

**LUIS ALMEIDA**

## **EL DISEÑO DE PUBLICACIONES**

Contenido:

- Tipografía, medio de comunicación, convenio de formas.
- El tamaño de la publicación
- El espacio de composición, parámetros del texto.
- La estructura de la página, organización de contenidos

A manera de prólogo quiero anotar que el oficio de diseñador gráfico se soporta en tres áreas del conocimiento:

- LA CIENTÍFICA, basada en las ciencias de la comunicación, la semiótica, la psicología de la forma y del color así como, en la ética.
- LA TÉCNICA, que se apoya en los procesos industriales de producción y comprende las técnicas de cómputo, pre prensa, impresión y encuadernación.
- LA ESTÉTICA, que se nutre de la historia del arte y del diseño, del libro y la tipografía, y exalta las capacidades de composición, creatividad, dibujo y pintura.

La acción y participación equilibrada de estos tres aspectos del conocimiento humano darán la calidad profesional que toda intervención de diseño necesita. Ninguna sobre otra.

A R E A   C I E N T I F I C A  
*LENGUAJE Y TIPOGRAFIA*

*Si luego los encuentran isti Foli después ke los e escrito non los entiende nin siquiera un cancelliere por a ke ista est una lengua ke la falan estotros de la Frasketa, mas ninguno la eschrito nunca, mas sis est una lengua ke nadie entiend adivinan en seguida ke so yo porque todos dizen ke en la frasketa falamos na lengua ke non est de christianos por o debo asconderlos bien.*

La crisis de comprensión que cada lector haya tenido ante el inicio de la lectura de este texto es la misma condición que tenemos ante cualquier idioma nuevo, o es la misma que habrán pasado los primeros hombres al construir sus civilizaciones por medio del lenguaje. La palabra es un símbolo que se resuelve en lo que significa, en lo que nos hace entender, y entendemos la palabra sólo si conocemos la lengua, en caso contrario es letra muerta o un sonido cualquiera

Umberto Eco se divierte en el prólogo de su novela Baudolino, al haber creado una lengua híbrida, entre latín, italiano, francés y algunos chispazos de alemán, para describir a un personaje inculto, que se expresa en un *caló* propio de una determinada clase social. Lo interesante de esta cita es que a pesar de no tener forma correcta, las palabras anotadas tienen significado posible, que el lector se esfuerza y disfruta de reconstruir para entender y descifrar un contenido.

El lenguaje es antes que nada, una convención entre dos sujetos, es un acuerdo de sonidos o formas para denominar un determinado objeto o situación entre ambos. El significado, según Fernando Savater, es lo que yo no puedo inventar o adquirir aisladamente sino que depende de la mente de otros, es decir, de la capacidad de participar en la mente de los otros. El hombre no es solamente una realidad biológica, sino también una realidad cultural. No hay humanidad sin aprendizaje y para empezar sin la base de toda cultura: el lenguaje.

El hombre no vive en un universo puramente físico sino en un universo de símbolos. Lengua, mito, arte y religión son los diversos hilos que componen el tejido simbólico, y esto nos permite definir al hombre como un animal simbólico. Desde sus inicios el hombre ha buscado comunicarse a través de imágenes, la pintura rupestre es una muestra clara de este lenguaje, por medio de él se transmitieron conocimientos, se realizaron rituales o se invocaron a las fuerzas de la naturaleza.

La imagen como sistema de información en la sociedad, según Roland Barthes, tiene tres funciones, en orden de complejidad: informar, expresar y significar. Podemos analizar los tres niveles o funciones de la narración visual:

1. El plano de la INFORMACIÓN.

La imagen da cuenta de un suceso, la narración concuerda con su contenido.

2. El plano de la EXPRESIÓN.

El encuadre o composición y los elementos descriptivos construyen una imagen entendible, atractiva, interesante.

3. El plano de la SIGNIFICACIÓN.

La imagen propuesta denota situaciones que mueven o activan sentimientos que van más allá de lo citado en los primeros niveles de lectura, emocionan.

El lenguaje humano esta sustentado en nuestra capacidad gutural y auditiva, la que nos permite emitir y reconocer diferencias que son “significativas”, a éstas partículas sonoras les llamamos vocales y consonantes. El hombre ha creado convenciones gráficas para traducir, a formas visuales, cada uno de esos sonidos significativos, que son la materia de la comunicación escrita de un determinado grupo humano, constituyen su idioma.

Las estructuras gráficas las llamamos letras y, partiendo de lo más sencillo —una línea, dos líneas, un círculo— hasta las combinaciones mas complejas, formamos con ellas las tipografías, que representan visualmente esos sonidos que nos enlazan y comunican. Los signos alfabéticos han sido sometidos a un largo

proceso de decantación formal, que inició hace muchos miles de años, debido a ello las letras se han ido cristalizando en formas constantes. Este principio es la base de que exista la transmisión del conocimiento o de la historia, a través de tabletas, papiros, códices o libros. El hombre creó, entonces, alfabetos visuales para, sin el auxilio del sonido, comunicar o preservar contenidos

Las civilizaciones se desarrollan con la escritura, y es el tránsito de la comunicación oral a la palabra escrita lo que desarrolla una civilización. La introducción de la imprenta en occidente, en el siglo XV, estableció el principio de la comunicación por medio de la letra impresa, la reproducción de la escritura por el uso de tipos móviles, lo que se constituyó en uno de los saltos tecnológicos más grandes de la humanidad.

Nuestro compromiso como diseñadores de tipografías, es el respeto a ese sedimento o base original que cada letra tiene, para permitir, en el lector, el reconocimiento de sus elementos significantes y por tanto entender lo que el texto dice, facilitar el entendimiento entre los seres humanos.

## A R E A   T E C N I C A

### EL TAMAÑO DE LA PUBLICACIÓN

Aspecto importante en el trabajo editorial es el dominio en los procesos de producción (es en este rubro donde más cerca estamos del diseño industrial), pues es responsabilidad del diseñador la determinación de los pliegos, el tamaño múltiplo de la página, las calidades y los gramajes de los papeles, así como la optimización de las entradas o número de tintas en las máquinas de impresión. Por otra parte está hoy, el manejo correcto de los programas de cómputo y los procesos de armado en la pre prensa digital.

Comencemos por el conocimiento de la materia de producción :  
EL PAPEL

De sus dimensiones y de su correcta utilización se desprenden las primeras decisiones: ¿Qué formato tenemos que utilizar, o cuál debe ser el tamaño óptimo para nuestra publicación? Partamos del papel y sus dimensiones.

#### PAPEL DE 57 x 87 cm

Esta medida americana, que es la más común, provoca en su octava parte, el tamaño universalmente conocido como *letter* u hoja carta y que mide 21.5 x 28 centímetros. Este formato es el que las rotativas en mayor cantidad producen (las cuales tienen una circunferencia de 57 cm en los rodillos) y que permite, por el volumen de producción, destinarse a la publicación de revistas o *magazines* comerciales.

La mitad de la hoja carta es el tamaño ideal, por su aprovechamiento y su manualidad, para la producción del “libro de bolsillo” o *pocket book*. El doble de tamaño de la hoja carta es donde se imprimen, mediante la rotativa, un gran número de periódicos en el mundo, los denominados tabloides.

#### PAPEL DE 70 x 95 cm

Esta medida también americana, produce en su octava parte el tamaño de 21.5 x 34 cm conocido como hoja oficio o *legal*. Este formato se imprimirá en prensa plana y es ideal para revistas de arte o de temas espectaculares, por la amplitud, elegancia y posibilidades de diagramación.

La mitad de la hoja oficio produce un formato de 17 x 23 cm, que es sugerido para libros de texto y diccionarios, pues, con economía de papel, podemos diagramar dos columnas de texto y dedicar otra tercera, para notas o apostillas.

Los formatos anteriormente descritos son pliegos de 16 páginas, producidos por tres dobleces a mitad de la hoja completa, pero si optamos por un doblez en acordeón, podemos variar completamente la proporción de la página sin desperdicio de material. Las dimensiones podrán ser en este caso: 19 x 19, 23 x 23, 28 x 28 ó 32 x 32 centímetros, y por supuesto, pequeños ajustes para enfatizar el carácter formal de nuestra propuesta.

Estos formatos cuadrados los considero excelentes para catálogos o libros de arte, de fotografía o, en general, aquellos que contienen mucho y muy disímulo material de ilustración, pues la proporción de la página nos provee de un equilibrio espacial ante figuras verticales u horizontales.

También existen las medidas europeas de papel de las cuales destaco aquella de 61 X 90 cm.

## LA IMPRESION

El siguiente paso, es consultar con el impresor el tipo de máquina de impresión a utilizar. ¿De cuantas tintas se dispone? ¿Qué formato de papel acepta la maquinaria? ¿De qué papel disponemos en el mercado?, etc. Todas estas preguntas y sus respuestas nos ayudarán a determinar correctamente las características técnicas de nuestro producto gráfico. Un consejo: hagamos del impresor nuestro gran aliado y busquemos su participación y reconocimiento en el trabajo. No se arrepentirán.

Aparte de la decisión del papel, su formato y sus procesos de impresión, debemos tomar en cuenta dos consideraciones fundamentales, el contenido y el perfil del lector. No es lo mismo un niño que se inicia en la lectura, que un estudiante y su limitada economía, que un lector asiduo o un coleccionista exquisito. Cada uno requiere soportes apropiados a los contenidos que presentan.

## A R E A   E S T E T I C A EL ESPACIO DE COMPOSICIÓN

Las páginas encontradas son el espacio donde ocurrirá el encuentro entre el lector y el contenido, y es el acto más importante de nuestra labor. Es ahí donde se pone en juego los aspectos científicos —de comunicación— y estéticos —el valor visual de la composición. Arte utilitario, el texto debe tener antes que nada, como objetivo, el transmitir información, si esta premisa no se logra, lo demás no es justificable.

Dentro del espacio de la página decidiremos el tamaño de la caja o de las cajas, de acuerdo al área de diagramación y a la cantidad o variedad de información a incluir, y hablaremos entonces, de una, dos, tres, o cuatro columnas. Estas a su vez quedarán definidas por tres variables: el ancho de la caja, el cuerpo y la interlínea de una determinada familia tipográfica.

Comentaré que, el ancho de la caja estará en relación al cuerpo tipográfico y que un ideal será que contenga, la línea de texto, entre 45 caracteres como mínimo y 75 como máximo.

La caja o las cajas de texto tendrán otras definiciones espaciales que son los cuatro márgenes: hacia el lomo, la cabeza, el frente y al pie. En esta decisión interviene, desde los inicios de la imprenta, el concepto de las proporciones áureas o las divinas en la diagramación de la página.

Hoy en día estos cánones clásicos han sido dejados atrás por la facilidad de construcción tipográfica que ofrecen los equipos de cómputo, pero lo que no debemos dejar de lado es, el buen gusto, el equilibrio, la belleza y el orden como opción, o en su caso, el desorden, el desequilibrio, la confusión como decisión conciente del diseñador.

## ORGANIZACIÓN DE CONTENIDOS

El texto escrito, a diferencia del texto visual, tiene reglas de uso, gramaticales, que permiten la construcción de un discurso. El diseñador debe ser ante todo un lector, pues el conocimiento de la disciplina le proporcionará las bases para elaborar nuevas propuestas en la lectura, variaciones en las jerarquías que ayuden o motiven el recorrido de la vista a través de la página impresa. Diseñador que no lee se lo lleva la corriente (estética).

Los diferentes valores tipográficos de los textos, las cabezas, los balazos, resúmenes, cornisas, títulos, subtítulos, capitulares, y el manejo de los contenidos que pueden ser sujetos de tratamientos —pantallas, plecas, diferencias en tipos o tamaños— o descomposiciones, que

ayuden a una lectura, son la materia de la que un comunicador visual dispone para construir un mensaje escrito.

Con las familias tipográficas que se adopten para una publicación periódica o que se creen exprofeso para ella, deberemos de tener cuidado de mantener fidelidad en su uso, pues cada una de ellas, sobre todo en su aplicación en cabezas y balazos, conllevan una carga formal que determinan rasgos característicos que proporcionan determinada personalidad a la presentación de los contenidos, los que podrán aparecer, en su forma visual, desde algo exquisito hasta una intervención popular, desde un rigor científico hasta una libertad surrealista.

Una vez decididos las variables anteriores, su respetuosa aplicación creará los convenios con los lectores, desarrollándose afinidades por el conocimiento y reconocimiento del material impreso.

A estas constantes de construcción tipográfica, de los temas del contenido y la forma de presentación, definirán el género de una publicación, y las consideramos el "estilo" de la publicación. La periodicidad de ésta, se define como su regular aparición (diario, semanario, mensual, bimestral, estacional o anual) con características formales constantes.

Si resumieramos las fases de trabajo descritas en este texto concluiría que, la línea de acción a cuidar en nuestra participación será: lograr una comunicación efectiva, en el menor tiempo, al menor costo. En suma, un conocimiento amplio de la profesión, con una ética de actuación.

