

1.4*

INVESTIGAR PARA INNOVAR EL DISEÑO EDITORIAL

***ROSA GONZALES MENDIBURU**
Docente de la Especialidad de Diseño Gráfico

RESUMEN /

La reflexión sobre el estatus del libro y sus propuestas de diseño es imprescindible en el proceso de innovación editorial. Fundamentar el actual proceso de innovación gráfica en una estética que conduzca al placer de la lectura complementaría la funcionalidad y la idoneidad del objeto editorial para la transmisión de la información contenida.

PALABRAS CLAVE /

Innovación, estética, objeto editorial, lectura.

INTRODUCCIÓN /

Una dirección importante en la investigación para una propuesta estética que aporte a la construcción del libro un atractivo que estimule la percepción y la implicación emocional del lector es la integración de recursos tipográficos y plásticos en el diseño del objeto-libro. Para iniciar un proyecto de esta naturaleza, la investigación de la historia del libro ofrece grandes enseñanzas.

LA HISTORIA DEL LIBRO /

La investigación conduce a enfocar varias etapas importantes de la historia del libro, cuyos productos relevantes pueden ser objeto de estudio e interpretación, para valorar su potencial de co-significación comunicativa: las iluminaciones medievales, las propuestas tipográficas de Arts and Crafts, las carátulas de Carson, etc. Su análisis explora las relaciones del arte gráfico con el libro a través de la interacción e integración de la tipografía con la imagen plástica y proporciona al diseñador una información significativa para asignar roles cada vez mayores a la imagen en la comunicación editorial.

Un objetivo productivo de la investigación es analizar el conjunto de interacciones entre el formato del libro, la tipografía, la composición y las imágenes que se hacen presentes en el libro a través de la historia. Sobre esta base, es posible evaluar las tendencias actuales de la composición del libro en su contexto cultural y como producto de una evolución histórica donde el interés por el desarrollo estético es constante.



IMG 01 - IMG 02 / Alicia en el País de las Maravillas. Lewis Carroll, adaptado por Soon-Bong Heo e ilustrado por Glenda Sbuirelin. FUENTE: <https://es.pinterest.com/.../glenda-sbuirelin/>

Otro objetivo y línea de investigación podría ser la capacidad del libro de dirigirse no sólo a la comprensión de lo leído sino también a los sentidos, la vista, el tacto. La percepción del libro como un objeto de placer estético no sólo que contribuye a una relación afectiva con el libro sino también ingresa en el campo de la personalidad del libro y del universo de sentido que almacena. Contribuiría también con una respuesta creativa a una pregunta recurrente ¿Cómo desterrar la monotonía visual y sus efectos tranquilizadores y unitarios en la composición de la página editorial, en una cultura caracterizada por el impacto visual y los valores afectivos de la comunicación?

Para el pensamiento gráfico y sus estrategias de creación y producción, responder a esta pregunta es fundamental. Si bien los autores escriben textos y los editores proponen cómo presentarlos, son los diseñadores gráficos quienes hacen realidad su construcción de sentido total, donde la estética opera a través del lenguaje visual.

En este marco y en la perspectiva del arte y diseño gráfico editorial, la interacción texto – imagen, en el marco de determinado formato, es la clave de la cohesión visual y de la coherencia comunicativa del libro. No sólo da la pauta para la composición sino plantea las bases de una aproximación perceptiva a los sentidos constitutivos del libro, a la vez que hace de éste un objeto con una estética única, provocativa y rica en sentidos.

Una investigación que explorara este territorio fundacional del libro aportaría para el diseñador información y estrategias relevantes para su quehacer.

DE LA NATURALEZA DEL LIBRO /

Al mismo tiempo, la investigación histórica y estética debe completarse con una investigación conceptual sobre la esencia del libro como objeto comunicativo. ¿Qué es el libro? ¿Contenido de ideas, vehículo de información, expresión artística y cultural? Durante más de 5000 mil años, el ser humano ha transmitido su experiencia y conocimientos dejando signos sobre soportes tan diversos como el papiro, la arcilla, la seda, el papel, la piedra, etc., acumulados apasionadamente en los espacios mágicos de las bibliotecas, algunas legendarias, como las de Alejandría y Pérgamo, otras secretas, como las que los monasterios albergaban en la Edad Media.



IMG 03 - 07 / Carátulas de Benjamin Lacombe. Fuente: www.benjaminlacombe.com

De la copia a mano a la imprenta y de la imprenta a la difusión electrónica, el libro, nacido en este ejemplar proyecto humanista de preservación del saber del mundo, se ha constituido como objeto de deseo y ha experimentado estéticas, hasta identificarse simbólicamente con el destino de la humanidad.

Observar la naturaleza del libro conduce a un proceso reflexivo sobre la construcción del conocimiento y sobre los vínculos que todo contenido entabla con su forma y con la intención de la comunicación. El libro es, entonces, la imagen de nosotros mismos, así como soñamos ser proyectados, con lo mejor de nosotros hacia la reconstrucción del mundo a través del saber y de la imaginación. Puede cambiar de soporte o puede cambiar de estética, pero el impulso que le dio nacimiento es el mismo: el deseo de superación del ser humano a través de la memoria, venciendo los límites de espacio, tiempo, identidad.

Hoy en día se habla del libro impreso y del libro electrónico a través de una especie de confrontación, de la cual saldría perdiendo el libro impreso. En realidad, se trata de contraponer dos soportes, pero entre los dos el libro sigue sien-

do imagen e información, sigue instalando en un espacio (esto sí, con características y posibilidades de acción diferentes) sus interacciones internas (elementos tipográficos, estructuras compositivas, elementos y estructuras visuales) para entablar con el lector su interacción fundamental: la producción de sentido en el acto de la lectura.

DEL LENGUAJE VISUAL DEL LIBRO /

El lenguaje visual de la gráfica del libro, en las últimas dos décadas, es un lenguaje novedoso. Pero, a la vez, es un lenguaje que supo enlazar nuestra cultura actual con manifestaciones visuales históricas, desde los caracteres jeroglíficos, signos aztecas, cuneiformes hasta símbolos y códigos de la cultura medieval o de los tiempos del modernismo.

Es propio de nuestros tiempos aspirar a la integración de recursos diversos, como prueba del poder ordenador del ser humano y como seguro de continuidad, en un mundo afectado por la fragmentación del saber.

Actualmente, el lenguaje visual busca dentro de las estructuras existentes nuevas fórmulas de asociación y crea a partir de ello sus propias formas y sus códigos de comunicación. Utiliza conjuntamente elementos textuales



y visuales, signos y símbolos de distintas fuentes, como partes de una interacción que genera efectos de sentido. Como consecuencia, la composición se transforma en la estructura matriz de la acción comunicativa y desarrolla dicha acción a través de sensaciones provocadas y efectos emotivos. El lenguaje valora su capacidad semántica a través de la estética.

DE LA ILUSTRACIÓN A LA INTEGRACIÓN /

Las imágenes dejan de ser meras ilustraciones de textos y se transforman en elementos constitutivos de la construcción de sentido. El lector recibe e interpreta la información visual, de la misma forma y con la misma importancia que recibe e interpreta la información textual. Por las dos vías y de manera convergente, llegan al lector para fusionar en una lectura unitaria, del cual el libro sale enriquecido como valor y potencial comunicativo.

No significa ello que todo libro ha de visualizar de manera intensa su construcción de sentido, porque los libros pueden responder a numerosas necesidades y, por ende, se elaboran en función de su proyecto y destino comunicativo. Pero sí significa que la interacción texto – imagen es permanentemente considerada, con miras a una inte-

gración de sus efectos. Esto significa también que han aparecido nuevas realizaciones, ejemplares para dicha interacción/integración, como las realizaciones infográficas.

CONCLUSIONES /

Para comunicar en igual medida en los niveles perceptivo, conceptual y afectivo, el lenguaje visual editorial debe explorar las fuentes de su hibridez, profundizando y aprovechando la interacción e integración entre la tipografía, el lenguaje icónico y el lenguaje plástico.

Al hacerlo, logrará llamar la atención, mantener alerta al lector; provocar e implicar al lector a participar activamente en la construcción de sentido. Es lo que pretende, por ejemplo, la poesía visual, el libro infantil, el libro de roles, la novela gráfica o el libro – objeto.

El libro actual requiere de un lector cómplice, activo, curioso e interesado. Le asigna este rol y lo fomenta en sus receptores, porque el libro cumple con un papel culturalmente formativo.

Elaborar un libro con este potencial es una construcción cultural y artística. Es aquí donde el arte interviene con sus posibilidades de acción estética, para hacer de la composición del libro una red de signos en la cual lo textual y lo visual colaboren y se integren. Para lograrlo, la cultura es no sólo el ámbito de la recepción sino también el ámbito de la creación. Es contexto y fuente. Es memoria.

BIBLIOGRAFÍA /

1. Arfuch, L. (1997). *Diseño y comunicación - Teoría y enfoques críticos*. Buenos Aires: Paidós.
2. Arnheim, R. (1990). *El pensamiento visual*. Barcelona: Paidós.
3. Clair, J. (1999). *Elogio de lo visible*. Barcelona: Seix Barral.
4. Goodman, N. (1986). *Los lenguajes del arte. Aproximación a la teoría de los símbolos*. Barcelona: Paidós.