

La calidad gráfica de los diseños de cubierta para libros de texto. La identidad visual de una editorial universitaria

The graphic quality of cover designs for textbooks. The visual identity of a university publishing house

JORGE LUIS RODRÍGUEZ-AGUILAR

Academia Nacional de Bellas Artes San Alejandro (Cuba) / aguilarjlr@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1446-3650>

RESUMEN: La presente investigación 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, señalando 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. Esta investigación contribuye, además, a definir una estructura teórico-metodológica que permitió desarrollar acciones para la elaboración de un nuevo perfil editorial, así como un nuevo identificador.

PALABRAS CLAVE: Editorial Feijóo, diseño gráfico editorial, calidad gráfica, diseño de cubierta de libros, diseño de identificador.

ABSTRACT: The current research responds to a particular need in the field of graphic arts, which reflects the difficulties encountered during the analysis of the sources studies. It addresses the particularities of the graphic quality of the book cover designs of Editorial Feijóo, as well as its identifier, pointing out in a precise and objective way the fundamental visual, aesthetic and communicative problems that arise in the editorial process. Considerations and procedures are presented to characterize the formal and conceptual state of book cover design in the samples observed, based on the dimensions of function, norm and value. This research also contributes to define a theoretical-methodological structure that allowed the development of actions for the elaboration of a new editorial profile, as well as a new identifier.

KEYWORDS: Editorial Feijóo, editorial graphic design, graphic quality, book cover design, identifier design.

1. 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, que supo conjugar el uso de la fotografía y el fotomontaje, junto a una estética muy particular, heredera de 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 Cuba¹—, permitió enriquecer y distinguir de una manera significativa nuestra producción gráfica.

Aunque es el cartel cinematográfico, entre todas las producciones del campo del diseño en este período, el que con mayor fuerza identifica estos años iniciales, el diseño editorial cubano deja una huella imborrable y valedera, que ha sentado las bases de una perdurable producción nacional, de indudable aporte y reconocimiento. Con los años, esta 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 (anterior a 1959), mientras que otros eran egresados de algunas escuelas de arte —San Alejandro, fundamentalmente— lo que permitió que se incorporaran nuevas maneras de hacer y de proponer soluciones gráficas. 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 (De Juan, 2004, p. 44).

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

¹ Entre otros, podemos citar a Eduardo Muñoz Bachs (Valencia, 1937-La Habana, 2001), Rafael Morante Boyerizo (Madrid, 1931) y José Lucci (Italia), José Luis “El gallego” Posada Medio (Asturias, 1929-2002).

la literatura universal y cubana, amén de 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 Carpentier², 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” (Moya, 2012b, p. 21), resultado, en opinión de Vitier (1975, p. 1), de la fusión de dos importantes polos: “nativismo y art brut”. Este mismo autor llega a expresar que “imaginada, dibujada y gestada a gritos, risas y desvelos por el desaforado ímpetu creador de Samuel Feijóo, la revista *Islas* se convirtió desde su segundo número en uno de los órganos más ricos y resonantes de la apertura cultural revolucionaria” (1975, p. 3).

Ya 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 esmerado y novedoso diseño editorial, lo que permitió una visualización e identificación de nuevo tipo,

² Al respecto aclara Pablo Pacheco: “Dicen que Alejo Carpentier fue el primer director de la Imprenta Nacional, lo cual es falso. El primero fue Octavio Fernández, quien murió hace un tiempo —primo, por cierto, de Roberto Fernández Retamar—. Después tuvo dificultades con la microfacción, pero eso es parte de la historia de este país. Luego vino la Editorial Nacional, al frente de la cual estuvo Alejo Carpentier, de cuya obra me honro en decir que fuimos los continuadores y, además, tuvimos excelentes, magníficas relaciones” (Villaverde, 2011, p. 251).

diferente de 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, posibilitando el desarrollo del liderazgo cultural de nuestro país en Latinoamérica.

Algo que caracterizó las primeras producciones editoriales fue el diseño de cubiertas, muchas de las cuales 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 difíciles³, lo que puede considerarse como perfiles abiertos. De esta manera, el diseñador se podía mover con soltura y emplear recursos insospechados. La gama cromática fue reducida a colores planos y brillantes en algunos casos, lo que devino un recurso altamente expresivo. También lo fue el uso de la tipografía; se observa una preferencia por la tipografía de imprenta más que por la dibujada. El diseño estructuralista, deudor en gran medida de la herencia bauhausiana, y el cuidado en el uso de los espacios en blanco, se convirtió en un factor de notable fuerza de expresión, junto a las composiciones incómodas o aparentemente fuera de diseño y desequilibradas. Se procuraba buscar así un impacto con respecto a las zonas de comunicación y de lectura.

Otro recurso formal destacable lo es 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, que se convierte en ocasiones en el único elemento visual empleado, 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. En ocasiones, estas dan origen a una ilusión cinética que comporta una carga conceptual de importancia. Otras veces, la tipografía opera visualmente como elemento de

³ Esta realidad puede apreciarse en las producciones de las publicaciones periódicas y seriadas mencionadas con anterioridad.

apoyo y de contraste con la imagen dibujada, fotografiada o pintada, y que desempeña el papel protagónico en la estructuración semántica de la cubierta.

Las imágenes, por su parte, mantenían una coherencia con las cubiertas de los libros, lo que, junto a un acertado tratamiento gráfico de estas, permite apreciar un equilibrio necesario y justo entre texto e imagen. Todo en su justa medida: un convincente manejo de las valoraciones tipográficas, de la composición del folio respecto a la caja de texto, de las notas al margen, del nombre del autor, en correspondencia con el rigor tipográfico que se expresaba desde la cubierta, contribuyeron a que el objeto libro mantuviera una coherencia y una calidad incuestionable.

En muchos casos, el empleo de la fotografía o el fotomontaje se vuelve un medio eficaz de comunicación, que evidencia la creatividad y la manipulación de los elementos provenientes de otras técnicas de las artes visuales. El diseño adquiere un estilo propio que muchas veces descansa, más en una selección casual y arbitraria del motivo que representa, que en una selección objetiva: prima lo simbólico y lo metafórico por sobre lo anecdótico. Se destaca la superposición de imágenes, el empleo de fragmentos, la ampliación o sobreexposición de zonas, la impresión de tramas o texturas, o la introducción de elementos de fantasía, que aportan un fuerte sentido expresionista a la obra, no obstante, el uso indiscriminado del *moiré* y la insistente utilización de ciertos recursos visuales de manera reiterativa.

Pero tal vez de todo, lo más importante fue la conjunción de cantidad y calidad de escritores, editores y diseñadores, provenientes en gran medida de la renovación vanguardista que se había realizado durante los años cincuenta del pasado siglo XX. Todos unidos, con una diversidad ideoestética asombrosa, reveladora de los disímiles caminos que en el campo de la creación aparecían. Así, junto a una increíble generación de importantes escritores cubanos, como Alejo Carpentier, Nicolás Guillén, Eliseo Diego, Roberto Fernández Retamar, Virgilio Piñera, Onelio Jorge Cardoso, José Lezama Lima, Nicolás Dorr, Antón Arrufat, Abelardo Estorino, Eduardo Heras León, Fernando Portuondo, Cintio Vitier o Juan Marinello, se une una oleada de jóvenes diseñadores: Raúl Martínez, Umberto Peña, Tony Évora, Rafael Morante, Darío Mora, Eduardo Muñoz Bachs, Alfredo Rostgaard, Artemio Iglesias, Esteban Ayala, José Manuel Villa, Carlos Rubido, Roberto Casanueva, Eladio Rivadulla, Francisco Masvidal, Héctor Villaverde, Félix Beltrán, Raúl

Oliva, Roberto Guerrero y Jorge Martell, entre otros, quienes serían los precursores de este movimiento editorial.

Una buena cantidad de estos diseñadores asumieron una pasión por la tipografía, convencidos de que el diseño gráfico editorial estaba esencialmente asociado con el manejo de los textos y su diagramación en las páginas. De esta manera se rescató una identidad propia, reconocible, novedosa y moderna, tal vez deudora o cercana en algún momento a la síntesis gráfica de Saul Bass, Milton Glaser, Saul Steinberg, los juegos tipográficos de Herb Lubalin y la escuela polaca con Henrik Tomaszewski, Jan Lenica y Waldemar Swierzy (Villaverde, 2011, p. 44), pero sorpresivamente identificativa y diferente, como la realizada en *Casa de las Américas* por Tony Évora, Raúl Martínez y Umberto Peña.

Muchos de estos aciertos definieron la línea gráfica editorial de las producciones cubanas de los años posteriores, al menos como paradigma estético, al revelar un *decōrum*⁴ sustentado en una original concepción de la relación forma-contenido y un agudo nivel de conceptualización y metáfora, que permite encontrar diseños caracterizados por la asimilación armónica de una visualidad dirigida hacia lo óptico, en cuanto a la forma, y lo Pop, en el colorido.

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. 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 burocrático, 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, factores que empeoraron y disminuyeron la calidad de las producciones editoriales y contribuyó a la pérdida paulatina de la fuerza expresiva

⁴ *Decōrum*: Aspecto y propiedad que le corresponde a algo según su destino respectivo. Grado de eficiencia: lo adecuado, lo óptimo, lo conveniente. || Realización eficiente para cumplir su función o finalidad (Gombrich, 2004, p. 369-379).

del diseño gráfico editorial en la Isla (Blanco, 2003a, p. 24-25 y 2012 (s/p); Castro, 2006, p. 12; González, 2007, p. 6; Mariño, 2006, p. 7-8; Moltó, 2006, p. 6-7; Menéndez, 2007, p. 30-31, 37-40 y 2006, p. 3-4; Pogolotti, 2006, p. 12; Rodríguez-Aguilar, 2014, p. 24-25 y 2012 (s/p); Villaverde, 2011, p. 258).

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, en gran medida por la inserción de algunos jóvenes diseñadores graduados del Instituto Superior de Diseño, la verdad es que 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 temas⁵, cursos especializados de formación y superación, investigaciones en este campo y una metodología que permita evaluar la calidad gráfica —no literaria— de las producciones editoriales, continúa siendo un freno para el mejor desarrollo del trabajo editorial en el país.

Aún falta desprenderse de normas y formatos demasiado rígidos en cuanto al diseño editorial, que no pueden justificarse con la excusa del poco apoyo a las reproducciones o del material en cuanto a las tintas y el papel. Existen ejemplos más que suficientes de cómo con economía de color, pero con buena imaginación y creatividad, se pueden lograr diseños atractivos y elegantes⁶.

En estos momentos, el diseño editorial cubano precisa de acercamientos críticos e historiográficos que hagan balance de sus producciones, que ayuden a sistematizarlo y periodizarlo, a evaluar pormenorizadamente y en conjunto su desarrollo, sus momentos de luz y sus puntos oscuros, pues su camino ha sido también polémico, agitado y convulso.

⁵ De 1980 a la fecha, solo cinco libros se han publicado sobre los procesos del diseño gráfico editorial: *100+1 reglas para el diseño de libros* (1985/2001) de Albert Kapr, *Diseño y remodelación de periódicos* (1989) de Mario R. García, *El libro: su diseño* (1990) de Roberto Casanueva —reeditado y ampliado en 2010—, *Algunas experiencias sobre diseño gráfico* (2003) de Roberto Artemio Iglesias y *Diseño, diseñar, diseñado. Teorías, estrategias y procedimientos básicos* (2012) de Jorge Luis Rodríguez Aguilar, reeditado en 2014.

⁶ Un ejemplo claro lo encontramos en los diseños para la literatura infantil y juvenil, y en revistas y semanarios como *Pionero*, *Zunzún*, *Juventud Técnica* y *Somos Jóvenes*; o los nuevos diseños para libros y cubiertas de ediciones de obras literarias lanzados por las editoriales *Letras Cubanas*, *Arte y Literatura*, *Casa de las Américas* y *Gente Nueva*, con una agradable estética y una funcionalidad coherente.

2. DESARROLLO

El desarrollo tecnológico e industrial de las grandes potencias en las últimas décadas, ha distanciado los límites entre analfabetismo y alfabetización, al punto de no ser en la actualidad un indicador el acto de aprender a leer y escribir, sino el de conocer otras habilidades matizadas por el desarrollo gradual de la ciencia y la técnica. Surgen así otros conceptos como: alfabetización tecnológica, alfabetización informática o alfabetización digital, lo cual plantea a nuestra cultura enormes desafíos.

Para la cultura cubana toda la sociedad es una gigantesca escuela, de ahí que la coordinación de todos los factores en función de crear una verdadera cultura general integral, en donde participen conscientemente todos los cubanos, es una de sus aspiraciones mayores. Otro de los propósitos es enfrentar, con su acción, los retos y desafíos del mundo hegemónico unipolar y globalizado. El diseño gráfico, y en particular el diseño editorial, es una de las actividades que más potencialidades ofrece en la contribución de una correcta estructura comunicativa y educativa, la cual permite adquirir valiosos conocimientos que sirven para la mejor comprensión e interpretación de los hechos y fenómenos históricos, culturales, sociales y económicos del país.

El diseño editorial es una de las partes constituyentes del diseño gráfico (Rodríguez-Aguilar, 2014, p. 26), el medio visual de comunicación más cercano a las artes plásticas, lo que posibilita, como recurso intermedio, la utilización de lenguajes estéticos y de códigos bien definidos para dar respuesta a los problemas de nuestra cotidianidad. El diseño forma parte consustancial de nuestra vida diaria y su aplicación se encuentra en todos los medios visuales modernos. Es, a su vez, un recurso indispensable en la producción estética, comunicativa y educativa de una obra literaria, al presentar, organizar, dirigir y establecer las relaciones pertinentes entre los elementos necesarios para la comprensión de la forma y la comunicación en el espacio.

Esta metodología de vincular el arte con el diseño se originó a partir de 1919 en la Bauhaus, cuyas concepciones aún hoy se mantienen y aplican. Las ideas de estos conceptos tan liberales y espontáneos: la totalidad de las formas geométricas, el espacio reticulado, el uso racionalista de las tipografías, el color y la psicología de la forma o la *Gestalt*, han sido un eje medular en las pedagogías posteriores y en los sistemas de aplicaciones en función de una dinámica estrictamente social.

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, 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 y como consecuencia de la necesidad de empezar a improvisar sobre la marcha y la inexperiencia en muchos territorios, surgieron muchos problemas que van desde la edición y el diseño hasta los de tipo material. No obstante, los aportes han sido indudables, en tanto la creación de nuevas casas editoriales e imprentas, que ha propiciado la expansión de la producción de publicaciones nacionales en todo el país (Instituto Cubano del Libro, 2010, p. 4), lo cual ha favorecido un diálogo más dinámico entre los autores y el público⁷. Entre los problemas 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. Sin embargo, el trabajo de algunas editoriales ha ganado en consolidación y estabilidad, ha aumentado el crecimiento de las publicaciones y probado suficientemente su efectividad como agente masificador de la cultura.

No es un secreto que las culturas dominantes imponen una visualidad característica, no siempre de una buena calidad, centrada muchas veces en aumentar las ventas y producir

⁷ “En 2005 —que ha sido el año más estudiado—, el grupo de las editoriales del ICL alcanzó su récord particular de 459 publicaciones. Ese mismo año, y con independencia del aporte de las denominadas editoriales externas, la contribución del grupo de las casas territoriales fue de 496, es decir, 37 títulos más que las editoriales del ICL” (Moya, 2012a, p. 1).

efectos consumistas que reducen a niveles mínimos los verdaderos aportes culturales de las producciones artísticas, más que en producir verdaderas obras de arte por la conjunción maravillosa de literatura, arte, edición y diseño. Tampoco es un secreto que con el aumento vertiginoso del acceso a los medios tecnológicos de comunicación y producción, dígase ordenadores portátiles, impresoras, escáner, fotocopadoras, cámaras fotográficas digitales, etcétera, ha aumentado exponencialmente una población de “diseñadores” y “editores” de segundo y tercer grados, muchos de ellos sin una verdadera formación profesional ni estética, que al dominar uno o dos programas informáticos de diseño y edición se consideran profesionales de estos oficios⁸, lo cual arroja considerables problemas al mundo comunicativo que nos rodea, en especial al mundo editorial. Si en las ediciones y producciones ordinarias del Instituto Cubano del Libro es frecuente encontrarse con problemas de este tipo (Blanco, 2003b y 2012; Rodríguez-Aguilar, 2010 y 2014), no es desacertado pensar que en otras corre la misma suerte.

No tener claro los verdaderos objetivos de una producción editorial, en tanto fenómeno de la cultura, puede ocasionar daños irreparables a un proyecto tan útil y necesario. Problemas como el “intercambio vertiginoso de la información, la transferencia y la sustitución de tecnologías, la consiguiente ruptura de la transmisión tradicional del conocimiento del gremio de los [diseñadores e] impresores, la puesta del proceso editorial de manera cada vez más abierta —y también más audaz— en las manos de los propios autores, y la prostitución de saberes técnicos e intelectuales altamente especializados” (Moya, 2012a, p. 2), ponen en riesgo las producciones futuras de cualquier editorial que no descubra a tiempo estas dificultades.

Problemas como los antes expuestos han sido alertados en numerosas ocasiones por profesionales del mundo de la comunicación y el diseño editorial, los cuales han sido recogidos en diversas publicaciones y conferencias. No obstante, ninguno de ellos analiza la calidad gráfica de las producciones de los libros de texto de una manera precisa y objetiva, ni las afectaciones que introducen los cambios tecnológicos en el proceso

⁸ Pierre Bourdieu (1967, p. 135-182) define este fenómeno como *inconsciente cultural*, que no es más que la relación que se establece entre un productor (agente) y su ámbito o contexto (campo), a partir de la asimilación inconsciente de una cultura específica (*corpus*) en la que este se desarrolla, y de cómo la utiliza aplicado a la producción de obras. En este sentido, Bourdieu propone una lectura estructural, no solo del *corpus*, sino de las instituciones y trayectorias individuales que intervienen en la producción y el consumo, y de los esquemas incorporados o *habitus* implicados en la misma.

editorial. Tampoco se identifican los problemas visuales, estéticos, comunicativos, educativos e ilustrativos, ni se precisan estadísticas en tal sentido —útiles para elaborar programas de formación y superación de editores y diseñadores—, ni se formula una metodología para la valoración de la calidad del diseño de cubierta de los libros de texto.

2.1. La identidad visual de una editorial universitaria

Los problemas que sobre diseño editorial presentaba la Editorial Feijóo, en particular los relacionados con la concepción de la cubierta de libros y del identificador, justificaban 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 originaron, así como al comportamiento del dominio de la composición, aplicación de la tipografía y de la imagen, utilización del color (estas cuatro dimensiones en lo referente a la norma), poder comunicativo y efectividad del identificador (en tanto función) y valor estético de la obra terminada (Mukařowský, 1977, p. 143-213), 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 e 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; y 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, asunto que la presente investigación expone.

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 permitieron establecer una generalidad sobre la situación que se presentaba.

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, y 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, que abarca el decenio de 1958 a 1968, “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-Fernández, 2003, p. 133).

Del segundo período, entre 1969 y 1996, la producción de textos prácticamente desapareció. Al decir de Moya Méndez:

se mantuvieron varias revistas: *Islas*, *Centro Azúcar*, *Centro Agrícola*, *Construcción de Maquinaria* (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 esténcil 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-Aguilar, 2012b)

En el tercer período, que abarca de 1997 al presente, 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 salían 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, y luego el título, autor y el año. La editorial no contaba más que con un ilustrador para los casos aislados de ediciones impresas.

Los datos anteriores permitieron considerar que ha existido un salto real, de una editorial que hubo a otra —electrónica— que existe ahora, pero que tiene como propósitos

inmediatos, retomar en serio la publicación en formato impreso (papel). Todo lo cual hizo necesaria la revisión de esta visualidad, con el fin de establecer las regularidades que permitieran constituir una nueva, que descansa en su calidad y efectividad.

Si bien en su primer decenio, la editorial tuvo su identidad visual —el período de Feijóo (1958-1968)—, 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 que 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.

Entre las tipologías más frecuentes se encontraron:

- 1) PROBLEMAS DE ESTRUCTURA Y LAS ÁREAS EN LA COMPOSICIÓN. Deficiente relación estructural y compositiva respecto al formato, en el diseño de cubierta: inadecuada utilización de los puntos de tensión y atención, las zonas de jerarquía, el énfasis visual y la división por áreas compositivas en función de una lectura final, así como la correcta disposición de los espacios para el texto y las imágenes.
- 2) PROBLEMAS EN LA UTILIZACIÓN DE LOS ESPACIOS EN BLANCO EN LA COMPOSICIÓN. Incorrecta utilización de los espacios en blanco en función de un equilibrio o desequilibrio intencional de la composición, la compensación del peso de todos aquellos elementos presentes en la misma, así como el grado de armonía visual entre los elementos encuadrados y los límites que estructuran la composición.
- 3) PROBLEMAS EN EL AJUSTE A UN PERFIL EDITORIAL. Inconveniencia y poca efectividad del diseño de cubierta y su ajuste a un perfil editorial abierto o cerrado. Poco grado de creatividad, libertad y concordancia presente entre el perfil y el tema.

- 4) PROBLEMAS EN EL NIVEL DE REPRESENTACIÓN VISUAL EMPLEADO. Incorrecta selección y aplicación del nivel de representación seleccionado, ya sea figurativo, abstracto o simbólico, en el diseño de cubierta.
- 5) PROBLEMAS EN LA SELECCIÓN Y UTILIZACIÓN DE LA FAMILIA TIPOGRÁFICA Y SUS VARIANTES VISUALES EN RELACIÓN CON EL TEXTO QUE SE REPRESENTA. Incorrecta selección y utilización de la familia tipográfica y sus variantes visuales en función de la idea que se transmite y las relaciones temporales, culturales, estéticas, educativas e ilustrativas que existen, ya sea una tipografía de imprenta o de dibujo, la justificación del estilo, la ortografía y la legibilidad, la caligrafía en relación con los efectos visuales empleados y la relación entre las familias tipográficas.
- 6) PROBLEMAS EN LA RELACIÓN ENTRE LA FUNCIÓN Y LA IDEA DEL TEXTO. Poca relación entre la función del diseño, el género de la obra y la idea que el texto defiende.
- 7) PROBLEMAS EN LA SELECCIÓN DE LA IMAGEN EN FUNCIÓN DEL TEXTO A ILUSTRAR. Incorrecta selección de la imagen (grado de comunicación que establece, época que representa, aporte cultural, valor estético, poder ilustrativo, compromiso educativo) en función del texto a ilustrar.
- 8) PROBLEMAS EN LA RELACIÓN DE LA IMAGEN RESPECTO AL FORMATO Y LA ESTRUCTURA COMPOSITIVA. Incorrecta relación entre la imagen, el formato y la composición: la relación figura-fondo, la aplicación de las leyes perceptivas de la *Gestalt* y los indicadores de espacio, los principios de organización de la forma atendiendo a la armonía, el énfasis, la evidencia, la cohesión y la coherencia.
- 9) PROBLEMAS EN LA SELECCIÓN DEL COLOR EN FUNCIÓN DE LA IDEA A REPRESENTAR. Incorrecta selección, aplicación y vinculación (relación) del color atendiendo a su significado (psicológico, emotivo, simbólico o expresivo) como portador de contenido, en función de la idea que se representa y en relación con las familias tipográficas empleadas y la imagen seleccionada.
- 10) PROBLEMAS EN EL NIVEL DE COMUNICACIÓN VISUAL EMPLEADO Y EN LA SELECCIÓN DE SIGNOS, SÍMBOLOS Y ELEMENTOS PORTADORES DE CONTENIDO. Incorrecto uso de los niveles de comunicación visual en función de la idea que se representa, ya sea anecdótico, simbólico o metafórico, y el grado de comunicación que establece. Incorrecta selección y empleo de signos, símbolos y elementos portadores de

contenido, que ayuden a una mejor comunicación en relación con el texto de la obra y los referentes temporales, culturales, estéticos, educativos e ilustrativos que se proponen, así como la claridad de su lectura.

- 11) PROBLEMAS EN LA COMPRESIÓN DEL MENSAJE. Incorrecta comprensión del mensaje que se transmite a partir de los elementos del sistema forma, las leyes de la percepción y de organización del espacio, la claridad del mensaje que se transmite y la efectividad de su empleo, en función del texto de la obra y los niveles de comunicación visual empleados, así como el grado de connotación y denotación del mismo.
- 12) PROBLEMAS EN LA CALIDAD GRÁFICA. Poca presencia de las cualidades que distinguen la calidad gráfica de la obra final: síntesis de la imagen, economía del color, armonía y composición de las formas, mensaje claro y directo, uso racional y preciso de los textos, selección correcta de la tipografía, tipografía legible y resumen de ideas a expresar, así como la creatividad y la calidad de la impresión.
- 13) PROBLEMAS EN EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMA Y LA EFICACIA DE LA FUNCIÓN. Dificultades en el valor de lo creado y del creador, atendiendo al modo en que se realizó el diseño, cómo se fue realizando la acción creativa, juicios y valores artísticos y estéticos. Poca eficacia de la función de la obra realizada.

El segundo paso fue revisar la identidad visual de la editorial, comprobándose que existían problemas en su concepción y efectividad. Para que un identificador sea efectivo debe establecer la información: transmitir de una manera unívoca el mensaje al receptor. Asimismo, debe distinguirse como un elemento único en su contexto, o sea, identificativo. Pero también necesita ser representativo como elemento icónico, que resuma la significación de su signo; y legible, ya que esto permite una correcta y rápida comprensión de sus formas y mensaje.

También debe ser pregnante y sintético, o sea, tener la capacidad de ser captado inmediatamente de forma sencilla, de modo que no llegue a perder funcionalidad y calidad; y persuasivo y memorable, lo que le permitirá seducir con las formas y ser recordable en el tiempo. Por último, debe ser original y perdurable, al aplicar nuevas soluciones y recursos de manera que permanezca vigente (Rodríguez-Aguilar, 2014, p. 170).

Se pudo comprobar que el existente, no recogía los elementos identificativos necesarios, encontrándose cinco aspectos negativos en su concepción:

- 1) PROBLEMAS EN LA VISUALIDAD DEL IDENTIFICADOR. Es poco identificativo como elemento icónico, lo que se traduce en poca pregnancia y síntesis de la forma. Tampoco es persuasivo ni memorable, ya que su forma —tipografía— no seduce ni es original.
- 2) PROBLEMAS EN LA REDUCCIÓN O AMPLIACION DEL IDENTIFICADOR. Poca legibilidad y efectividad al reducirlo o ampliarlo. No mantiene su compensación visual, provocada por los valores empleados en su diseño y la selección de la familia tipográfica.
- 3) PROBLEMAS EN LA APLICACIÓN DEL COLOR. Incorrecta selección de la tinta, lo que provoca ilegibilidad.
- 4) PROBLEMAS EN EL EQUILIBRIO. Incorrecta compensación entre el tamaño del identificador y el área compositiva, lo que hace que no sea identificable en algunos casos.
- 5) PROBLEMAS DE RECONOCIMIENTO. No es identificable, en tanto los juegos tipográficos no contribuyen a una mejor lectura y comprensión.

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, los que se expondrán a continuación.

Un diseño de cubierta efectivo y apropiado, es aquel que se atiene a parámetros predefinidos o existentes como: creatividad, comunicación, funcionalidad y placer estético, entonces se dice que el mismo “tiene calidad”. Sin embargo, la relatividad de estos parámetros es evidente, por ejemplo, en el hecho de que muchas veces se asume por novedoso un rediseño, entonces la creatividad adquiere grados de cercanía con el rediseño. También se hace relativa la comparación entre lo estético, lo funcional y lo comunicativo en una obra de diseño gráfico editorial, pues muchas veces se asume como comunicativa una obra “bonita”, es decir, con ciertas condiciones estéticas, y no se analizan sus relaciones estructurales comunicativas, como la legibilidad del mensaje, el uso de las tipografías, el color y las imágenes. Otras veces se da por funcional algo “bello”, en tanto la belleza de lo estructurado es consecuencia de una estructura coherente (Munari, 2000).

Uno de los principios básicos del diseño gráfico editorial es que el consumo comienza por la cubierta, elemento que indiscutiblemente establece el diálogo con los lectores, atrae su atención y posibilita la compra futura del mismo. Es evidente que un buen diseño, por lo general, contribuye a la mejor venta del libro, y para esto el diseñador debe mostrarse atento y cuidadoso, pues no solo mover un poco de imágenes y letras es sinónimo de buena calidad. Está comprobado que las cubiertas de los libros tienen el mismo tiempo de impacto en la decisión de compra, que el que tiene un envase de cualquier otro producto en un estante de un supermercado. Menos de diez segundos bastan: los tres primeros son para demostrar que es diferente de las demás, los otros tres segundos para despertar el interés gracias a su diseño, y los restantes, para impulsar la compra gracias al poder seductor de su conjunto (nota de contracubierta, color, legibilidad, dimensión, manuableidad, peso, entre otros más).

Aunque en la actualidad, con la aparición de las ediciones digitales, las autoediciones y las pequeñas editoriales territoriales, la calidad del diseño de cubierta pende de un hilo delgado. La visibilidad de los libros depende del tratamiento que se dé a su diseño, así como su cuidada edición. Despertar el interés a los potenciales lectores-compradores por medio del diseño de cubierta, es una labor compleja que se dirige a públicos que muestran diferentes niveles de interés. En relación con esto, Friedman (Mellado, 2011) y Samara (2007, p. 8-29) recuerdan algunos consejos a tenerse en cuenta a la hora de diseñar una cubierta, a los cuales se le han agregado algunos comentarios pertinentes:

- * EL TÍTULO DEBE SER GRANDE Y FÁCIL DE LEER. Este consejo es muy importante ya que establece la primera comunicación efectiva con el público lector. En este caso la legibilidad es fundamental. Para ello se debe tener en cuenta una correcta selección de la tipografía, su espaciado y el color de esta en relación con el fondo. Algunos diseñadores son de la opinión de que el nombre del autor debe tener mayor importancia que el título de la obra. En efecto, hay obras que se venden más por el autor que por su título, pero cuidado: lo cierto es que uno de los dos elementos debe tener más atractivo visual y ser el eje central de la comunicación que se quiere establecer.
- * COMPRUEBE CÓMO QUEDA LA CUBIERTA ANTES DE DARLA POR TERMINADA Y ENVIARLA A LA IMPRENTA. Algo que resulta difícil para muchos diseñadores

gráficos editoriales y que debe tenerse muy en cuenta, es saber hasta dónde se debe continuar trabajando en un diseño o cuándo dar por terminado el mismo. Por lo general, este es un conocimiento intuitivo, que dicta la voz de la experiencia y en ello influyen factores como el buen gusto, la creatividad, la habilidad que se tiene para utilizar las herramientas del diseño, el poder de generar imágenes a partir de la lectura, entre otras. En este sentido, mucho más importantes son las “mañas” adquiridas en los años de trabajo, que un profundo conocimiento académico sobre el diseño. Suele ser efectivo, antes de concluir, comprobar cómo se ve la cubierta en diferentes tamaños, así como en escala de grises.

- * SE DEBE TENER MUCHO CUIDADO CON LAS TIPOGRAFÍAS QUE SE UTILIZAN. Atención: un libro es una cosa seria, por tanto, es importante que la tipografía seleccionada refleje el verdadero sentido comunicativo, educativo e ilustrativo del libro. Cualquier fuente no sirve. Se debe tener cuidado con las tipografías que denotan características propias, como las *decorativas* o *de fantasía*. Cada familia tipografía tiene un carácter y, en consecuencia, se debe explotar atendiendo a este y a lo que se quiere decir. Por ejemplo, para la cubierta de una novela histórica ambientada en la Revolución francesa de finales del siglo XVIII, no deben utilizarse las tipografías *Comic Sans* ni *Mistral*, pues estas expresan un estilo juvenil, alegre, desenfadado y por demás, son fuente creadas en el siglo XX. Sería incorrecta su utilización.
- * NO CONVIERTAS LA CUBIERTA EN UN FESTIVAL DE FUENTES. Este consejo guarda relación con el anterior, en tanto un buen diseño debe hacer uso racional y preciso de los textos. Una cubierta no debe tener más de dos fuentes (a lo sumo tres). También es necesario evitar la tentación de poner las palabras en mayúsculas, cursivas, subrayadas o con estilos que las hagan ilegibles y grotescas. No des “forma” a la tipografía si no es necesario y evita los estilos gratuitos. Recuerda que en el diseño todo tiene que tener un sentido.
- * NO UTILICES CUALQUIER IMAGEN PARA LA CUBIERTA. Con frecuencia vemos cubiertas de libros diseñadas a partir de imágenes que no guardan ninguna relación con el contenido del texto. Otras veces, el autor propone una imagen que le “gusta” o que quiere utilizar para ilustrar la cubierta que, salvo contadas excepciones, no funciona. Es mejor evitar en los diseños de cubierta imágenes que guarden un grado

de cercanía afectiva: el dibujo que hizo un hijo, la fotografía de un amigo, la pintura que le gusta a mamá. Casi siempre es una idea terrible y atenta contra la calidad de la visualidad del libro. Tampoco se deben utilizar imágenes prediseñadas, como las que vienen gratis con Microsoft Word y otros programas de diseño no profesional. Es recomendable utilizar fotografías de archivo de calidad y, siempre que se pueda, crear un banco personal de imágenes.

- * NO INSERTES UNA IMAGEN DENTRO DE UNA CAJA EN LA PORTADA. Jane Friedman llama a esto el “diseño camiseta”, ya que se crean pequeñas estructuras de imágenes dentro de la portada, que no suelen ayudar a la lectura del diseño. En ocasiones, la imagen no aparece en su totalidad, sino en cortes que se invierten o se amplían para cubrir una zona específica, a la que generalmente se le baja el tono para que aparezca velada o se le escriben textos encima. Este efecto se ve poco profesional, aunque algunas editoriales lo utilizan con buen resultado.
- * EVITA LOS DEGRADADOS. Este es un recurso que muchas veces tiene a la mano el diseñador y que, de no saber utilizarse, suele provocar efectos desagradables para el diseño. Por lo general, a no ser un diseñador experto o de mucha experiencia, se debe procurar no hacer degradados en las letras y en los colores.
- * EVITA LAS COMBINACIONES DE COLORES LLAMATIVOS. Normalmente los colores llamativos tienen la función de provocar y captar la atención de la gente, pero en el diseño de cubierta, a no ser necesario, por lo general solo hacen que el libro tenga un aspecto extravagante.
- * NO DISEÑES TU PROPIA CUBIERTA, SI PUEDES, EVÍTALO. Las únicas personas que deberían considerar la posibilidad de diseñar sus propias cubiertas son los diseñadores gráficos profesionales, e incluso, entonces, no es aconsejable.

La gráfica de las cubiertas de los libros, cuando está cuidada y realizada con un diseño inteligente, se convierte en un argumento más para comprar y en un objeto de coleccionismo. La selección de un diseño certero, donde se conecten por medio de la tipografía y el estilo gráfico, el espíritu, la imagen y la atmósfera de una época, es un testimonio evidente de que el diseño no ha de ser una simple ocurrencia, sino el fruto de una verdadera investigación, que llame la atención y seduzca al curioso lector.

Otro factor que influye es la libertad creativa que sobre el diseño se tiene. El límite que muchas veces impone diseñar sobre un perfil estrecho o cerrado, influye en la calidad final de la cubierta. Esto implica que el diseñador se encuentre amarrado a patrones rígidos y poco flexibles, que limitan su creatividad y estimulan el rediseño. Aunque en la actualidad, los procesos de rediseño tienen una presencia mayor en todos los ámbitos de la comunicación gráfica de la información, lo cierto es que en el diseño editorial cada libro refleja una problemática gráfica diferente, que debe ser solucionada siempre de manera novedosa, acorde a los propósitos de la obra que se representa, en total comunión con los elementos de visualización de la información, así como de sus funciones.

Con tales propósitos, y ante la necesidad de crear una línea editorial o nuevo perfil para la editorial Feijóo, dado lo poco flexible del espacio de diseño con que se contaba, se asumió seguir las siguientes soluciones, que contribuyeron a una mejor realización y calidad del diseño:

- 1) No todos los casos de diseño son iguales, por tanto, la mejor opción fue adaptarse a las necesidades y las características del producto que iba a ser diseñado. En este sentido, el formato seleccionado fue estándar, de 6x9 pulgadas.
- 2) Se procuraron distintos grados de cambio, que afectaron el diseño a distintos niveles. En este sentido, 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. La tipografía utilizada es Constancia bold, el formato es 6x9 pulgadas, composición centrada y color blanco (fondo), azul marino o rojo (título) y negro (autor, subtítulo e identificador).
- 4) Se halló una fórmula para subrayar la jerarquía de las historias o ideas que se narran. Los puntos de énfasis están 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, velando 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. Para las publicaciones de Ciencias Sociales y Humanísticas se empleará el color azul marino, mientras que para las publicaciones de Ciencias Exactas, Naturales y Técnicas el color es rojo.
- 8) Se hizo énfasis en la navegación o lectura del diseño, para apaciguar la impaciencia de los nuevos lectores. Fue un aspecto prioritario en el proceso de diseño lograr centrar la atención al centro del formato.
- 9) Se trabajó estrechamente con el editor en la toma de decisiones y la implementación de las variantes visuales.

El diseño de cubierta responde a una intencionalidad comunicativa por sobre una finalidad estética, que hace que los espacios disponibles, así como los distintos elementos que intervienen en su diseño: composición, tipografía, imagen y color, se traduzcan en una jerarquía de la información, que ayuda al lector a moverse por ella, interpretando su contenido de una u otra manera. Cada uno de estos elementos tiene una razón de ser, sustentada en principios y reglas del diseño y la comunicación, que cumplen una función específica y tienen un uso determinado.

Al realizar el identificador se tuvo en cuenta, como elemento que debe distinguir la personalidad de la casa editorial, que este 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, sirviendo de enlace. Su efectividad está dada en el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- 1) Es sintético en su forma, o sea, está conformado por los elementos necesarios e imprescindibles: un isotipo monolítico y un texto calzado.
- 2) Es una imagen pregnante y de estética agradable, característica que le permite ser fijado y recordado por el receptor. Para lograr este propósito, se procuró diseñar el identificador a partir de las figuras geométricas básicas.
- 3) La imagen es clara y original para evitar las confusiones en la comunicación y poder generar la diferencia.
- 4) Por su estructura y su forma, logra un impacto visual y emocional potente.

- 5) Es adaptable y se ajusta a los distintos soportes en que va a ser utilizado, lo cual permite que sea también flexible y atemporal, a fin de que perdure a través del tiempo.

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. En tal sentido, su estructura no permite cambios o manipulaciones, ya que responde a un verdadero sentido identitario, por lo cual, si se hiciera, debe estar seguido de una verdadera justificación.

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. Un buen identificador debe tener dos cualidades indispensables: ser recordable y perdurable para resistir el paso del tiempo o de las modas. Otra cualidad que debe tener un identificador es responder a un tiempo de concepción, al ser el reflejo de una época o cultura. Esta cualidad proporciona, con el paso del tiempo, una distinción y personalidad. Un identificador también es un valor agregado del producto, y puede llegar a convertirse, por sí solo, en un índice de calidad o valor.

Los identificadores son un arma poderosa como elemento distintivo y de garantía para quienes lo utilizan y para quienes lo consumen. Son la confianza y la seguridad de la calidad de un producto o servicio. Es un recurso mental que nos transporta a un estado sugestivo del que hacemos un referente. Como imagen constante, adoptan la posición de individualizar y distinguir, al convertirse en elementos tangibles de su propia identidad. Tienen un fuerte componente semiótico, lo que nos lleva ineludiblemente a tomar decisiones, desde un nivel subconsciente, ante las distintas opciones que se presentan.

3. CONCLUSIONES

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 síntesis de la información necesaria a partir de imágenes y textos, en distintas publicaciones como libros, periódicos, revistas y publicaciones en red. En este sentido:

el diseño editorial incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción. Los profesionales dedicados al diseño editorial buscan por sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y la diagramación, que permita expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético y que impulse comercialmente a la publicación. (Ghinaglia, 2009)

Tanto el diseño de cubierta como el de identidad, forman partes consustanciales del diseño gráfico editorial. Ambos son elementos identificativos del resultado visual de un libro y, en cierta medida, de su calidad. El diseño de cubierta es la acción gráfica que se realiza en la parte exterior del libro y que reproduce los datos generales del mismo. Tiene la finalidad de identificar, promocionar la información del texto de la obra y atraer la atención del lector. Incluye el diseño de la parte anterior, el lomo y la contracubierta o tapa posterior, también la sobrecubierta o forro, si la hubiere. Por su parte, la calidad gráfica es la propiedad inherente al diseño que permite apreciarlo como igual, mejor o peor que las restantes de su tipo, atendiendo 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.

BIBLIOGRAFÍA

BLANCO, T. (2003a). ¿Cómo enfrentar un nuevo fenómeno en el mundo del libro? *ISLAS*, 45 (135): 22-26, enero-marzo. Santa Clara.

BLANCO, T. (2003b). Editor en solfa. Violación de pasos en el proceso editorial. *ISLAS*, 45 (138): 42-46, octubre-diciembre. Santa Clara.

BLANCO, T. (2012). [Texto sobre mi libro *Diseño, diseñar, diseñado*], inédito. La Habana.

- BOURDIEU, P. (1967). Campo intelectual y proyecto creador, En: *Problemas del estructuralismo*. México: Siglo XXI editores.
- CASANUEVA, R. (1990). *El Libro: su Diseño*. Santiago de Cuba: Oriente.
- CASANUEVA, R. (2010). *El libro y su diseño*. La Habana: Ciencias Sociales.
- CASTRO, E. R. (2006). El diseño está en el limbo. *La Gaceta de Cuba*, No. 2, marzo-abril. La Habana.
- DE JUAN, A. (2004). Diseño gráfico. *Mirar a los 60. Antología Cultural de una década*. La Habana: MNBA, catálogo.
- GARCÍA, M. (1989). *Diseño y Remodelación de Periódicos*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.
- GHINAGLIA, D. (2009). Taller de diseño editorial. *Actas de Diseño*. Encuentro Latinoamericano de Diseño. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo.
- GOMBRICH, E. (2004). La historia social del arte. *Gombrich esencial*. Madrid: Debate.
- GONZÁLEZ, R. (2007). El diseño gráfico cubano, una carrera de relevos. *Cuba gráfica. Una visión del Diseño Gráfico cubano*. La Habana: Casa de las Américas.
- IGLESIAS, R. A. (2003). *Algunas experiencias sobre diseño gráfico*. La Habana: Centro Fray Bartolomé de Las Casas.
- INSTITUTO CUBANO DEL LIBRO (2010). *Resumen estadístico*. La Habana: ICL, eBook.
- KAPR, A. (2001). *101 reglas para el diseño de libros*, ed. anotada por Misael Moya Méndez, Santa Clara, Ediciones Capiro.
- MARIÑO, J. (2006): Encuesta. *La Gaceta de Cuba*, No. 2, marzo-abril. La Habana.
- MENÉNDEZ, J. (2007). *Cuba gráfica. Una visión del Diseño Gráfico cubano*. La Habana: Casa de las Américas.
- MENÉNDEZ, J. (2006). Un poco de lo que hay y un poco de lo que hace falta. *La Gaceta de Cuba*, No. 2, marzo-abril. La Habana.
- MELLADO, A. (2011). 10 consejos para diseñar cubiertas efectivas. *Actualidad Editorial*. Observatorio de tendencias y noticias sobre edición, disponible en <http://www.actualidadeditorial.com/consejos-disenar-cubiertas-librerias-virtuales/>.
- MOLTÓ, E. (2006). Encuesta. *La Gaceta de Cuba*, No. 2, marzo-abril. La Habana.

- MOYA MÉNDEZ, M. (2012a). *Estudio de la calidad textual de publicaciones territoriales cubanas para el perfeccionamiento de los procesos de la edición ordinaria*. [Tesis doctoral en Ciencias Lingüísticas]. Santa Clara: Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas.
- MOYA MÉNDEZ, M. (2012b). La década editorial de Samuel Feijóo. En Colectivo de autores. *Sesenta años después. Crónicas de la Universidad de Las Villas, con formalidad y gracejo, mandadas a componer por el editor para su propio deleite y el de los bienaventurados que consigan alcanzar ejemplares*. Santa Clara: Editorial Capiro.
- MUKAŘOWSKÝ, J. (1977). Función, norma y valor estético como hechos sociales. *Escritos de estética y semiótica del arte*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S. A. [reed. (1987): *Estética. Selección de lecturas*. La Habana: Pueblo y Educación].
- POGOLOTTI, G. (2006): Una historia por contar. *La Gaceta de Cuba*, No. 2, marzo-abril. La Habana.
- RODRÍGUEZ-AGUILAR, J. L. (2014). *Diseño, diseñar, diseñado. Teorías, estrategias y procedimientos básicos*. La Habana: Letras Cubanas.
- RODRÍGUEZ-AGUILAR, J. L. (2012). En torno a la Editorial Feijóo: Entrevista al editor Dr. C. Misael Moya Méndez, inédito. La Habana (s/p).
- RODRÍGUEZ-AGUILAR, J. L. (2010): ¿Puede ser el diseño arte o técnica? *Revista de la Biblioteca Nacional José Martí*, 101 (3-4), 153-158, julio-diciembre. La Habana.
- RODRÍGUEZ-FERNÁNDEZ, M. del C. (2003). La labor editorial de Samuel Feijóo en la Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas (1958-1968). *ISLAS*, 45 (135), 117-144, enero-marzo. Santa Clara.
- SAMARA, T. (2007). *Design Elements. A graphic style manual*. Massachusetts: Rockport Publishers, Inc.
- VILLAVERDE, H. (2011). *Testimonios del Diseño Gráfico Cubano. 1959-1974*. La Habana: La Memoria.
- VITIER, C. (1975). Introducción. *Índice de la revista Islas (1958-68)*. La Habana: Instituto Cubano del Libro.