

PORTADAS PARA EL FONDO EDITORIAL PUCP

Un proyecto con cliente real en el curso de Comunicación Editorial

Autora:

Evelyn Nuñez Alayo
Nunez.em@pucp.edu.pe

Profesoras del curso:

Andrea De La Cruz, Claudia Cárdenas, Romyna Giorgio y Evelyn Nuñez.

RESUMEN

En este artículo se expone el proyecto de diseño de portada de libro que realizaron los estudiantes del curso de Comunicación Editorial 2021-1 para la serie Zumbayllu del Fondo Editorial PUCP. Siendo la portada una de las partes más importantes del diseño de un libro, el objetivo fue crear el concepto visual para los textos de divulgación de un cliente real. Debido a la pandemia de la COVID-19, el contenido del curso se tuvo que virtualizar y se llevó a cabo bajo la modalidad a distancia. En ese marco, se lograron propuestas interesantes y efectivas, así como el trabajo colaborativo entre distintas unidades de la Universidad. Se presentan las portadas publicadas hasta el momento, junto con los testimonios de las estudiantes, el cliente, los autores y las docentes del curso.

PALABRAS CLAVE:

conceptualización, portadas, diseño editorial, Fondo Editorial PUCP.

INTRODUCCIÓN

Se dice que no se debe juzgar a un libro por su portada, pero en tiempos donde lo visual es tan relevante, una portada¹ atractiva ciertamente puede generar el interés de un potencial lector o comprador. Y es que en el mercado actual, el propósito de la portada de un libro es básicamente comercial, por lo cual se convierte en una herramienta clave de venta. Además de llamar la atención del lector, el libro debe destacar del resto de ejemplares. Para crear una portada, los diseñadores deben tener en cuenta la imagen, el color, la tipografía y la composición (layout). La imagen puede ser una foto, una ilustración o ambas, cuyo objetivo es resonar en el lector. Entonces el gran reto de diseño es crear el concepto visual de un libro que logre transmitir el tema o el propósito del relato de una manera distintiva, evitando ser descriptivo o literal, sino más bien, complementando el mensaje del autor.

El curso de Comunicación Editorial² del 4º año de la especialidad de Diseño Gráfico de la Facultad de Arte y Diseño PUCP tiene como objetivo general que los estudiantes desarrollen propuestas editoriales creativas y funcionales, utilizando los fundamentos del diseño editorial, a través del dominio de principios de diagramación, secuencia narrativa, jerarquía y consistencia visual. Asimismo, se busca que los estudiantes tengan la oportunidad de realizar proyectos para clientes reales y de ese modo, aplicar lo aprendido en una situación concreta; un aspecto muy valorado por el alumnado, según la experiencia docente.

En ese sentido, el primer proyecto del curso 2021-1, consistió en el diseño de portadas para Zumbayllu, la nueva serie de ensayos de difusión del Fondo Editorial PUCP. Las propuestas elegidas serían publicadas por la editorial. A la fecha se han impreso dos de las propuestas de los estudiantes. Con el fin de conocer la percepción y perspectiva de los participantes del proyecto y así valorar la experiencia de enseñanza-aprendizaje, se incluyen los testimonios del cliente, los autores de los libros, las estudiantes cuyas propuestas fueron elegidas y las docentes del curso.

ANTECEDENTES, OBJETIVO Y RETOS DEL PROYECTO

Cabe señalar que la colaboración con el Fondo Editorial PUCP se remonta al semestre 2020-1³. Siguiendo la sugerencia de la profesora Claudia Cárdenas, a inicios del 2020 se logró contactar al Fondo Editorial y se conversó con su directora Patricia Arévalo para evaluar la posibilidad de diseñar las portadas de próximas publicaciones. Se consideró que era una gran oportunidad de colaboración entre la Facultad de Arte y Diseño y el Fondo Editorial de la Universidad. Es así como se logró un acuerdo para desarrollar un proyecto piloto. Debido a la pandemia del COVID-19, el curso se tuvo que desarrollar en modalidad a distancia. Los estudiantes de entonces elaboraron portadas para libros y se eligieron tres propuestas, de las cuales han sido publicadas dos: *El diablo está en los detalles*. Referéndum y poder político en América Latina, editado por Fernando Tuesta y Yanina Welp, y *Mitologías velasquistas*. Industrias

1. Se suele usar el término portada para referirse a la “cubierta” que es la parte exterior de un libro. Sin embargo, en la tradición gráfica y editorial, la portada es la página interior ubicada al principio del libro que generalmente contiene los mismos datos de la cubierta (título, nombre del autor y editorial). En el idioma inglés, la diferencia es más clara: cover es la cubierta y title page es la portada. En este caso, usaremos el término “portada” para referirnos al exterior del libro, ya que su uso es bastante generalizado. Ver: De Buen Unna, Jorge (2008), pp. 634–647.

2. A partir del semestre 2022-1, el nombre del curso cambió a Diseño Editorial 2.

3. Durante el semestre 2020-2, los estudiantes del curso de Diseño Editorial elaboraron catálogos de los libros del Fondo Editorial PUCP. Si bien aún no han sido publicados, nos comentaron que esperan hacerlo luego de la pandemia.

culturales y la revolución peruana (1968-1975), editado por Miguel Sánchez. Además de la elaboración de las imágenes, los estudiantes propusieron el uso de las tipografías y la composición, de acuerdo al concepto visual que habían desarrollado.

El proyecto del semestre 2021-1 para el Fondo Editorial PUCP se centró en elaborar la imagen de la portada para algunos títulos de Zumbayllu. Bajo el formato de bolsillo, esta nueva serie de ensayos cortos se lanzó en mayo del 2021, dirigido a un público general, con el propósito de difundir y reflexionar sobre aspectos de la

realidad peruana. En esta ocasión, se trabajaron con cinco títulos sobre diversos temas como la política digital, los discursos de la prensa sobre el sida en los ochenta, el impacto de la COVID-19 en el periodismo, la salud mental y la pandemia, y la cultura popular urbana. Al tener un público objetivo no especializado, el cliente requirió que las portadas sean muy atractivas, con un estilo más juvenil, para de ese modo diferenciarse del resto de colecciones que son de corte más académico. Vale resaltar que la editorial ya había definido la línea gráfica de la serie, en cuanto a la tipografía y la composición, por tal motivo, los estudiantes solamente crearon la imagen de la portada.



Figura 1.
Diseño de cubierta para *Mitologías velasquistas* (2020). Concepto visual: Karla Soto, Ana Lucía Pineda y Enrique Baldeos. Ilustración: Karla Soto.

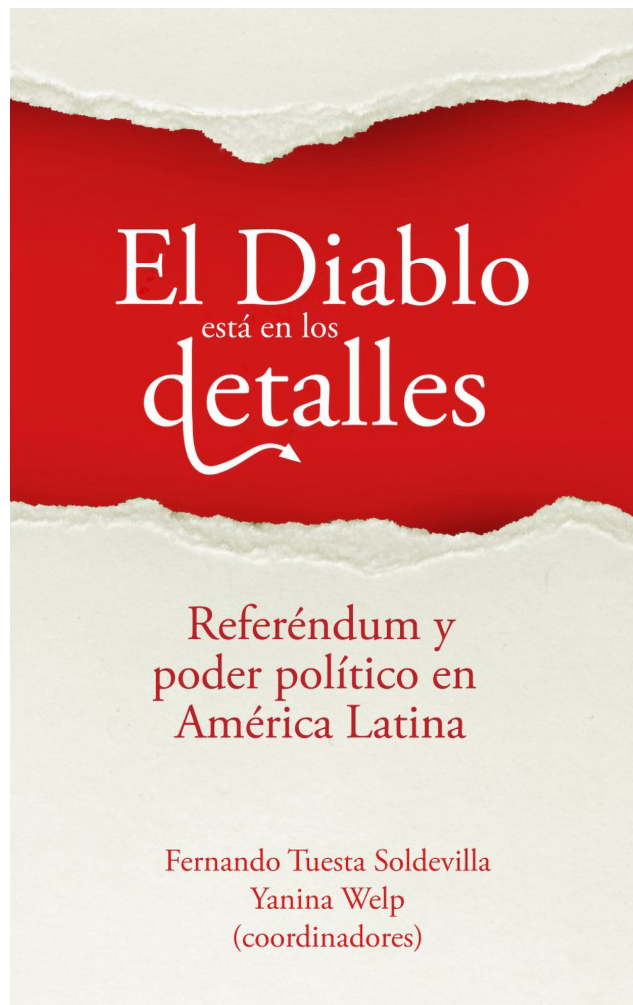


Figura 2.
Diseño de cubierta para *El diablo está en los detalles* (2020). Por Jamie Lam, Santiago Nishii y Adelaida Olaechea.

METODOLOGÍA

Del curso

En los últimos años, el curso se ha desarrollado en la modalidad a distancia debido a la pandemia y el estado de emergencia en el Perú. Por tal motivo, el curso se dividió en actividades semanales tanto sincrónicas como asincrónicas. En el primer caso, mediante Paideia, la plataforma virtual de la universidad; y en el segundo caso, a través de sesiones vía Zoom. El estudiantado contó con materiales teóricos descargables al inicio de cada semana, mientras que la práctica comprendía la investigación, la experimentación y la producción de un producto editorial. Para ello, se ofrecieron sesiones de asesoría en línea, según un cronograma determinado.

Del proyecto

El proyecto debía desarrollarse en tres semanas y de manera individual. En la primera semana se presentó el proyecto junto con el correspondiente material teórico. Se revisaron aspectos del diseño de portadas para libros, se visionó un estudio de caso y se alcanzaron diversos referentes. Asimismo, cada uno de los autores brindó una especie de brief de sus manuscritos y luego se realizó una charla en línea, donde ampliaron sus temas, respondieron consultas y dejaron su correo electrónico para dudas posteriores. Luego, los estudiantes desarrollaron un documento escrito con la propuesta personal, la cual incluyó distintos conceptos visuales con sus respectivos *moodboards* y tres bocetos como mínimo. En la segunda semana, junto con las profesoras, los estudiantes eligieron un concepto visual, el cual fue desarrollado en los siguientes días. En la tercera semana, los estudiantes presentaron el arte final de la portada con la ilustra-

ción desarrollada y la composición, según la línea gráfica de *Zumbayllu* proporcionada por la editorial.

RESULTADOS

Las propuestas de ambos horarios del curso fueron enviadas al Fondo Editorial PUCP y compartidas con los autores, quienes tuvieron la decisión final. Fueron elegidas cuatro propuestas para *Zumbayllu* y se coordinaron videoconferencias entre los autores y las diseñadoras de las propuestas, acompañadas de sus profesoras, para hacer los ajustes finales. Luego, se acordó la entrega del arte final de las portadas al cliente, previa firma de una autorización de uso de obra, documento facilitado por la Oficina de Propiedad Intelectual (OPI) de la PUCP⁴.

Hasta este momento, se han publicado dos de las propuestas seleccionadas. Se trata de los libros *Rápido, violento y muy cercano* de Eduardo Villanueva Mansilla, con la portada de Alexandra Mucha; y *Sida y temor* de Juan Antonio Lan, con la portada de Nicole Mejía.

Para conocer la percepción y de ese modo, valorar la experiencia de los distintos participantes del proyecto, se les solicitó un pequeño testimonio. Al respecto, Militza Angulo Flores, coordinadora de edición del Fondo Editorial PUCP y cliente del proyecto, manifestó lo siguiente:

Trabajar con estudiantes y docentes comprometidos con su labor ha sido una experiencia muy gratificante: nuestros libros se han enriquecido enormemente con la creatividad, el talento y el profesionalismo de los estudiantes y

4. Agradecemos a Katuska López de la Sección de Signos Distintivos y Derechos de Autor de la Oficina de Propiedad Intelectual PUCP y al profesor Enrique Chiroque, Director de Carrera de la especialidad de Diseño Gráfico, por el apoyo en este procedimiento.

con las sugerencias y la guía siempre pertinente de sus profesoras. Desde el Fondo Editorial PUCP esperamos que este vínculo con la FAD continúe y sea cada vez más fuerte (comunicación personal, 19 enero de 2022).

En cuanto a las docentes del curso, la profesora Andrea De La Cruz comentó:

Colaborar con otras instancias dentro de nuestra casa de estudios, nos permite crear distintos nexos en el presente y a futuro. Ha sido una oportunidad para incentivar a las y los estudiantes a ser parte del desarrollo de productos que serán publicados y divulgados en el medio editorial, asimismo fue importante fomentar el aprendizaje autónomo desde la planificación de las etapas del diseño hasta la el reconocimiento de las competencias en diseño gráfico. Si bien, ha sido un gran reto mediar con los autores, las y los estudiantes van ganando experiencia para desenvolverse en distintos proyectos. (comunicación personal, 2 febrero de 2022)

Respecto a la profesora Romyna Giorgio:

En cada proyecto que se trabaja con cliente real, los alumnos deben conseguir realizar piezas gráficas visualmente correctas, y junto con ello, desarrollar habilidades blandas como, por ejemplo, la comunicación asertiva. El proyecto del Fondo Editorial, además de conseguir lo antes mencionado, suma una cuota extra al reto pues se tiene la tarea de traducir a imagen, la esencia y el concepto del escrito realizado por clientes inmersos en el ámbito creativo. Esto convierte al proyecto en un trabajo altamente exigente y a la vez, enriquecedor. (comunicación personal, 3 febrero de 2022)

Para la profesora Claudia Cárdenas:

Asumimos el reto de mantener al estudiante, permanentemente motivado, asistiéndolo en el proceso de transmitir con claridad, el sentido y contenido de las obras. Por ello, propiciamos, no solo el contacto entre el estudiante y el Fondo Editorial, sino además entre el estudiante y los escritores de las obras. Así, pueden dilucidar la esencia de las obras y transformarla en imagen.

Es satisfactorio, ser parte de un curso que permite al estudiante ver sus trabajos inmediatamente publicados y su nombre puesto en vitrina mediante las redes y actividades promocionales del Fondo Editorial de la PUCP. (comunicación personal, 4 febrero de 2022)

Finalmente, la reflexión de la profesora Evelyn Nuñez:

El diseño de una portada es una de las actividades más interesantes en el diseño editorial, ya que combina tanto el desarrollo de un concepto visual atractivo como una ejecución gráfica de calidad. Siempre he considerado que un diseñador es una especie de traductor visual, por lo que ir desarrollando esas habilidades con un cliente real es muy valioso para los estudiantes. A ello se agrega el reto de lograr un resultado óptimo en el tiempo asignado.

LIBRO: *Rápido, violento y muy cercano*

Alexandra Mucha creó la imagen de la portada de *Rápido, violento y muy cercano*. Este libro presenta los sucesos posteriores a la vacancia presidencial de noviembre de 2020 y en especial, cómo los medios y la cultura digital

se vincularon en las marchas de protesta. Para la conceptualización, la estudiante realizó un *moodboard* donde recogió los referentes

visuales relacionados a protesta, comunicación, lo digital, entre otros. Asimismo, definió una paleta de color.

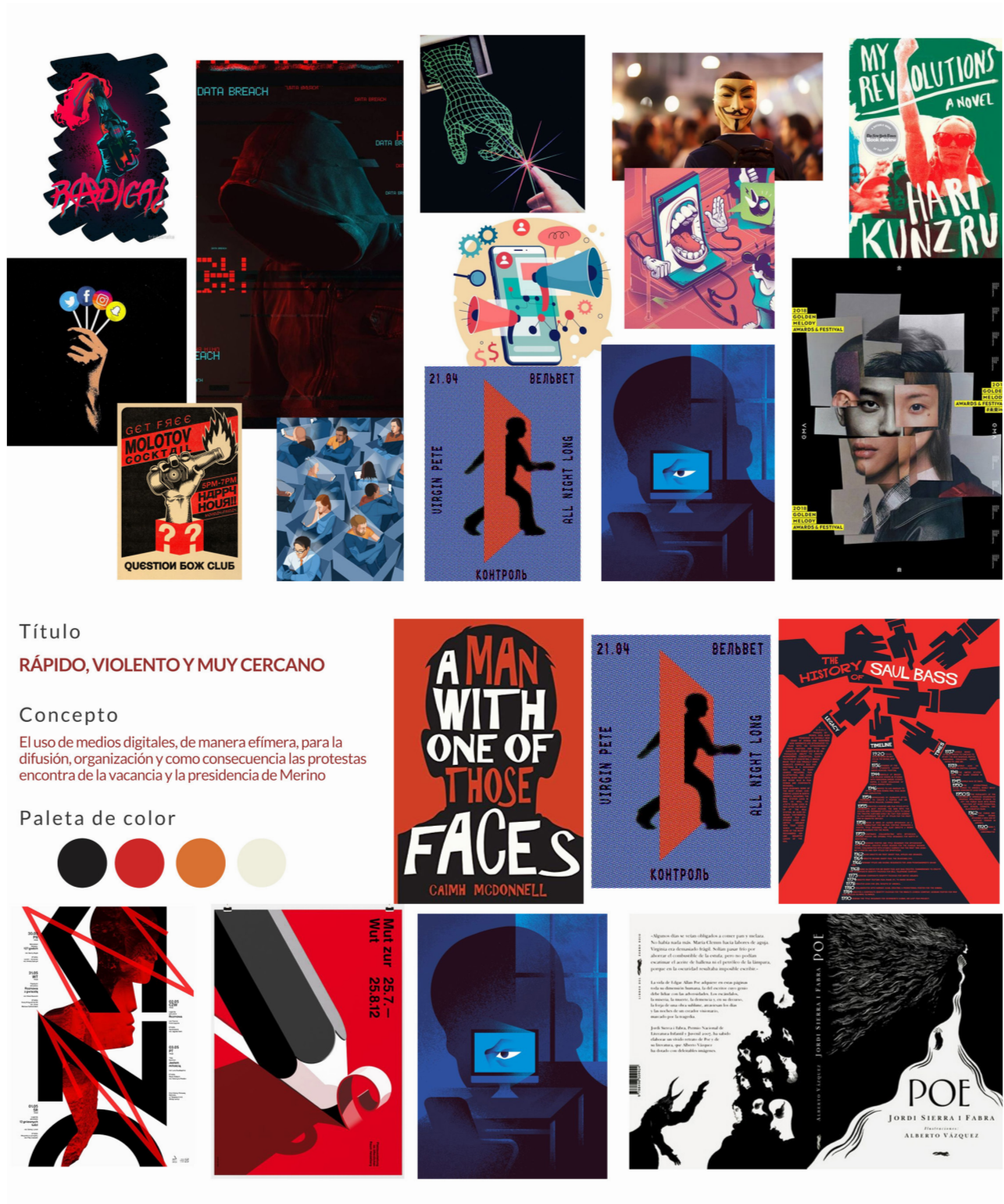
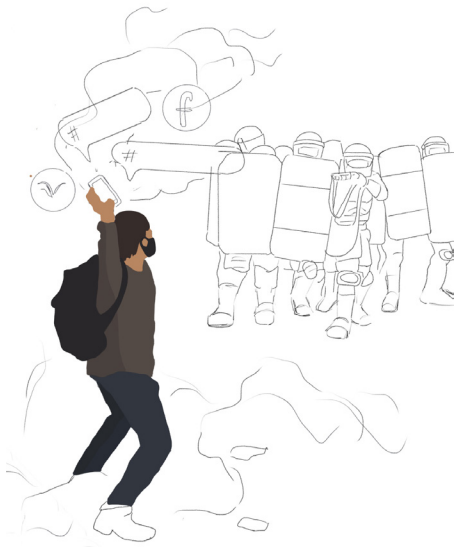


Figura 3. Moodboard de Alexandra Mucha para el libro *Rápido, violento y muy cercano*.



Eduardo Villanueva Mansilla
 Rápido , violento y muy cercano
 Las movilizaciones de noviembre de 2020 y el futuro de la política digital



Eduardo Villanueva

Rápido , violento y muy cercano

Las movilizaciones de noviembre de 2020 y el futuro de la política digital

Figura 4.
 Bocetos de Alexandra Mucha para el libro *Rápido, violento y muy cercano*.

El concepto subrayó el uso de las redes sociales para coordinar las marchas de noviembre del 2020. En el documento de fundamentación de la propuesta final del proyecto, Alexandra manifestó que el protagonista sostiene un celular a manera de arma o bomba para representar que en dichas marchas, “el arma

más fuerte que tuvieron los jóvenes fueron las redes sociales y la intercomunicación que brindan los medios digitales, lo cual ha ido tomando fuerza en los últimos años con el título de activismo digital” (comunicación personal, 29 abril de 2022). Este concepto se plasmó en una ilustración digital.



Figura 5.
Portada final del segundo libro de la serie Zumbayllu: *Rápido, violento y muy cercano* (2021).
Ilustración de Alexandra Mucha.

Sobre su experiencia con el proyecto, Alexandra consideró lo siguiente:

El proyecto de la elaboración de una portada para el Fondo Editorial PUCP fue muy interesante y enriquecedor, ya que durante el proceso se trabajó de la mano con el autor del libro, lo cual, personalmente me ayudó muchísimo a poder plasmar las ideas que el autor buscaba representar en su portada. Considero que el mayor reto fue la poca fluidez que genera la virtualidad al momento de intercambiar ideas o mostrar los avances del proyecto; sin embargo, lo positivo es la facilidad con la que se pudieron coordinar las reuniones con el autor y el Fondo Editorial PUCP. (comunicación personal, 27 enero de 2022)

Eduardo Villanueva, autor de *Rápido, violento y muy cercano* (RVMC) comentó lo siguiente:

Incluso con un libro en formato pequeño, una buena carátula es esencial. En mis años de estudiante me fascinaba revisar los libros de bolsillo de Alianza Editorial, porque sus carátulas eran casi seductoras, y algún libro compré porque era barato y bello, no necesariamente porque fuera interesante.

Publicar en el mundo académico muchas veces es aceptar carátulas sin gracia, pero en un caso en el que nadie me preguntó, terminé con una que no solo no guardaba relación con la temática del libro, sino que era agresiva y violenta.

Por primera vez, con RVMC, logré que escucharan mis ideas, y que me ofrecieran

opciones que las reflejaban. La carátula de este libro es una pequeña joya que siento le hace más que justicia al libro. El proceso de consulta fue fundamental y mi agradecimiento a todas las involucradas, sincero. (comunicación personal, 29 enero de 2022)

LIBRO: *Sida y temor*

La propuesta de Nicole Mejía fue elegida como la portada de *Sida y temor*. Este libro se centra en el discurso médico y el rol que desempeñó la prensa de la década de 1980, al representar de modo sensacionalista a las personas que habían contraído esta enfermedad, causando temor en la sociedad limeña.

Como parte del proceso de conceptualización, el moodboard de Nicole incluyó una pintura de Víctor Humareda que el autor del libro había sugerido como referencia y punto de partida. Se puede observar en los bocetos y exploraciones gráficas que se rescata la paleta de color de la obra y se propone un enfoque simbólico. Tal como la estudiante señaló en el documento de fundamentación de su propuesta, el concepto visual se basó en la analogía entre el proceso de marchitez de una flor y el deterioro de las personas que se habían contagiado con el VIH/sida hasta llegar a la muerte. Los recortes de periódico remiten a la fuente principal de la investigación del autor, la prensa escrita, y cómo ésta influyó en la percepción social de la enfermedad entre 1985 y 1988. Según el autor del libro, debido a las noticias que se publicaron en aquella época, el estigma y la marginación recayeron inicialmente en las prostitutas y homosexuales. Este concepto se planteó a través de la técnica del collage digital.



Figura 6. Moodboard de Nicole Mejía para el libro *Sida y temor*. La imagen del extremo superior es la pintura “El Burdel” del artista peruano Víctor Humareda, una referencia sugerida por el autor.



Figura 7. Variantes de portada para el libro *Sida y temor* realizadas por Nicole Mejía.



Figura 8 - a.

Portadas finalistas de Nicole Mejía para el libro *Sida y temor*.

Se representa el temor de las prostitutas ante la muerte del personaje del centro.

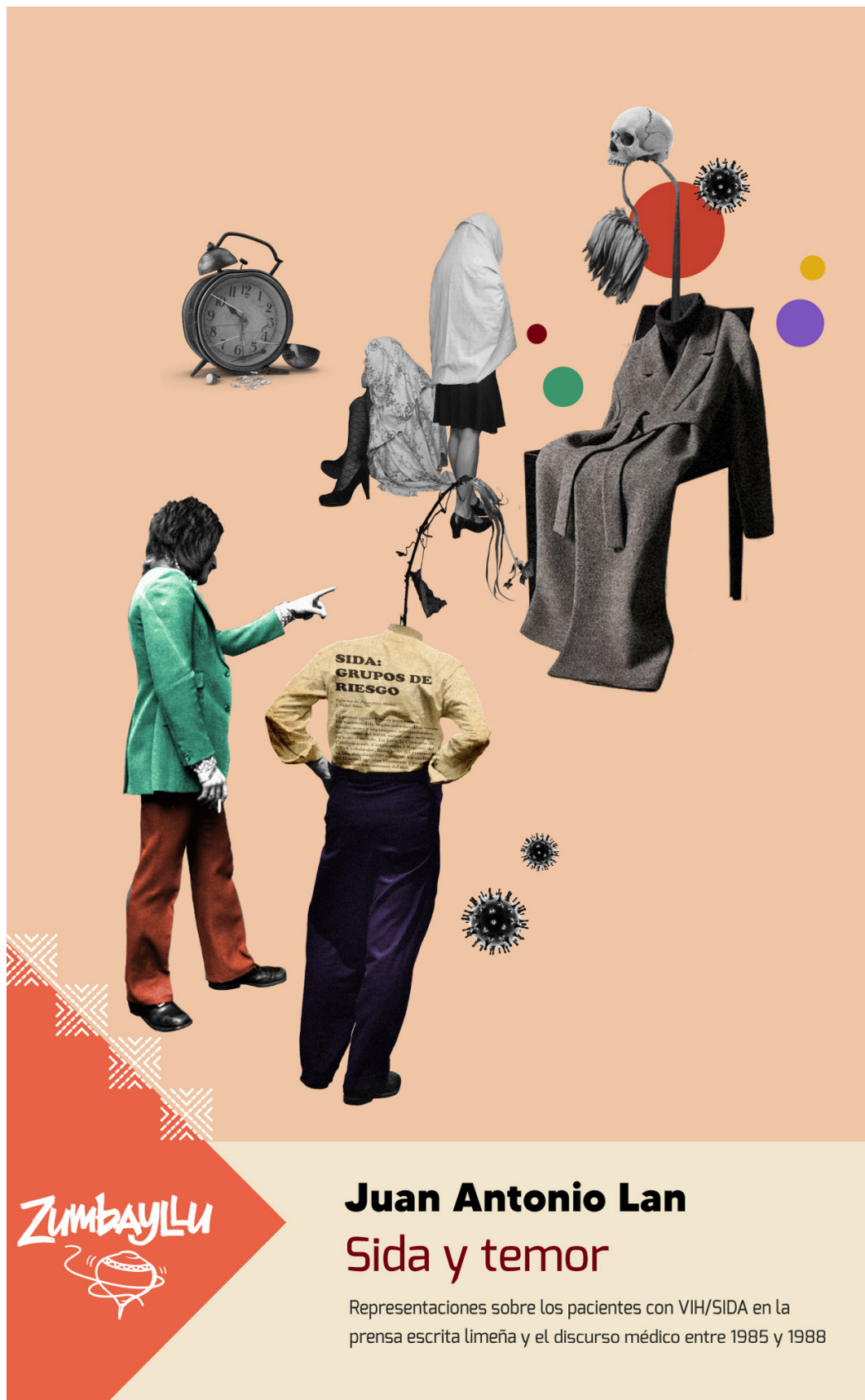


Figura 8 - b.

Portadas finalistas de Nicole Mejía para el libro *Sida y temor*.

Se representa a los grupos marginados de la época por el estigma de portar la enfermedad, lo que equivalía a una “muerte social”, así como el poco tiempo de vida restante simbolizado en las flores marchitándose.



Figura 9. Portada final del tercer libro de la serie Zumbayllu: *Sida y temor* (2021). Ilustración de Nicole Mejía.

La estudiante Nicole contó sobre su experiencia con el proyecto:

Para el libro *Sida y temor*, elaboré la portada cuyo concepto fue el resultado de un proceso creativo organizado. Desde la primera reunión con el cliente, el desarrollo del brief, la búsqueda de referentes, hasta la ejecución de la propuesta escogida, aprendí cuán necesario es que el diseño implique un procedimiento estructurado para poder transmitir satisfactoriamente parte del contenido del libro a primera impresión. Al acercarnos, desde la universidad, a construir una perspectiva de lo que será el campo laboral mediante el trabajo con un cliente real es uno de los aspectos que más rescato tanto del curso como de la especialidad. (comunicación personal, 29 enero de 2022)

Juan Antonio Lan, autor del libro *Sida y Temor*, anotó que:

Realizar un libro es un proceso complejo y sacrificado, pues se dedican muchas horas no solo en la escritura sino también en la producción editorial. No obstante, este camino se hace más llevadero gracias al apoyo de personas e instituciones adecuadas. En el caso del libro “Sida y temor”, las gestiones de Militza Ángulo del Fondo Editorial de la PUCP fueron un gran pilar para llegar a un buen puerto. Adicionalmente, en la Facultad de Arte y Diseño, con el apoyo de las profesoras del curso “Comunicación Editorial”, se organizó la creación de la portada del libro junto al excelente trabajo de los estudiantes. Como resultado final, se obtuvo una portada del libro que emitiera un mensaje acorde al contenido. Sin duda, con el trabajo realizado por la estudiante Nicole Mejía Loyola en la portada, el libro tendrá altas posibilidades de llegar al público amplio. (comunicación personal, 4 febrero de 2022)

CONCLUSIONES

Como se puede apreciar en los testimonios, la percepción del proyecto ha sido buena y enriquecedora, tanto para las estudiantes del curso como para el Fondo Editorial PUCP y los autores de los libros. Al ser un cliente real, el beneficio para el alumnado es muy grande, ya que es una gran oportunidad de interacción en el proyecto: entender el requerimiento del cliente para así ayudarlos a transmitir el mensaje de la mejor manera, a la que vez que desarrollan sus habilidades de diseño y comunicación, contando siempre con el acompañamiento de sus profesoras en el proceso. Como docentes es muy gratificante conocer el impacto positivo de la experiencia en todos los involucrados. Por otro lado, este proyecto favoreció el trabajo en conjunto entre las distintas unidades de la PUCP, en este caso: el Fondo Editorial, la Facultad de Arte y Diseño, así como la Oficina de Propiedad Intelectual (OPI).

Finalmente, si bien fue posible adaptar el curso y el proyecto al ámbito virtual, éste aún se percibe como un gran reto a superar. Sin embargo, es preciso reconocer que la virtualidad también facilitó la reunión con los autores, ya que quizás hubiese sido más complicado coordinar horarios de forma presencial. En todo caso, cada edición del curso es una oportunidad de mejora. La clave será siempre promover una comunicación fluida entre todos los actores del proyecto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- De Buen Unna, J. (2008). *Manual de Diseño Editorial*. Gijón: Ediciones Trea, S.L.
- Fondo Editorial PUCP. (s/f).
<https://www.fondoeditorial.pucp.edu.pe/>