

Material didáctico para el análisis de colecciones editoriales en la Licenciatura de Diseño para la Comunicación Gráfica

Actas de Diseño (2021, julio),
Vol. 37, pp. 80-83. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2020
Fecha de aceptación: diciembre 2020
Versión final: diciembre 2021

Erik Omar Avalos Delgado; Cynthia Lizette Hurtado Espinosa y Monica Georgina Avelar Bribiesca (*)

Resumen: En la licenciatura en diseño para la comunicación gráfica de la Universidad de Guadalajara existe la materia de diseño IV enfocada a diseño editorial, para la cual se realizó un material didáctico sobre las cubiertas para las colecciones editoriales.

Esta actividad incluye dos fases, la primera basada en una serie de infografías para explicar los elementos que las componen, y la segunda utiliza una tabla de análisis.

Sin embargo, el proceso para la implementación del material consta de tres fases, en la primera el profesor hace una exposición con las infografías mencionadas; en la segunda contestan la tabla de análisis; en la tercera fase, se evalúa la actividad a través de una encuesta.

Palabras clave: Diseño editorial - cubierta - portada - material didáctico - color - imágenes - tipografía - retícula

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 82]

Introducción

La materia de diseño IV de la licenciatura en diseño para la comunicación gráfica del centro universitario de Arte, Arquitectura y Diseño de la Universidad de Guadalajara se enfoca a diseño editorial, y en el programa es necesario cubrir el apartado correspondiente a los aspectos de diseño que deben contener las cubiertas de los libros de una colección editorial.

Las colecciones editoriales mantienen una finalidad de marketing, en las cuales se espera que los futuros compradores que cuentan con un gusto por cierto enfoque, adquieran la colección completa, de tal manera que “las decisiones acerca de qué serie o series desarrollar se suelen tomar en el comité editorial, y a partir de la evaluación del desempeño de los libros propios y de otras editoriales en campaña anterior” (Esteves, et al., 2017, p. 19), en muchas ocasiones al contar con una colección exitosa, la misma casa editorial, o alguna otra, después de un tiempo apropiado puede generar y presentar al público una colección nueva con rasgos distintos a la anterior. Parte fundamental de una colección es la cubierta, ya que mantiene rasgos a primera vista que ayudan a identificar que forman parte de ella, de tal manera que Llop (2014, p.31) esclarece que “en el contexto de las cubiertas de libros, los objetivos del mensaje gráfico pueden ser principalmente dos: representar a la editorial y/o representar al libro”. Algunas editoriales ya mantienen un estilo definido para sus diversas colecciones, pero otras las crean de acuerdo a las oportunidades que se vayan presentando para la conformación de una colección.

Para tal fin, se realizó un material de apoyo a manera de formato de análisis, para que el profesor lo implementara

con sus alumnos y pudieran analizar los principales aspectos de diseño de cubiertas de colecciones editoriales (la retícula, la tipografía, las imágenes y el color). Para conocer los resultados de su efectividad se realizó una encuesta que respondieron los estudiantes.

Diseño del material y su implementación

A través de una investigación exhaustiva, se consideraron los principales aspectos de diseño que son la retícula, la tipografía, las imágenes y el color para generar una tabla para el análisis de portadas que contiene los siguientes apartados: tipo de cubierta, elementos de una cubierta, parámetros de las características de una colección.

Para la realización de este proceso de enseñanza aprendizaje con los estudiantes, se diseñaron cuatro infografías, la primera en donde se mencionan los aspectos de diseño de colecciones editoriales (estilo, tipos, elementos fijos, encuadernación, formato, maqueta, partes de una cubierta y la clasificación de cubiertas); la segunda está dedicada a la retícula (definición, uso, retícula estricta, superficie de color, imágenes, estilos, partes y clasificación); la tercera se enfoca en la tipografía (fuente, uso, legibilidad, clasificación básica, lectura, interlineado, estilos y jerarquización) y la última hace un repaso de características de imágenes y color (imágenes, clasificación, pixedado, técnicas, color, código, analogías).

La estructura de las infografías siguen el esquema de la proporción áurea, en donde al centro se coloca el tema principal con su definición, y se van desglosando cada uno de los en las áreas seccionadas, de tal manera que el

recorrido de lectura inicia al centro y se va dirigiendo a través de flechas y divisiones que han sido delimitadas, no solo por una división lineal, sino también por un color diferente en cada fondo. La definición de un estilo vectorizado de las imágenes ayuda a unificarlas, así como la elección de la tipografía y su jerarquización a través de diversos tamaños y un elemento envolvente acompañado por íconos. Algo importante que en muchas ocasiones se omite es que se colocan definiciones sin estar acompañadas por la referencia, y en este caso se cuidó que cada apartado viniera con los datos de las referencias, señalando también las aportaciones del autor.

Para la aplicación en el aula, se mostraron las infografías con la finalidad de tener una explicación breve sobre los aspectos que los estudiantes deben observar en una colección editorial y posteriormente se les presentó la colección de las novelas de Jorge Ibarguengoitia, un mexicano nacido en Guanajuato quien escribió sobre la vida cotidiana en México y cuyos títulos a analizar fueron los siguientes: *Estas ruinas que ves, las muertas, los relámpagos de agosto, los pasos de López, dos crímenes, instrucciones para vivir en México y maten al león*. También se les pidió a los estudiantes que llevaran colecciones, para poder hacer equipos y que analizarán diferentes colecciones.

A los estudiantes se les entregó un formato de análisis para que lo resolvieran primero de manera individual y posteriormente en equipo, ya que al ser un tema nuevo, el trabajo en equipo ayuda a que exista un intercambio de opiniones y se llegue a un consenso. El formato de análisis está dividido en 5 partes:

1. Tipo de cubierta. En este primer apartado, la instrucción dice que se seleccione el tipo de cubierta que presenta la colección a analizar, de tal manera que se identifica como parámetro el tipo de cubierta, con cinco opciones de acuerdo con la clasificación de Haslam (2010) que las divide en promoción marca, documental, conceptual, expresiva y una que se agregó a lo que propone Haslam que es la de posicionamiento del autor, cada uno presenta características que son descritas en el mismo formato, por ejemplo la de Promoción marca dice *La idea de este tipo de cubierta es representar a la editorial o su respectivo sello, este elemento suele resaltarse en mayor medida*, mientras que la de posicionamiento del autor menciona que *El nombre del autor deberá de contar con mayor jerarquía que en los casos anteriores. Se utilizará en caso de un autor de renombre*.

2. Elementos de la cubierta. En esta segunda parte, los elementos de la cubierta que se consideran son título de la obra y nombre del autor, ambos con una división para seleccionar la clasificación de la tipografía (serif, sans serif, script, fantasía), su puntaje (espacio para colocar el tamaño), alineación (izquierda, centrada, derecha), caja (alta, mixta, baja), estilo (bold, regular, cursiva o versalita), contraste (alto, medio, bajo), posición en el espacio del formato de la cubierta (completa, superior, centrada, inferior) y si presenta alguna forma contenedora (sí o no). Tanto para la imagen como para la editorial o sello se considera la técnica (ilustración, fotografía o vectorial),

representación (figurativa o abstracta), armonía del color (acromática, monocromática, analogía, acorde cromático, complementarios, analogía por complementarios, complementarios divididos, dobles complementarios, color puro cromático, trío armónico, cuarteto armónico), altura (espacio para colocar el dato), contraste (alto, medio, bajo), posición (completa, superior, centrada, inferior) y si cuenta con una forma contenedora (sí o no).

Este es un constructo generado por la observación de un gran número de cubiertas. Otra aportación es que se han colocado valores a las diferentes características que puede tener una cubierta, esto es porque se generó una tabla en donde se correlacionan sus características con los tipos de cubiertas, colocada en la cuarta parte del formato. El valor asignado es muy sencillo, está correlacionado con la jerarquía, de tal manera que para contraste, si es alto tiene el valor de 3 puntos, si es medio 2 y si es bajo 1; para posición, si el elemento analizado utiliza todo el espacio de la cubierta tendrá 4 puntos, si es superior 3 puntos, si está centrado 2 puntos y si es en la parte inferior 1 punto; para la forma contenedora si la respuesta es que si tiene vale 2 puntos y para la negativa solo 1 punto.

3. Sumatoria de totales y multiplicación para ponderación. Solamente se da la instrucción de que es necesario hacer la sumatoria y multiplicar por un factor seleccionado para ponderar los resultados, para tal efecto se creó un factor para que al multiplicar los resultados de la sumatoria de cada parte de la cubierta mencionados en la parte 2, se obtuviera un valor representativo, de acuerdo al siguiente listado:

- Título de la obra x 6.66
- Nombre del autor x 6.66
- Imagen x 11.11
- Editorial o sello x 11.11

De tal manera que al obtener los resultados éstos se multiplicarían dando como resultado un valor, como se muestra en el siguiente ejemplo basado en el análisis de una colección de cuentos clásicos:

- Título de la obra: $13 \times 6.66 = 86.58$
- Nombre del autor: La colección no tenía a los autores en la cubierta
- Imagen: $8 \times 11.11 = 88.88$
- Editorial o sello: $5 \times 11.11 = 55.55$

4. Comparativa de resultados con los puntajes mínimos establecidos por tipo de portada. Por cada tipo de portada se establecieron unos valores mínimos recomendados correspondientes a título, autor, imagen y editorial. El estudiante debe colocar el valor obtenido en el punto 3 para verificar que se cumplan el recomendado. De esta manera comprueba si se cumplieron las características de la cubiertas, si se realizó una correcta jerarquía de los elementos que la componen y parte de la reflexión derivaría en si se debe realizar algún ajuste en el diseño de la portada.

En el formato se colocó una tabla en donde se extienden los 5 tipos de cubierta y se presenta en una columna un

espacio para escribir los valores seleccionados, mientras que en la otra están los correspondientes al tipo de cubierta. Dando continuidad a la colección de cuentos clásicos, la cubierta analizada es de tipo expresiva y los valores recomendados correspondientes a título es 73, para autor 80, imagen 89 y editorial 45, y en la siguiente lista se retomarán los valores obtenidos en contraste con los recomendados para tener una mejor visualización:

- Título de la obra: Obtenido= 86.58 Recomendado=73
- Nombre del autor: La colección no tenía a los autores en la cubierta
- Imagen: Obtenido= 88.88 Recomendado= 80
- Editorial o sello: Obtenido= 55.55 Recomendado= 45

Con base en los valores se puede deducir que se hizo una correcta jerarquización de las partes de la cubierta, ya que sobrepasa el valor recomendado. Los valores de todos los tipos de cubierta son los siguientes:

- Promoción de marca: 80 Título / 80 Autor / 56 Imagen / 56 Editorial
- Documental: 73 Título / 60 Autor / 67 Imagen / 56 Editorial
- Conceptual: 87 Título / 73 Autor / 89 Imagen / 45 Editorial
- Expresiva: 73 Título / 80 Autor / 89 Imagen / 45 Editorial
- Posicionamiento autor: 60 Título / 67 Autor / 78 Imagen / 56 Editorial

5. Características de la colección. Los parámetros de las características de una colección tienen el tipo de codificación que, de acuerdo a Llop (2014) puede ser literal, metafórica, metonímica o por convención; también se consideran otros aspectos definidos por la observación de las cubiertas como formato en donde se registra su altura y anchura; la encuadernación que puede ser rústica o de pasta dura; las partes de la cubierta que contiene como los forros, lomo, guardas, solapa, sobrecubierta y faja (Zavala, 2002); finalmente los acabados, que considera a los más comunes que son barniz, laminado y hot stamping. También se agregó información sobre las armonías, ya que se considera un tema complejo por las diferentes armonías que se pueden generar, y así se proporciona de manera inmediata, información útil para el análisis.

Las colecciones que llevaron los estudiantes fueron dos de cuentos infantiles de autores diversos (cuentos de Disney y cuentos clásicos) y una para adolescentes llamada *Los guardianes* de William Joyce. Las tres colecciones fueron de tipo expresiva ya que tienen un elemento dominante que recurre a algún tipo de imagen figurativa, en este caso todas fueron ilustraciones.

Después de la realización de esta actividad, los estudiantes respondieron una encuesta con el objetivo de conocer su opinión con respecto al aprendizaje de este tema para saber los aspectos que fueron nuevos para ellos, la utilidad del formato, ventajas y desventajas del formato y si volverían a utilizar el formato. Los resultados fueron muy positivos.

Los resultados de la encuesta indican que el 46% de los estudiantes piensan que el formato para el análisis es muy

útil, 31% indispensable y 23% útil; el 100% volvería a utilizar el formato y algunas ventajas que mencionaron es que es práctico, ayuda con la organización de los elementos de una cubierta, proporciona bases para definir lineamientos para el diseño de un libro, ayuda a un mejor manejo estructural y a definir jerarquía. Algunas de las desventajas que mencionaron son que son muchos aspectos que cuidar y muchos requisitos que lo pueden hacer complicado.

Conclusiones

Este ejercicio fue muy interesante porque los estudiantes pudieron identificar aspectos de una colección de portada que no habían considerado anteriormente, además de que se generó un trabajo colaborativo con mucha participación al interior de cada equipo. Recordaron temas que habían visto en otras materias como psicología de la percepción con los aspectos de color y pre prensa con los acabados y tipo de encuadernación, entre otras cosas. Con respecto a la encuesta realizada, los aspectos de diseño que fueron nuevos para ellos, se encuentra en primer lugar las partes de la cubierta, seguido por el tipo de codificación (literal, metafórica, metonímica y por convención), formato, tipo de formato y encuadernación y los tipos de cubierta. Después consideraron los aspectos tipográficos del título de la obra y aspectos de composición, así como la armonía en la imagen.

La implementación de un material didáctico bien fundamentado teóricamente y reforzado con la observación, acerca al estudiante al análisis de la teoría contrastada con la práctica, situación que resume, concreta y proporciona una guía rápida que al reflexionarla, se hace consciente en el estudiante.

Bibliografía

- Esteves, F. et al. (2017) *La edición de libros en tiempos de cambios*. México: Paidós
- Haslam, A. (2010) *Creación, diseño y producción de libros*. Blume: Barcelona
- Llop, R. (2014) *Un sistema gráfico para las cubiertas de libros*. Gustavo Gili: Barcelona, España
- Zavala, R. (2002) *El libro y sus orillas*, Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial: México, D.F.

Abstract: In the bachelor's degree in design for graphic communication at the University of Guadalajara there is a design IV course focused on editorial design, for which a didactic material on covers for editorial collections was created.

This activity includes two phases, the first based on a series of infographics to explain the elements that compose them, and the second uses an analysis table.

However, the process for the implementation of the material consists of three phases, in the first one the teacher makes an exposition with the mentioned infographics; in the second one they answer the analysis table; in the third phase, the activity is evaluated through a survey.

Key words: Editorial design - cover - didactic material - color - images - typography - grid.

Resumo: Na graduação em design para comunicação gráfica da Universidade de Guadalajara há um tema de design IV focado no design editorial, para o qual foi feito um material didático sobre as capas das coleções editoriais.

Esta atividade inclui duas fases, a primeira baseada em uma série de infografias para explicar os elementos que as compõem, e a segunda utiliza uma tabela de análise.

Entretanto, o processo para a implementação do material consiste em três fases, na primeira o professor faz uma exposição com os infográficos mencionados; na segunda eles respondem à tabela de análise; na terceira fase, a atividade é avaliada através de uma pesquisa.

Palavras chave: Projeto editorial - capa - material didático - cor, imagens - tipografia - retícula.

(* **Erik Omar Avalos Delgado:** Licenciado en diseño para la comunicación gráfica, por la Universidad de Guadalajara. Titulado con la tesis *Diseño de infografías sobre cubiertas de colección editorial de las novelas de Jorge Ibargüengoitia para la materia de diseño IV* (2019). Colaborador en la edición 1 de la revista *Lavish* (2018), con experiencia en generación de contenidos para redes

sociales en la agencia de diseño y marketing digital ImpulzoMkt. Actualmente es diseñador gráfico y artista digital en la agencia de medios digitales AGMedia, con presencia en México y España. Encargado de la producción de contenidos para pantallas así como de productos editoriales requeridos. Cynthia **Lizette Hurtado Espinosa:** Licenciada en Diseño para la Comunicación Gráfica por la Universidad de Guadalajara, con Maestría y Doctorado en Metodología de la enseñanza por el Instituto Mexicano de Estudios Pedagógicos y Tecnólogo Químico en Fármacos por el Centro de Enseñanza Técnica Industrial. Fue coordinadora de la licenciatura en diseño para la comunicación gráfica en la Universidad de Guadalajara (2007-2013) y coordinadora de investigación y posgrado (2013-2016) en la misma universidad. Actualmente es la editora de la revista *Zincografía* y responsable del cuerpo académico 790 enfocado en Procesos de comunicación y educación superior. **Monica Georgina Avelar Bribiesca:** Licenciada en Diseño para la comunicación gráfica por la Universidad de Guadalajara (UdeG), maestra en Mercadotecnia por la Universidad de Guadalajara (UdeG) y doctora en Metodología de la enseñanza por el Instituto Mexicano de Estudios Pedagógicos (IMEP). Integrante del equipo de trabajo *Trazo Diseño Vilches*. Coautora de libros como: *Pensar en Diseño Gráfico* (2012); *Reflexiones sobre los posgrados de diseño en México* (2017). Coordinadora de la edición del libro: *El Proyecto de Diseño para la Innovación* (2017). Coordinadora de la Maestría en Diseño e Innovación Industrial de 2016-2019. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) de Conacyt en México.

Storytelling, el arte crear historias poderosas

Daniel Gómez Fernández (*)

Actas de Diseño (2021, julio),
Vol. 37, pp. 83-85. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2020
Fecha de aceptación: diciembre 2020
Versión final: diciembre 2021

Resumen: El diseño de historias o storytelling es una de las herramientas más potentes en el mundo de la comunicación. Las historias son las que nos permiten crear conexiones. A lo largo de nuestras vidas hemos aprendido a través de historias, nos han enseñado a construirlas desde la estructura narrativa pero no desde la investigación previa, desde la observación del entorno para encontrar eso que nos permitirá lograr una mejor ser uno con el receptor. La receta para el storytelling cambia constantemente de ingredientes y acá hablaremos de tres muy importantes: El Insight, el concepto y la historia.

Palabras clave: Concepto creativo - Conexión - habilidad creativa - Narrativa - Diseño

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 85]

A lo largo de este ensayo no vamos a hablar de estructuras narrativas, ni técnicas literarias. Tampoco revisaremos la creación de personajes o las claves del éxito en una buena historia. Lo que verán a continuación busca ir más atrás en el proceso. Nos adentraremos en 3 pasos fundamentales, 3 pasos creativos y estratégicos que concluirán con

una historia emocionante y poderosa para aquellos que creen en lo que nosotros creemos y no para aquellos que necesitan lo que nosotros vendemos.

La creación de historias o storytelling es una de las herramientas más potentes del mundo. Son las historias las que nos permiten crear conexiones a partir de asocia-