

LA IDENTIDAD VISUAL DE UNA EDITORIAL UNIVERSITARIA.

Dr.C. Jorge Luis Rodríguez-Aguilar
aguilarjl@cubarte.cult.cu
Universidad de La Habana
Cuba

The visual identity in a university publisher

Autor para la correspondencia

RESUMEN

El trabajo responde a una necesidad particular del campo de las artes gráficas, que recoge las dificultades encontradas durante el análisis de las fuentes estudiadas. La misma aborda las particularidades de la calidad gráfica de los diseños de cubierta de libros de la Editorial Feijóo, así como de su identificador. Señala de una manera precisa y objetiva los problemas visuales, estéticos y comunicativos fundamentales, que se presentan en el proceso editorial. Se exponen consideraciones y procedimientos que permiten caracterizar el estado formal y conceptual del diseño de cubierta de libros en las muestras observadas, a partir de las dimensiones: función, norma y valor. La misma contribuye, además, a definir una estructura teórico-metodológica que permite desarrollar acciones para la elaboración de un nuevo perfil editorial, así como un nuevo identificador.

ABSTRACT

This paper responds to a particular need in the field of graphic arts, which includes the difficulties encountered during the analysis of the sources studied. It addresses the particularities of the graphic quality of the book cover designs of Editorial Feijoo, as well as their identifier. It shows in a precise and objective way the fundamental visual, aesthetic and communicative problems present in the editorial process. Considerations and procedures are exposed that allow characterizing the formal and conceptual state of the book cover design in the observed samples, from the dimensions: function, norm and value. It also contributes to define a theoretical-methodological structure that allows the development of actions for elaboration of a new editorial profile and a new identifier.

Palabras claves:

Editorial Feijóo,
Diseño Gráfico Editorial,
Calidad Gráfica,
Diseño de Cubierta de Libros,
Diseño de Identificador.

Keywords:

*Editorial Feijoo,
Editorial Graphic Design,
Graphic Quality,
Book Cover Design,
Identity Design*

Fecha Recibido:

03 / 10 / 2018

Fecha Aceptación:

18 / 12 / 2018

Fecha Publicación:

18 / 01 / 2019

INTRODUCCIÓN

Apenas unos años después del triunfo de la Revolución en 1959, el diseño gráfico cubano alcanza un nivel cualitativo internacionalmente reconocido y apreciado. Su mérito más sobresaliente radicó, sin duda, en la capacidad para la combinación de múltiples y variados lenguajes visuales, a la par de la creación de novedosos modos de decir. Esta marcada libertad expresiva propició una producción que se convirtió en un sello distintivo. Supo conjugar, con particular acierto, el uso de la fotografía y el fotomontaje, la visualidad del Pop, los recursos del arte óptico y el cinético, la rememoración del art nouveau, el empleo inteligente y oportuno de la tipografía, el dibujo y la ilustración, el color del informalismo y la disciplina creadora de la abstracción geométrica. Todo esto, sumado al estilo personal de muchos diseñadores cubanos y algunos extranjeros radicados en Cuba, permitió enriquecer y distinguir de una manera significativa, nuestra producción gráfica.

Aunque, entre todas las producciones del campo del diseño, es el cartel cinematográfico el que con mayor fuerza identifica estos años iniciales, el diseño editorial cubano deja una huella imborrable y valedera. El mismo sentó las bases de una producción nacional perdurable, de indudable aporte y reconocimiento. Con los años, ha llegado a crear una visualidad propia que permite identificarla como «escuela».

Una parte considerable del equipo de diseñadores que trabajó en estos primeros años, provenía del mundo de la publicidad, mientras que otros eran egresados de algunas escuelas de arte. Esto permitió que se incorporaran nuevas maneras de hacer y de proponer soluciones gráficas desprejuiciadas y valederas. En contraposición, la poca variedad de recursos materiales y el modo casi artesanal de producir, propició un alto grado de creatividad, lo que repercutió en una estética diferente y consolidó así la interpretación propia de la creación literaria.

La industria editorial cubana —nacida con la Revolución— se propuso desde sus inicios satisfacer las demandas crecientes del programa cultural y educativo cubano. Fue su objetivo, a través de ediciones masivas, dar a conocer a todo el pueblo las obras maestras de la literatura universal y cubana, junto a otros esfuerzos editoriales que tributarán a este empeño. Fruto de ese sueño es la creación en 1959 de la Imprenta Nacional de Cuba, dirigida casi desde sus inicios por Alejo Carpentier, y la impresión de *El Quijote* (100 000 ejemplares).

Antes, en la Universidad Central de Las Villas y desde 1958, Samuel Feijóo había tenido una importante experiencia editorial que duraría más de una década y en la que consiguió, desde el punto de vista de la visualidad, una imagen corporativa de la casa.

A partir de 1962 se fundan diversas editoriales en el país, como la Editora Nacional de Cuba, la Editora Universitaria, la Pedagógica, la Juvenil y la Política, y ven la luz importantes ediciones de la literatura en la Biblioteca del Pueblo y en Ediciones R (1965). Se desarrollan proyectos editoriales de gran relevancia, entre ellos la publicación de las Obras completas de José Martí (1963-1973) y la creación de la Biblioteca Básica de la Cultura Cubana. Otro de los factores que propició la promoción de la literatura nacional fue la

creación en 1967 del Instituto del Libro (a partir de 1971: Instituto Cubano del Libro).

En el campo de las publicaciones periódicas o seriadas, la importancia también fue extraordinaria. Sus páginas se abrieron a las diferentes corrientes estéticas e ideológicas de esos primeros años. Entre muchas, cabe destacar el suplemento literario *Lunes de Revolución* (de corta vida, pero significativa), *Nueva Revista Cubana*, *Cine Cubano*, *Casa de las Américas*, *Cuba Socialista*, *Pueblo y Cultura* (más tarde *Revolución y Cultura*), *Cuba*, *Actas del Folklore*, *Revista Nacional de Teatro*, *Artes Plásticas*, *La Gaceta de Cuba*, *Unión*, *Pensamiento Crítico*, entre otras. Todas estas se destacaron por un cuidadoso y novedoso diseño editorial, lo que permitió una visualización e identificación de nuevo tipo, diferente a la producida en los años anteriores, un cambio de percepción estética y cultural y, en mucho, una contribución indudable a la educación visual del pueblo. A la par, la creación de importantes instituciones culturales como *Casa de las Américas*, promovió el diseño editorial cubano y posibilitó el desarrollo del liderazgo cultural de nuestro país en Latinoamérica.

En los años subsiguientes, el diseño gráfico editorial marcó una pauta de su más alto exponente a partir del impacto social y cultural que tuvo. Se convirtió en una de las expresiones artísticas cubanas más reconocidas y genuinas, por su excelencia y popularización. Pero, en los años ochenta y los primeros años de la década de los noventa, el trabajo ganado en el campo del diseño gráfico, tan prestigioso y representativo del desarrollo alcanzado por Cuba, se perdió en regulaciones y trabas de carácter burocráticos, en nuevas maneras de control y chequeo y en una forma mucho menos abierta y espontánea de expresar con una solución gráfica el sentido ganado en la comunicación. Los problemas económicos, la falta de profesionalismo, la rapidez y violación de los procesos y normas del trabajo editorial, la deficiente formación de editores y diseñadores especializados en este campo específico, las entregas apuradas (para cumplir metas), sumados a la falta de un mercado interno de oferta y demanda, son factores que empeoraron y disminuyeron la calidad de las producciones editoriales y contribuyeron a la pérdida paulatina de la fuerza expresiva del diseño gráfico editorial en la Isla.

Aunque, a partir de los últimos años de la década de los noventa se comenzó a vislumbrar un renacer en los conceptos del diseño gráfico editorial, en su visualidad y en el poder comunicativo de las producciones editoriales, aún permanecen muchos lastres formativos y de concepción. Esto, junto a la poca o nula información bibliográfica sobre diseño gráfico editorial y publicaciones acerca de estos temas, cursos especializados de formación y superación, investigaciones en este campo y una metodología que permita evaluar la calidad gráfica de las producciones editoriales, continúa siendo un freno para el mejor desarrollo del trabajo editorial en el país.

El trabajo se propone como objetivo: realizar un estudio de la calidad gráfica de los diseños de cubierta de libros de la Editorial Feijóo, para perfeccionar los procesos del diseño editorial en las producciones de la Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas.

DESARROLLO

El diseño gráfico editorial es una rama del diseño gráfico especializada en el área de los impresos gráficos, que se dedica a la maquetación, composición, distribución, jerarquización y sintetización de la información necesaria a partir de imágenes y textos, en distintas publicaciones como libros, periódicos, revistas y publicaciones en red.

Algo que caracterizó las primeras producciones editoriales posteriores al triunfo de la Revolución, fue el diseño de sus cubiertas. Muchas de las cuales todavía mantienen la frescura de un original manejo de los elementos con los cuales contaban, con una total libertad en la creación y empleo de códigos estéticos, formales y conceptuales. Por lo general, los diseñadores escogían el lenguaje en el que se sentían mejor para expresar sus ideas, sin que existieran patrones preestablecidos que los coartaran.

Los perfiles editoriales dejaban un margen considerable que permitía una libertad compositiva aun en los casos más difíciles, lo que puede considerarse como perfiles abiertos. La gama cromática fue reducida, lo que devino un recurso altamente expresivo.

También lo fue el uso de la tipografía. El diseño estructuralista y el cuidadoso uso de los espacios en blanco, se convirtió en un factor de notable fuerza de expresión. Esto, junto a las composiciones incómodas o aparentemente fuera de diseño y desequilibradas, procuraba buscar un impacto con respecto a las zonas de comunicación y de lectura.

Otro recurso formal destacable fue la integración del texto con la imagen, algo válido en un momento en que la lectura de la imagen visual necesita ser educada. Se priorizó la utilización del texto como lenguaje de imagen propio, al establecer vínculos compositivos y cromáticos inteligentes, rupturas morfológicas y semánticas en la tipografía, sin que esta quedara supeditada ni subsumida en la estructura pictórica de la imagen. La tipografía de imprenta adquiere una fuerza considerable en su uso, que aporta un notable carácter semántico a las cubiertas.

Con el inicio del Período Especial, las producciones editoriales en el país se deprimieron considerablemente, lo que trajo como consecuencia una drástica disminución de las publicaciones y una gran inestabilidad luego de muchos años de una producción consolidada y constante. Surgió así, dada la necesidad de enfrentar estos problemas, un programa inicialmente conocido como «masificación de la cultura» que implementó la modernización y actualización de las imprentas y poligráficos, la creación de nuevas casas editoriales, el Sistema de Ediciones Territoriales (SET), así como la creación y publicación de producciones a partir de los soportes digitales. Todo lo cual vino a reanimar y masificar de una manera diferente el proceso editorial cubano, con el que se han beneficiado los escritores, los lectores de todo el país y el patrimonio literario nacional.

Es de destacar también, que con la modernización del sistema editorial cubano surgieron muchos problemas, que van desde la edición y el diseño hasta los de tipo material (Instituto Cubano del Libro, 2008). Entre los que con mayor frecuencia se presentan, se pueden encontrar: a) la presentación y diseño de cubiertas suele variar de una simplicidad extrema a un abarrotamiento

innecesario y visualmente molesto, b) poca presencia gráfica y de solución creativa, y c) calidad de reproducción baja, sin altas pretensiones estéticas ni comunicativas. Tal situación es contraproducente con los propósitos editoriales, lo cual deja ver un problema latente en tanto proceso de comunicación y de educación visual.

Los actuales problemas que sobre diseño editorial presenta la Editorial Feijóo —en particular los relacionados con la concepción de la cubierta de libros y del identificador—, justifican por sí solo el desarrollo de un estudio sobre su calidad y efectividad. Al amparo de bases objetivas en lo referente a las causas que lo originan, así como al comportamiento del dominio de la composición, aplicación de la tipografía y de la imagen, utilización del color, poder comunicativo, efectividad del identificador y valor estético de la obra terminada, se expone la baja calidad en los diseños de cubierta de libros analizados, lo cual reclamó de manera inmediata la atención y adopción de medidas preventivas, respaldadas en:

1. La necesidad de identificar los problemas (visuales, estéticos, comunicativos, educativos, ilustrativos) presentes en las producciones de la Editorial Feijóo.
2. La factibilidad de hacer un levantamiento de las dificultades gráfico-editoriales de la misma, útiles para la elaboración de programas de formación y superación de editores y diseñadores.
3. La necesidad de delimitar la deficiente formación de diseñadores especializados en este campo específico.
4. La relevancia de diseñar una nueva identidad para la editorial, así como un nuevo perfil para las ediciones impresas y digitales, que permitan elevar la calidad de su diseño.

Al analizar los diseños de cubierta de libros realizados por la editorial Feijóo de la Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas, se encuentran una serie de particularidades que permiten establecer una generalidad sobre su situación actual.

La vida productiva de esta editorial puede dividirse, para su estudio, en tres grandes períodos:

1. De 1958 a 1968, década que estuvo bajo la dirección de Samuel Feijóo.
2. De 1969 y 1996, momento en que cambia y se deprime la línea editorial de la misma.
3. De 1997 al presente, en que se convierte en una editorial electrónica, que en ocasiones muy precisas publica algunos ejemplares impresos en papel. Del primer período, «la labor editorial desarrollada por Samuel Feijóo Rodríguez durante su etapa de trabajo en la Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas, [...] resulta muy fecunda y productiva por la cantidad y calidad de los libros publicados, por los intelectuales cubanos y extranjeros que publicaron libros y artículos en la revista Islas y por el grupo de creadores gráficos y folkloristas que se incorporaron a este proyecto editorial único en Cuba en esa época» (Rodríguez M. del C., 2003)

Del segundo período, la producción de texto prácticamente desapareció. Al decir del doctor Misael Moya: «se mantuvieron

varias revistas: Islas, Centro Azúcar, Centro Agrícola, Construcción de Maquinarias (desaparecida alrededor de 1997) y Biotecnología Vegetal (esta última se hace fuera de la actual editorial, en uno de los centros de investigación universitarios). Durante esos años se hicieron libros incluso con impresión directa, pero raros de hallar, y se imprimieron muchos títulos con estencil que eran manuales universitarios y selecciones de lecturas para todas las carreras. Eran volúmenes muy gruesos, con presilla lateral y se editaron así, con encuadernaciones de tapas duras, muchas tesis de doctorado de gran importancia. La cifra de todo ese conjunto sobrepasa la cantidad de mil, pues cada carrera tenía libros de textos y manuales para casi todas sus asignaturas. Además, libros que hoy solo pueden rescatarse en las casas de los profesores más viejos». (Rodríguez, J. L., 2012)

En el tercer período, la editorial se dedicó a la edición de monografías en soporte electrónico, fundamentalmente, con raras excepciones de libros impresos en formato papel. Muchos de estos libros son apenas folletos, pequeños textos que imprimen (fotocopian) algunas facultades para sus clases. Estos libros salen sin ningún pie de imprenta, aunque tienen en la cubierta el escudo de la universidad, calzado con el nombre de la institución y la facultad; luego el título, autor y el año. La editorial no cuenta más que con un ilustrador para los casos aislados de ediciones impresas.

Los datos anteriores permiten considerar que ha existido un salto real, de una editorial que hubo a otra que existe ahora, pero que tiene como propósitos inmediatos, retomar en serio la publicación en formato impreso (papel). Todo lo cual hace necesaria la revisión de la visualidad de la misma, con el fin de establecer las regularidades que permitan constituir una nueva visualidad, que descansa en su calidad y efectividad.

Si bien en su primer decenio, la editorial tuvo su identidad visual y aunque este era de una estética pobre, con el paso de los años la misma decayó considerablemente. Las causas son muchas. Lo cierto es que ahora, que la editorial asume el nombre de su primer director y va a pasar a una etapa de producción estable en soporte papel, debe tener sus perfiles elaborados, así como una nueva y única identidad.

El primer paso fue revisar las líneas de publicación editorial, las cuales son: ensayos, literatura de investigación y manuales para estudiantes universitarios. Son obras van dirigidas a estudiantes de pre y postgrado y a profesores y científicos de todas las ramas del saber. Su perfil no incluye la literatura artística. En ellas se pudo apreciar que, en las producciones posteriores a 1996, no existe una relación entre los elementos formales y de contenido, identificándose problemas visuales (de composición y legibilidad), creativos, estéticos, comunicativos, educativos e ilustrativos en el diseño de cubierta.

El segundo paso fue revisar la identidad visual de la editorial, comprobándose que existían problemas en su concepción y efectividad. Se pudo comprobar que el existente, no recogía los elementos identificativos necesarios, encontrándose cinco aspectos negativos en su concepción.

Todo lo anterior permitió establecer una línea editorial (perfil) así como una identificación visual que permitiera representar los

aspectos esenciales e identificativos de la casa editorial. Con tales propósitos y dado lo poco flexible del espacio de diseño que se contaba, se asumió seguir las siguientes soluciones:

1. No todos los problemas de diseño son iguales, por tanto, la mejor opción fue adaptarse a las necesidades y las características del producto que iba a ser diseñado.
2. Se procuró diseñar a dos tintas, con grados o niveles de interés en el autor, título y subtítulo de la obra, en tanto color y tamaño, así como en una imagen centrada, en estrecha relación con el texto.
3. Se revisó y analizó el diseño en torno a los cuatro pilares estructurales: tipografía, formato, arquitectura y color.
4. Se halló una fórmula para subrayar la jerarquía de las historias o ideas que se narran, con énfasis en la interacción que se establece entre el título y la imagen de cubierta.
5. En cuanto a la arquitectura, se utilizaron dos patrones de retícula, que veló por la composición de la cubierta y la contracubierta, los bloques de texto, las tipografías, sus variaciones y tamaños, el uso de imágenes y la posición de otros elementos estructurales, como el identificador y el código de barras.
6. Se utilizó una sola familia tipográfica, combinada en distintos puntajes y colores.
7. La paleta de colores fue limitada a dos tintas, más el fondo del formato en blanco.
8. Se hizo énfasis en la navegación o lectura del diseño.
9. Se trabajó estrechamente con el editor en la toma de decisiones y la implementación de las variantes visuales.

El diseño de cubierta propuesto responde a una intencionalidad comunicativa por sobre una finalidad estética, que hace que los espacios disponibles se traduzcan en una jerarquía de la información, que ayuda al lector a moverse por ella para interpretar su contenido de una u otra manera. Cada uno de estos elementos tiene una razón de ser, sustentado en principios y reglas del diseño y la comunicación, que cumplen una función específica y tiene un uso determinado.

Al realizar el identificador se tuvo en cuenta, como elemento que debe distinguir la personalidad de la casa editorial, que el mismo se insertara con fuerza en el entorno social y editorial. En este sentido, se procuró que tuviera una visualidad diferenciadora en cuanto al identificador anterior, también dentro del contexto en que actúa, ya que debe seducir al receptor y servir de enlace.

En todos los casos de utilización, el identificador diseñado establecer un vínculo emotivo entre la editorial y el receptor para que este logre su apropiación: ser recordable, creíble y confiable. Por tal razón, su estructura no permite cambios o manipulaciones. El identificador es una abstracción de conceptos a partir de la utilización de recursos tipográficos y de imágenes, con la suficiente capacidad de ser altamente pregnante y la de proporcionar una identidad distintiva.

CONCLUSIONES

El diseño gráfico editorial es una de las actividades que más potencialidades ofrece en la contribución de una correcta estructura comunicativa y educativa. El mismo permite adquirir valiosos conocimientos que sirven para la mejor comprensión e interpretación de los hechos y fenómenos históricos, culturales, sociales y económicos del país.

Tanto el diseño de cubierta como el de identidad, forman parte consustanciales del diseño gráfico editorial. Ambos son elementos identificativos del resultado visual de un libro y en cierta medida, de su calidad.

La calidad gráfica es la propiedad inherente al diseño que permiten apreciarlo como igual, mejor o peor que las restantes de su tipo, en atención al cumplimiento de características específicas.

La Editorial Feijóo, de la Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas, presenta de esta manera una nueva visualidad, sustentada en un estudio objetivo y detallado del diseño de cubiertas y de un perfil editorial para las ediciones impresas y digitales, así como un nuevo identificador visual para la casa editorial. Cada uno responde a las particularidades gráficas necesarias para lograr una calidad gráfica superior, acorde a los presupuestos de la contemporaneidad y a las necesidades comunicativas de la editorial, que permitan elevar la calidad de su diseño, aceptación y beneficio social.

Referencias bibliográficas

- INSTITUTO CUBANO DEL LIBRO (ICL) (2008). Resumen estadístico 2008. La Habana, Cuba: Instituto Cubano del Libro. p. 4.
- RODRÍGUEZ, M. del C. La labor editorial de Samuel Feijóo en la Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas (1958-1968). En: ISLAS. Santa Clara, Cuba: Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas, 2003; 45 (135): 133.
- RODRÍGUEZ, J. L. Entrevista al Dr. C. Misael Moya Méndez sobre la Editorial Feijóo, La Habana, Cuba: [s.n.], 2012.