistas, desarrollaron el primer modelo de libro denominado códex proveniente del latín y que significa "corteza de árbol". Posteriormente los romanos lo denominaron Liber, que significa "parte interior de la corteza de las plantas" y es de donde proviene el término libro.

Los libros dejaron de ser tener forma de rollo y tener forma de folios, apilados y cocidos en un lomo. De los libros más antiguos del mundo se conocen el del escriba real egipcio Hunefer escribió el Libro de los muertos cerca del año 1300 a.C., al servicio del faraón Seti. Los textos fueron escritos de forma vertical en columnas estrechas, divididas por temáticas.

El Sutra del diamante es conocido como el libro más antiguo, hecho cerca del año 868. La palabra *Sutra* proviene del sánscrito y significa "enseñanza" religiosa. El texto traducido al chino se considera uno de los más importantes de la fe budista. Se lee en vertical, y las ilustraciones se grabaron con bloques de madera.

Gutenberg produjo la primera edición impresa de la *Biblia* en 1455. Desde entonces, esta obra es la más publicada de la historia de la humanidad. Creada a partir del uso de tipos móviles de plomo que significó el comienzo del proceso de la imprenta en occidente.

Los periódicos

Un medio masivo que llega con facilidad a las masas, de contenido informativo de interés general que generalmente se divide en cuerpos y estos su vez en secciones de manera que la información sea más accesible y fácil de localizar por el lector. Su estructura puede ser tradicional, compuesto por ocho columnas y tabloide compuesta de seis columnas. Las retículas para periódicos, varían dependiendo de las necesidades y la sección con mayor o menor columnaje según sea el caso. La diagramación se centra en la legibilidad del texto acompañado de grandes fotografías de alto impacto visual o ilustraciones. Utiliza la infografía como estrategia complementaria de la información y saca provecho de la información en despiece para crear variedad en la lectura. Los periódicos tienen generalmente encartes periódicos que pueden ser temáticos, al igual que revistas de fin de semana donde se toca temas

específicos y variados. La imagen gráfica de un periódico depende de su estilo editorial y debe estar fundamentada en un manual de estilo y de normas gráficas, uno nos dice cómo escribir y el otro nos dice cómo diseñar.

El hecho de que sea un impreso de salida diaria, contribuye a que se desgasten los tratamientos gráficos con facilidad, haciendo necesarios algunos ajustes a lo largo del tiempo sobre su rediseño sin abandonar sus fundamentos principales.

La selección tipográfica es clave más que por un problema de estética, por un problema de impresión considerando que el papel que se utiliza es de baja calidad por su economía, muchas veces se ve afectado su diseño: tipografías poco adecuadas donde se cierran el ojo o se ven las palabras pegadas unas de otras por la expansión natural que tiene la tinta en este tipo de papel. Igualmente debe existir una jerarquía clara para titulares, sumarios, antetítulos, intertítulos, fotoleyendas, créditos, folios, cintillos, localizadores, entre otros tantos.

Lo principal al momento de diagramar es determinar las informaciones que abren la página, que exista una diferencia entre las notas, una secuencia en importancia visual dejando la de más interés en la parte superior, diagramando de arriba debajo de izquierda a derecha. La foto debería ser siempre un recuadro considerablemente grande como para mandar sobre la página y no se debe dejar que la mancha se cubra únicamente de texto, ya que la tendencia actual de los diarios es a escribir corto y mostrar más imágenes.

Las páginas deben contar con un rito de diagramación, es decir: primera página, apertura a seis columnas, luego en la página siguiente a cinco columnas y así sucesivamente, haciendo que la lectura del impreso se vuelva un salto más o menos constante y rítmico. El uso de elementos como siluetas, recuadros, gráficos y demás dependen de la línea editorial y el estilo que de la voluntad creativa del diseñador. De hecho se requiere de un equipo que diagrama por secciones, ya que el volumen de trabajo es inmenso de información.

El libro

Es un compilado de información, que puede estar estructurado en múltiples unidades o sobre el mismo tema, de forma secuencial o aleatoria, presentado en un mismo recipiente. Puede estar conformado por uno o varios volúmenes que conforman una colección y su formato y aspecto varía de acuerdo al tipo de información que contenga.

Es así como encontraremos textos de estudio, de material literario como la novela, la narrativa, el ensayo, el cuento, textos de información estadística entre otros.

El libro fue el primer medio impreso y es por excelencia la referencia en cuanto al medio editorial. Hoy encontraremos una diversidad de presentaciones bibliográficas que rayan en lo plástico y de ello puede darse fe en la feria anual de los libros más bellos del mundo, en Leipzig Alemania.

Existen diversos formatos y soportes para la realización de libros y la creatividad sólo se ve limitada por las necesidades del cliente y el presupuesto. Sin embargo es bueno considerar la duración que va a tener la in-

formación que se diagrama ya que de ello dependerá principalmente la selección del papel.

Los libros, lo que los aficionados llaman buenos libros están compuestos por una serie de partes que lo hacen el medio impreso más complejo de todos, diferente a la revista y al periódico. Puede ser encuadernado de diversas formas y puede llevar tapa dura forrada en tela o cuero, lo que le ofrece mayor grado de resistencia y durabilidad, atractivo y elegancia. El uso del color está determinado por la información con la que va a manejar. Por ejemplo, un cuento no necesariamente debe llevar ilustraciones cada página, se hacen combinaciones de largos párrafos para contrastarse con imágenes ilustradas para darle vida al texto.

De acuerdo con Ambrose Harris, el tamaño del libro está determinado principalmente por el tamaño original de hoja de impresión y la cantidad de veces que se puede doblar antes del guillotinado.

A continuación se anexan los tamaños más usados en el mundo editorial. Tamaños de libros ya plegados y guillotinaados:

- 16mo: 143 mm x 111 mm
- 18mo: 146 mm x 95 mm
- 8vo de Foolscap: 171 mm x 108 mm
- 8vo Crown: 191 mm x 127 mm
- 8vo Large Crown: 203 mm x 133 mm
- 8vo Demy: 222 mm x 143 mm
- 8vo Medium: 241 mm x 152 mm
- 8vo Royal: 254 mm x 159 mm
- 8vo Super Royal: 260 mm x 175 mm
- 8vo Imperial: 279 mm x 191 mm
- 4to de Foolscap: 216 mm x 171 mm
- 4to Crown: 254 mm x 191 mm
- 4to Demy: 260 mm x 222 mm
- 4to Royal: 318 mm x 254 mm
- 4to Imperial: 381 mm x 279 mm
- Folio Crown: 381 mm x 254 mm
- Folio Demy: 445 mm x 286 mm
- Folio Royal: 508 mm x 318 mm
- Música: 356 x 26 mm

Usos habituales del papel

A continuación se presenta una lista de papeles y usos más comunes pero los nombres pudieran cambiar de nombre y usos principales de país en país. Por lo tanto de be tomarse como una referencia.

- Papel prensa
 - Papel principalmente con pulpa de madera prensada mecánicamente, con una vida más corta que otros papeles, de producción económica. Es el papel más barato que puede soportar los procesos de impresión normales
 - Usos principales: Periódicos
- Antiguo
 - Tiene el acabado menos elaborado que se le puede dar al papel Offset
 - Usos principales: Para dar textura a publicaciones como informes anuales
- Sin pulpa
 - La categoría con mayores aplicaciones para imprimir

y escribir, incluidas toda la papelería de oficina e impresión comercial

Usos principales: Papel para fotocopadoras, impresoras y uso comercial

- Mecánico

Obtenido de pulpa de madera. Contiene ligninas ácidas. Apto para aplicaciones de vida corta, puesto que amarillea y decolora

Usos principales: Periódicos y guías

- Cartulina

Cartón mate

Usos principales: Soporte de cubiertas

- Artístico

Papel de alta calidad con una carga de yeso o caolín para obtener una buena superficie de impresión, sobre todo para los bitonos, en los que es importante la definición y el detalle. Tiene un gran brillo

Usos principales: Impresión en color. Revistas

- Satinado

Papel barnizado, con un acabado muy brillante que se aplica durante el prensado con un tambor de metal caliente y pulido

Usos principales: Impresión en color de alta calidad

- Cromo

Papel con cobertura impermeable por un lado para obtener buenos resultados de estampado y de barnizado

Usos principales: Etiquetas, envoltorios y cubiertas

- Cartrige

Papel blanco grueso usado sobre todo para dibujos con lápiz o tinta

Usos principales: Para dar textura a publicaciones como los informes anuales

- Catón gris

Cartón, forrado o no, hecho de papel reciclado

Usos principales: Usado para material de embalaje

- Aterciopelado

Papel con cobertura de borra, polvo de lana o de fibras vegetales usado para dar un aspecto aterciopelado o de tela

Usos principales: Cubiertas decorativas

Referencia: Formato / Ambrose Harris / Editorial Parramón

Referencias bibliográficas

Formato. Ambrose Harris. Editorial Parramón

Manual de tipografía. John Kane. Editorial Gustavo Gili

Creación, diseño y producción de libros. Andrew Haslam. Editorial Blume

Los elementos del diseño. Timothy Samara. Editorial Gustavo Gili

¿Qué es el diseño editorial? Lakshmi Bhaskaran. Editorial Index Book

Daniel Ghinaglia. Diseñador Gráfico. Lic. en comunicación social.

La gráfica como sistema (desde la perspectiva de Lotman)

Isabel Margarita Leal

Introducción

El presente trabajo nace de la necesidad de comprender como funciona el Diseño Gráfico como sistema semiótico, ya que dentro de los miles de sistemas existentes en una cultura, tal parece, solo los diseñadores entendemos e identificamos (o creemos entender e identificar) nuestra disciplina.

Esta reflexión abordará el concepto de semiosfera de Lotman, enfocándose principalmente en los conceptos de frontera y núcleo, pero también será importante su visión de texto, arte y tecnología.

Diseño gráfico se ha definido de muchas maneras, por lo tanto, seleccionaremos algunos criterios que parecen constantes para “despejar” lo nuclear de aquellos que parece periférico, la idea será distinguir los aspectos de la disciplina que parecen esenciales de aquellos que son relativos y que, por lo tanto, dependen de procesos culturales o individuales.

Finalmente, con estas distinciones ya hechas, la idea es interpretar, por el conocimiento histórico de la disciplina, por su forma de ser aplicada, de ser estudiada y apren-

didada, su dinámica sistémica tanto en su interior, como dentro de un sistema cultural mayor.

Pero primero hablaremos sobre lo que Lotman nos dice sobre la semiosfera. *La semiosfera* de Lotman:

Iuri Lotman realiza una analogía del continuum biológico-atmosférico de la biosfera con el continuum semiótico que se encuentra en distintos niveles de organización en nuestra cultura, llamándola semiosfera, claro que debemos entender, que mientras la primera se encuentra en una dimensión física, la semiosfera se encuentra en una dimensión abstracta, pero no por ello menos real (*La Semiosfera I*, 1996:22).

Esta comparación resulta útil para comprender la dimensión abarcadora y dinámica que el autor desea transmitir con este término y esta perspectiva nos hace pensar en la integración de los signos, más que en el trabajo analítico que acostumbraba el estudio de la semiótica clásica. Para distinguirla, Lotman declara que se caracteriza por dos cosas, primero que posee un carácter delimitado, y segundo que es irregular (Op. Cit.: 24-31). Con su carácter delimitado, se refiere a que existe en ella una determinada homogeneidad e individualidad (aspecto esencial para ser reconocida como sistema). Ambos conceptos determinan el carácter delimitado de la semiosfera con respecto al espacio extrasemiótico o alosemiótico que la rodea.

Al tener este carácter limitado, el concepto de frontera toma especial relevancia, definiéndose como la suma de los traductores “filtros” bilingües a través de los cuales un texto se traduce a otro lenguaje (o lenguajes) que