

# **DIMENSIÓN CULTURAL DE LA GRÁFICA EN EL DISEÑO DE CUBIERTAS DE LIBROS**

## **RESUMEN**

El presente artículo responde a una necesidad académica de los estudiantes en las carreras de Ingeniería en Diseño Industrial del Instituto Tecnológico de Costa Rica y de Diseño Gráfico de la Escuela de Artes Plásticas de la Universidad de Costa Rica y de todo aquel estudiante que esté dando sus primeros pasos en esta disciplina, para conocer el correcto uso de los elementos gráficos en un diseño, como son la fuente tipográfica, fotografías, dibujos, pinturas, etc. de manera que cumplan efectivamente su propósito, siendo un requisito fundamental en la comunicación hacia los diferentes públicos meta a los que se dirige un producto.

Este texto no solamente es de aplicación para las cubiertas de los libros sino, también, para los diferentes diseños impresos mediante los sistemas de impresión que ofrece el mercado. Sin embargo, se desea iniciar el análisis con el diseño de las cubiertas de los libros, objetos que han estado presentes en nuestra vida para promover nuestro desarrollo cultural, científico, social e intelectual, entre muchas otras actividades vinculadas con el ser humano.

**PALABRAS CLAVES:** cubiertas de libros, fuentes tipográficas, fotografías, diseño, elementos gráficos.

**Fernando  
Ramírez Chacón**

Licenciado en Artes Gráficas  
de la Universidad de Costa Rica.

Editor técnico y docente del  
Instituto Tecnológico de Costa  
Rica y en las Escuelas de Estudios  
Generales y Artes Plásticas de  
la Universidad de Costa Rica.

framirez@itcr.ac.cr  
fernando.ramirez@ucr.ac.cr

## **ABSTRACTS**

This article responds to an academic need of the students in careers in industrial design engineering at the Instituto Tecnológico de Costa Rica and graphic design at the Escuela de Artes Plásticas de la Universidad de Costa Rica, and everyone who is taking his first steps in this discipline, to learn the proper use of graphic elements in a design, such as typeface, photographs, drawings, paintings, etc. to effectively meet a purpose, being a fundamental requirement in the communication to different target audiences to which a product is directed.

What is commented in this text is applicable not only for the covers of books, but also for the different designs printed using printing systems available on the market. However, the analysis starts with the design of book covers, objects that have been present in our lives to promote our cultural, scientific, social and intellectual development, among many other activities related with humanbeing.

**KEYWORDS:** book covers, typefaces, photographs, design and graphics.

## Introducción

A lo largo de la historia, el libro ha sido tomado como referencia en el desarrollo de la humanidad y es un pilar que ha sostenido la cultura de las diferentes sociedades a lo largo de los períodos históricos, en donde ha documentado en sus hojas todo lo relacionado con nuestro diario vivir y ha sido testigo de grandes acontecimientos, aunque muchas personas afirman que sus días sobre el papel están contados. No obstante, también vemos como cada día los lectores los llevan consigo a todas partes y son compañeros fieles de noches en vela, y de tardes de vacaciones en playas soleadas: son esos amigos que solo esperan que les demos la oportunidad de transmitir lo que llevan dentro.

El diseño de una cubierta es un reto para el diseñador, ya que debe plasmar gráficamente lo que el autor desea comunicar en el contenido de su libro, de una forma clara, atractiva y eficaz.

Al observar los diferentes procesos de impresión por los que han pasado los libros y los cambios tecnológicos que se han incorporado en los sistemas de impresión en los últimos 30 años en Costa Rica, es importante analizar, desde la perspectiva de la comunicación y del diseño gráfico, el desarrollo que se le ha dado al proceso de pre-prensa, en donde se han observado cambios técnicos los cuales se reflejan en el manejo de los elementos gráficos utilizados en los diferentes procesos de impresión. Quienes trabajamos en estos procesos de edición editorial, conocemos del invaluable recurso que representa la cubierta de un libro, pues es su principal medio para comunicar, es decir, es ella misma la que mercadea el libro; pero se debe analizar muy bien cuáles elementos, tanto tipográficos como ilustrativos, deben acompañar la cubierta para que esta comunique rápida y efectivamente el contenido que se ofrece al lector y para que despierte su interés.

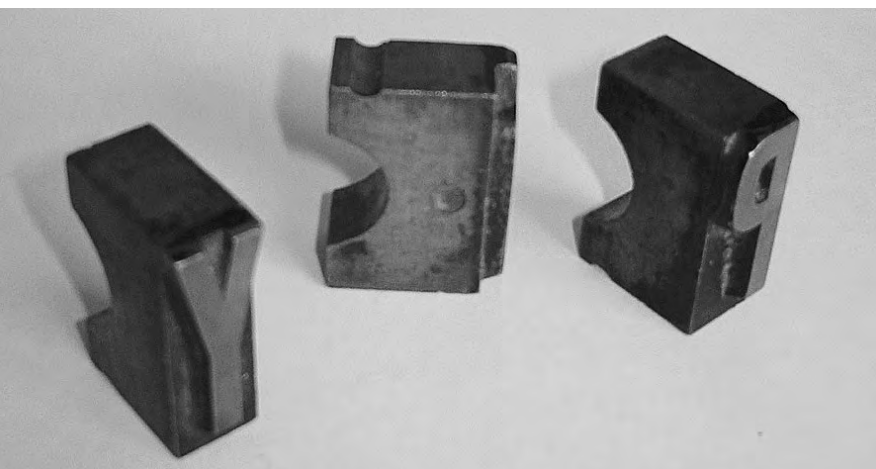
## EL DISEÑO DE LAS CUBIERTAS DE LOS LIBROS Y SU SISTEMA DE IMPRESIÓN

### El proceso tipográfico

Para los que vimos sus últimos momentos, el proceso tipográfico era el que dominaba la impresión comercial a inicios de los años ochenta, cuando los tipógrafos componían los textos con una rapidez magistral y reconocían las fuentes tipográficas sin importar el tamaño de los tipos.

Era muy característico, al pasar por las imprentas, escuchar las máquinas succionando el papel para llevarlo al marco impresor y posar la tinta sobre los diferentes sustratos que estaban imprimiendo.

Fotografía de tipos utilizados en la impresión tipográfica. La unión de estos tipos formaba las líneas que eran los reglones y luego esos reglones se unían y formaban los párrafos. A esta acción se le llamaba "componer" el texto por parte del tipógrafo.



Estas pesadas y firmes máquinas, de marca Heidelberg, utilizaban básicamente las fuentes tipográficas, clisé y grabados para imprimir, por medio del golpe y la presión, en los diferentes sustratos que eran los medios de la impresión comercial de la época. Así, encontramos bellas cubiertas de libros impresas en este sistema y sabemos del valor que representan para una época vital en el desarrollo de las artes gráficas en Costa Rica.

Es importante rescatar que, a pesar del desarrollo tecnológico, este sistema de impresión tipográfica no se ha separado de los procesos en las litografías, ya que es fundamental para el acabado final que exige, en el impreso litográfico, un troquelado, un estampado o un elegante embozado para una invitación impresa en una delicada cartulina hecha a base de algodón; esto solo es posible mediante este sistema de impresión tipográfico.

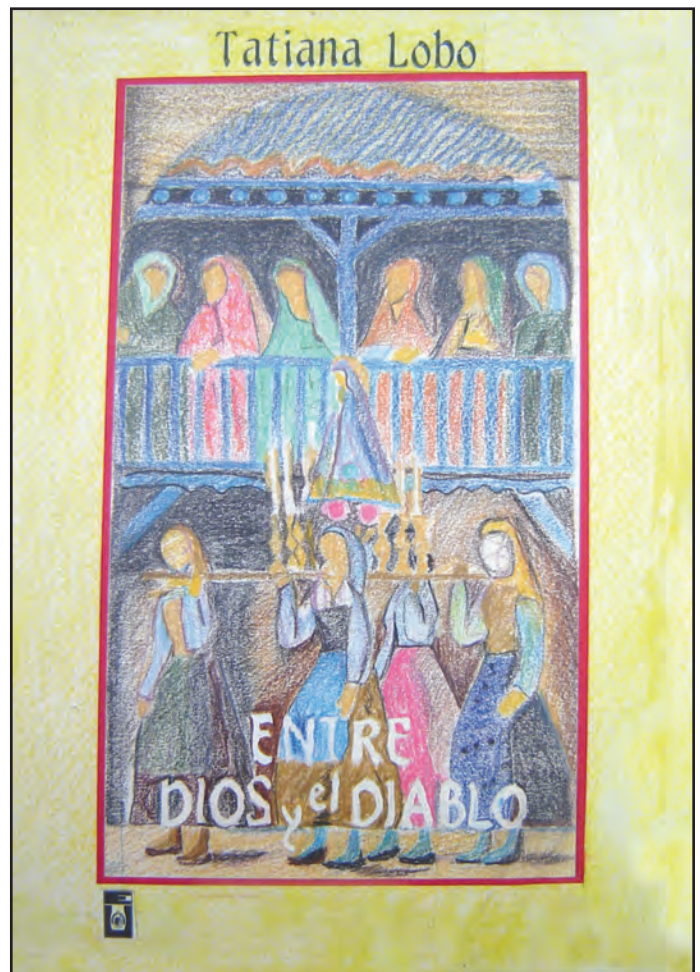
### El proceso fotomecánico

En este sistema, el arte final se realizaba en papel. El diseñador tenía que separar los colores con los que se iba a imprimir el diseño y luego el arte final era fotografiado con una cámara fotomecánica en un cuarto oscuro para obtener los negativos, los cuales eran los que se utilizaban para realizar las pruebas de color; así, la calidad mejoró bastante respecto al proceso tipográfico. Este proceso era prácticamente conceptual, ya que hasta que la cubierta estaba impresa se veía cómo quedaba el color. Se disponía de pruebas de color por medio de los negativos llamadas *color key* y *blue print*, entre otras, pero no eran muy fieles a la impresión final.

El arte final manual consistía en que el fotomecánico fotografiara color por color para realizar la separación de color de la cubierta. La utilización de colores planos y tramados era muy usual, ya que permitía al dibujante de esa época conceptualizar su diseño y manejar, de una forma correcta, la técnica, para así asegurarse de lo que deseaba comunicar en la cubierta.

Además, en este proceso de fotomecánica, la persona que conocía cómo se debía preparar el arte final o a quien se le consultaba sobre las indicaciones técnicas de este proceso, era al operario del cuarto oscuro, llamado *fotomecánico*.

En ese sistema era muy normal presentar al autor o a la dirección de la editorial una propuesta o un boceto de la cubierta para su aprobación, el cual consistía en diseñar la cubierta con una técnica artística, por ejemplo, lápices de color, acuarela, aerógrafo u otra técnica de arte plástico. Este método era muy artístico, pero no se acercaba en nada a la impresión final para verificar el color.



Propuesta o boceto de la cubierta del libro *Entre Dios y el Diablo*, de la autora Tatiana Lobo, para su aprobación. Primera edición de 1994, Editorial de la Universidad de Costa Rica.

Sin embargo, la técnica plástica daba a la propuesta cierto romanticismo y la planteaba de forma aceptable para la época y la técnica. Luego se preparaba el arte final manual para que el fotomecánico realizara la separación de color.

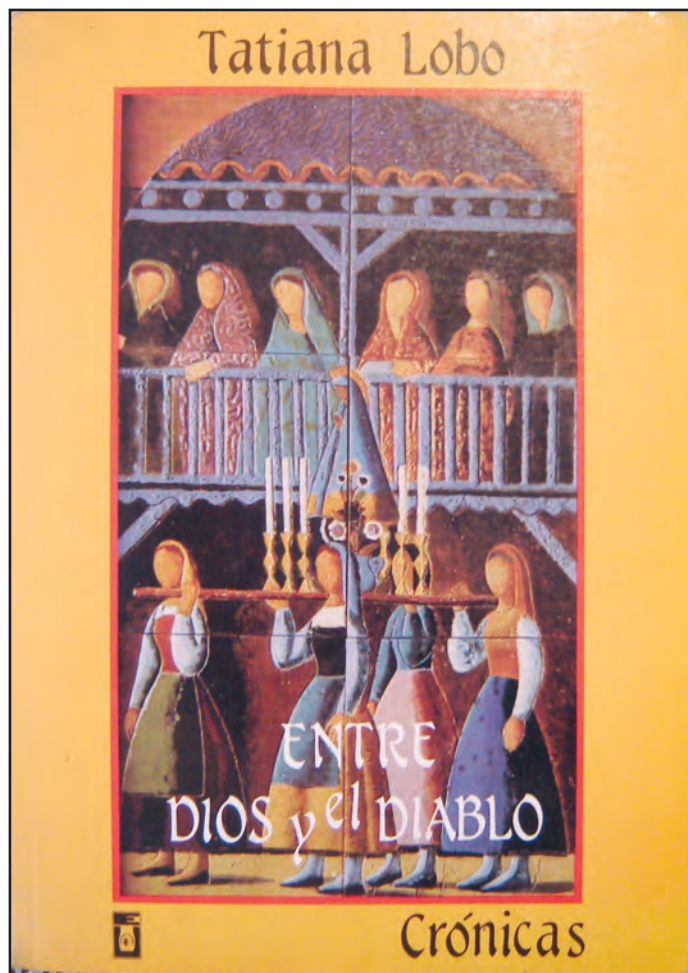
El concepto de diseñador gráfico no estaba acuñado o establecido para esa época; se conocía como dibujante a la persona quien diseñaba la cubierta.

### El proceso de fotocomposición

Las artes gráficas no han escapado a la era de la computación y la llegada de la tecnología marcó el inicio del proceso digital en las artes gráficas. Los programas de ilustración, edición y manipulación de imágenes no solo incursionan en este campo laboral, sino que los negativos empezaron a ser generados desde la computadora para la fotocomponedora. Esta máquina era una impresora que, en lugar de imprimir en papel, imprimía en el negativo directamente.

Este proceso agilizó las artes gráficas, ya que el arte final se realizaba en la computadora y con un programa de edición se elaboraba la separación de color y, luego, se imprimía directamente en el negativo, por medio de la fotocomponedora.

Este salto en la tecnología de la industria gráfica y del diseño gráfico permitió una nueva visión, pues se daba una comunicación más directa entre el concepto, el material impreso y los recursos gráficos que se empezaron a utilizar mediante las herramientas que proporcionaban los diferentes programas de computación, como: tramas, color, manipulaciones directas de las fotografías, entre otros.



Cubierta ya impresa del libro *Entre Dios y el Diablo*, primera edición 1994, Editorial de la Universidad de Costa Rica. Nótese la diferencia entre el boceto y la impresión final.

### El sistema CTP

Sus siglas en inglés significan *Computer to Plate*, "de la computadora a la plancha de impresión".

La tecnología avanza y se manifiesta en el sistema CTP para el proceso de pre-prensa, en donde la preparación de los impresos es prácticamente predecible desde el diseño, siempre que se mantengan los parámetros técnicos que recomienda la litografía en la cual se va a imprimir, para obtener una buena impresión del diseño.

La tecnología ha puesto a la mano, de quienes se enfrentan a un arte final, las herramientas para prepararlo y enviarlo a impresión de una forma más rápida y con



la seguridad de la correspondencia entre el diseño y la impresión, para mostrar, por medio del mensaje gráfico, lo que se pretende comunicar al consumidor.

Es necesario que al elaborar una cubierta no se abuse de los recursos con que se cuenta, ya que, en algunos casos, por la cantidad extrema de elementos gráficos disponibles, el mensaje no es claro y crea confusión respecto a su significado.

## **Discurso de los elementos**

Las cubiertas de los libros constituyen un discurso en donde participan elementos tipográficos, ilustrativos y de color de una forma visible y legible para comunicar un mensaje al lector.

El editor, el diseñador gráfico, el director de la editorial e, incluso, el ejecutivo de ventas deben conocer y aprovechar este recurso para promocionar el contenido del libro, ya que es un elemento vital para comunicar el mensaje y lograr su consumo.

Hace un par de décadas, las editoriales universitarias estatales escatimaban los colores para diseñar una cubierta a todo color. El motivo era que la tecnología no estaba tan desarrollada y no se podía aprovechar para diseñar con la seguridad con que se cuenta hoy. Además, muchas veces no se contemplaba un presupuesto alto porque se pensaba que no valía la pena realizar esa inversión, de manera que se diseñaban las cubiertas con una o dos tintas como máximo y en empaste rústico.

La función de comunicación que tienen las cubiertas es sorprendente; sin embargo, estas deben utilizarse de manera adecuada y, para ello, es necesario, al editar un libro, conocer, entre otros aspectos, el tema o los temas que trata el autor y cuál es el público meta al que está dirigida la obra. No es lo mismo diseñar una cubierta sobre el manejo del cultivo de la papa en determinada región, dirigido a estudiantes e ingenieros, que diseñar un manual sobre este mismo tema pero para los agricultores.

Por ejemplo, en el primer caso, se trata de un libro de texto y su formato debe facilitar su lectura en el aula, en una biblioteca o en una mesa, es decir, es un texto académico. En el segundo caso, tiene que generar un formato diferente, ya que es un libro para utilizarlo en el campo agrícola, en donde el agricultor lo pueda llevar en la bolsa del pantalón y, por ello, debe tener un formato más cómodo.

## **El discurso tipográfico**

Hay cubiertas en donde el elemento principal es la tipografía y, por consiguiente, debe utilizarse una fuente que sea fácil de leer. El título no debe ser extenso y, si es muy largo, es conveniente dividirlo por subtítulos y destacar lo más importante del título para que este sea fácilmente legible, ya que debe recordarse que el libro estará en el estante de una librería compitiendo con los demás textos de su mismo tema.

Al investigar sobre el tema que trata el libro, nos da la facultad de analizar qué es más importante de destacar en su cubierta, por ejemplo, el uso de tipografía, de una imagen o combinar y acentuar por medio de la fuente tipográfica. Hay autores que venden las obras por su nombre y, en estos casos, es recomendable destacar el nombre del autor, más que el del libro.

Para la contracubierta se aconseja diseñar un texto de unos dos o tres párrafos, para comunicar al lector, o futuro comprador, lo que trata el libro. Muchas librerías tienen como política mostrar sus libros empacados en plástico transparente, aspecto que no le permite al lector revisar el contenido del libro, razón por la cual al incluir un texto en la contra-cubierta le ayuda al lector a conocer un poco su contenido y alcances.

La fuente debe ser visible y legible; además, debe tener un buen contraste con el fondo y que sus colores concuerden con el tema del libro. La tipografía debe poder leerse desde cierta distancia para que el lector lea el título, reciba el mensaje y le pueda llamar la atención.

Es importante que la tipografía no compita con fotografías o con figuras, dado que, en este caso, el texto debe ser lo más importante; no está de más comentar que, al reticular el espacio de las cubiertas, se debe dejar un margen de un centímetro, por lo menos, entre el tamaño final del libro y el texto, para que estos no queden cortados al pasar la guillotina.

## **El discurso iconográfico**

El uso de fotografías, dibujos u otro elemento pictórico es muy común, pues es un recurso muy valioso de comunicación que, bien usado, se desempeñará de manera eficaz y será de gran ayuda para el diseñador, por el simple motivo que le puede servir para realizar una bella composición. Se dice que una imagen vale más que mil palabras y aquí no es la excepción.

Es importante mencionar que, al utilizar una imagen, debe procurarse una buena composición y que la resolución sea óptima para impresión, ya que el diseñador puede tener un grupo de fotografías a su disposición para diseñar, pero puede ser que ninguna de ellas comunique el significado deseado.

## **El discurso compartido**

Es conveniente que halla un buen equilibrio entre los elementos tipográficos e iconográficos para que no compitan entre sí. Se debe reconocer el espacio que cada elemento ocupará en la cubierta, para que, por medio de su lenguaje, comunique su significado.

Al utilizar este discurso compartido entre tipografía e imagen, el diseñador deberá tener claro con qué elementos comunicará su mensaje, para que no compitan entre sí.

Una adecuada tipografía, el uso debido de la interlínea y el interletraje facilitarán la lectura del texto, y las imágenes complementarán el diseño sin caer en la saturación del formato.

Los diseñadores deben ser conscientes, al diseñar los textos, de no utilizar las fuentes llamadas de fantasía, ya que estas no son tan legibles y, si el texto es extenso, dificultarán la lectura. La utilización de diferentes fuentes tipográficas, por lo general, es un problema, pues el texto más bien parece un catálogo tipográfico y la consecuencia es un desorden en la lectura.

La cubierta es la que transmite el primer mensaje al lector; esta nos acerca al libro y es ese grito que llamará la atención del lector para que tome, entre sus manos, el libro y lo revise y, mejor aún, lo compre.

## Glosario

<b>Arte final:</b>	es la preparación de un diseño para impresión con las características técnicas para su reproducción.
<b>Colores planos:</b>	son los colores que se imprimen en una tinta al 100% y su tono es uniforme en la impresión.
<b>Cuarto oscuro:</b>	es un cuarto pintado de negro, en donde se ha eliminado toda entrada de luz para que el material fotosensible que se expone en él no se revele y se pueda exponer.
<b>Edición editorial:</b>	corresponde al proceso que lleva el diseño de un libro para su publicación.
<b>Elementos gráficos:</b>	constituyen las fotografías, las fuentes tipográficas, la retícula, los espacios negativos, el color y todo elemento con el cual se diseñará.
<b>Fuente tipográfica:</b>	es la tipografía con sus características, por ejemplo: <i>times regular</i> , <i>negrita</i> , <i>cursiva</i> , etc.
<b>Impresión comercial:</b>	diseño de todo tipo de papelería de uso personal y empresarial.
<b>Proceso de pre-prensa:</b>	es el diseño del producto con las características propias para la impresión.
<b>Procesos de impresión:</b>	son las diferentes fases que se dan para imprimir un producto.
<b>Producto:</b>	diseño que se realizará; en este caso, la cubierta de un libro.
<b>Público meta:</b>	personas o grupo a quienes va destinado el producto.
<b>Sistemas de impresión:</b>	se refiere a los distintos procedimientos por medio de los cuales se puede imprimir un libro, por ejemplo: sistema tipográfico, sistema litográfico, sistema digital.
<b>Tipos:</b>	piezas de plomo con la forma de la letra en relieve.
<b>Troquel:</b>	es una pieza de madera con unas cuchillas llamadas plecas, que se encargan de cortar, doblar y perforar el sustrato del producto.

## Bibliografía

- Aicher, O; Krampen, M. (1979). *Sistema de signos en la comunicación visual*. Barcelona, España.
- Andrade, Grettel et al (2002). *Diseño, ilustración y elaboración de la imagen gráfica para la colección de libros de artistas costarricenses dirigidos a niños*. Seminario de Graduación Universidad de Costa Rica. N.º 2118.
- Barvo, C. (1996). *Manual de edición*. Santa Fe de Bogotá, Colombia: Editorial Gustavo Gili, S. A. CERLALC.
- Camacho C., Jairo. (1992). *Curso de Diseño Gráfico*. Volumen III. Bogotá. Colombia: Educar Cultural Recreativa S. A.
- Carter, D. (1999). *The big book of logos*. USA. HBI.
- Chaves, N. (1996). *La imagen corporativa*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S. A.
- Chijiwa, H. (1999). *Combinar el color. Guía creativa para realizar 1662 combinaciones cromáticas*. España: Editorial Blume.
- Collier, D. & Cotton, B. *Diseño para la autoedición*. ISBN 968887177X Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S. A.
- De Buen, J. (2000). *Manual de diseño editorial*. México: Editorial Santillana.
- \_\_\_\_\_. (2008). *Manual de diseño editorial*. España: Ediciones Trea, S. L.
- Eiseman, L. (2000). *Color Pantone Guide to communicating with, USA*.
- Elam, K. (2007). *Sistemas reticulares, principios para organizar la tipografía*. España: Editorial Gustavo Gili, S. A.
- Federev, A. *¿Cómo programar un curso?* ISBN 9977-66-152-9. Cartago, Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Frutiger, A. (1994). *Signos símbolos marcas señales*. Barcelona: Ediciones Gustavo Gili, S. A.
- Haslam, A. (2007). *Creación, diseño y producción de libros*. Barcelona, España: Editorial Blume.
- Heller, E. (2005). *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S. A.
- Hernández-Castro F. (2008). *El error de Le Corbusier*. Cartago, Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Kandinsky. (1993). *Punto y línea sobre el plano. Contribución al análisis de los elementos pictóricos*. Colección Labor. Nueva serie 10. Cuarta edición. Barcelona, España: Editorial Labor S. A. Koch, R. (2000). *El libro de los símbolos*. México: Grupo Editorial Tomo S. A. de C. V.



- Lambert, S. (1985). *El dibujo, técnica y utilidad. Una introducción a la percepción del dibujo*. Madrid, España: Editorial Hermann Blume.
- Muller-Brockmann, J. & Palacios, Alfonso. (1993). *Diseño de libro. Serie profesional del libro y la edición*. CERLALC.
- Quirós, L. (1998). *Diseño teoría, acción, sentido*. Cartago, Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Samara, T. (2008). *Los elementos del diseño, manual de estilo para diseñadores gráficos*. España: Editorial Gustavo Gili, S. A.
- Sistema de Retículas. (1982). *Un manual para diseñadores gráficos*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S. A.
- Swann, A. (1993). *Cómo diseñar retículas*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S. A.
- Swann, A. (1992). *Cómo diseñar retículas*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S. A.
- Tolliver-Nigro, H. (2004). *Guía de impresión del diseñador*. Barcelona, España.
- Zappaterra, Y. (2008). *Diseño editorial periódicos y revistas*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S. L.