

Redefiniendo el diseño editorial

By Luciano Cassisi

Empujada por el desarrollo tecnológico, la especialidad más antigua y desarrollada del diseño gráfico necesita revisar sus límites.

La llamada «muerte del papel impreso» (*end of print* en inglés), hace una o dos décadas, abrió una discusión que a esta altura pareciera ya no tener mucho interés, porque ha quedado bastante claro que en las sociedades actuales, la impresión en papel seguirá resultando necesaria por bastante tiempo: la gráfica en papel no parece marchar hacia una desaparición inminente. En medio de esta transición que vivimos —que incorpora con bastante rapidez el soporte pantalla y, de a poco, va modificando los usos que le damos al soporte papel—, algunas de las áreas del diseño gráfico se han ido transformando. En este panorama surge la necesidad de construir un nuevo mapa de especialidades, ajustado a la realidad que ya estamos viviendo. Empecemos por revisar el área más tradicional del diseño gráfico: el diseño editorial.

Ediciones en papel y ediciones digitales

Cuando hablamos de diseño editorial, en general nos referimos mayormente al diseño de libros, periódicos y revistas en papel. Una concepción más amplia incluye también el diseño de manuales escolares, enciclopedias, reportes anuales de empresas y todo tipo de folletos paginados impresos en papel. Algunos de estos tipos de productos gráficos se siguen imprimiendo en papel pero han incorporado a la pantalla como soporte alternativo; otros prácticamente han dejado de imprimirse (como las enciclopedias y los reportes anuales de empresas, que han pasado a convertirse en servicios de información en la web). El ritmo al que avanza esta migración hacia la pantalla como soporte es variado.

En el caso del libro resulta curioso que el éxito del *ebook* no haya reducido el mercado del libro impreso en papel. Al día de hoy los dos formatos conviven y, mientras algunos lectores optan por leer libros en pantalla, otros jamás lo harán. También existe un grupo que consume simultáneamente los dos tipos de productos.

Para sus versiones digitales los diarios y algunas revistas han optado por el formato HTML y por los recientes sistemas de distribución por medio de quioscos virtuales, incorporados a los sistemas operativos de dispositivos móviles.¹ A pesar de que la publicación de noticias en la Web es una realidad que lleva muchos años, los diarios en papel siguen existiendo; en medio de una crisis, con muchos problemas, pero siguen existiendo. Mal que nos pese, todavía no podemos saber si desaparecerán algún día. De lo que podemos estar seguros es de que cada vez se edita y publica más, dado que las nuevas tecnologías facilitan y democratizan los

procesos editoriales. Y no sólo se publican más obras, sino que una misma obra se publica simultáneamente en diferentes formatos. Esto produce una nueva exigencia para el diseño editorial que es la posibilidad de controlar los flujos de trabajo, más allá de que el producto se imprima en papel o en diversos formatos de pantalla.

En el caso del libro vale la pena mencionar que ya existen servicios en la Web, pagos y gratuitos, que permiten, desde un simple navegador, generar proyectos de libros, diseñarlos, editarlos trabajando en forma colaborativa con autores y correctores, administrar versiones y traducciones e «imprimirlos» en todo tipo de formatos, sea para papel o para subir a tiendas de libros online (Apple, Google, Amazon, etc.).² Lo que propone este tipo de servicios es unificar el flujo de trabajo del libro impreso en papel con el del libro electrónico, para que cada edición del libro no implique repetir todo el trabajo de ajuste para cada formato (smartphone, tableta, papel, etc.). No cabe ninguna duda de que el diseño y la producción de libros ya no serán como antes.

Una perspectiva unificadora del diseño editorial

Independientemente de los cambios en los modos de producción editorial y de cuáles sean las posibilidades de supervivencia del papel, resulta curioso que, cuando los diseñadores hablamos de periódicos y revistas para quioscos de dispositivos móviles o de sus versiones web, en general no solemos incluir esos productos de pantalla en el área del diseño editorial. Es extraño que nos ocurra esto, porque si un ebook no es un producto editorial, ¿qué sería entonces? ¿En qué área del diseño deberíamos ubicar este tipo de productos? ¿Qué es una publicación como FOROALFA sino un producto editorial? ¿Será que el diseño de productos editoriales para pantalla requiere de cierto dominio de nuevas tecnologías y está dejando fuera a muchos diseñadores editoriales tradicionales? ¿Será que nos hemos inventado nuevas áreas con nombres absurdos que no terminan de instalarse, probablemente por evitar cometer el «sacrilegio» de invadir este territorio tan tradicionalista del diseño gráfico como es el diseño editorial? Lo cierto es que hoy nos enfrentamos a dos escenarios posibles:

- La desaparición del papel como soporte (muy improbable).
- La convivencia del papel con la pantalla.

En cualquiera de los dos casos, el diseño editorial deberá adaptarse a los tiempos e incorporar el nuevo soporte pantalla y todas las prestaciones que vienen aparejadas (conectividad, portabilidad, escisión de la gráfica respecto del contenido, personalización del contenido, interacción, etc.). Seguramente tendremos diarios, revistas y libros en papel durante muchos años más, pero no podemos seguir pensando el diseño editorial como un área del diseño exclusivamente vinculada al material papel, pues objetivamente ya dejó de serlo hace tiempo.³ Resulta evidente que el papel no es una característica de esta especialidad del diseño gráfico. Mucho más adecuado y realista será que busquemos su especificidad en las técnicas y saberes que ha desarrollado el diseño editorial a lo largo de la historia, que en

su mayoría resultan fundamentales para el diseño de ediciones para pantalla.

¿Hacia un nuevo diseño editorial?

El tradicional trabajo del diseño editorial tenía un carácter artesanal muy fuerte, que implicaba la recolección del material, la diagramación de la página y el ajuste caso por caso, obra por obra, página por página. Efectivamente, en el universo del diseño editorial tradicional, el «ajuste total» de los elementos gráficos, el alto refinamiento tipográfico y todo trabajo de carácter artesanal siempre fueron muy valorados. En cambio el producto editorial digital parece requerir del diseñador una concepción más industrial que artesanal, con mayor capacidad de proyección para pergeñar soluciones de diseño adaptables a contenidos no conocidos al momento de diseñar.⁴ Esto no necesariamente tendrá que llevar a la desaparición del trabajo editorial artesanal⁵ ni a la reducción de la calidad. Al contrario, es muy probable que la calidad tienda a mejorar en líneas generales, porque cada vez será menos necesario el diseño desde cero. Hoy mismo es muy común y eficiente el diseño a partir de plantillas pre-diseñadas (sobran soluciones de altísima calidad y refinamiento para cualquier sistema de edición Web), que en muchos casos garantizan un punto de partida mucho más alto que el nivel que pueden alcanzar por su cuenta una gran parte de los diseñadores.

De cualquier modo, todo parece indicar que abrir las puertas del diseño editorial a las ediciones digitales no resultará gratuito: implicará que el diseñador haga concesiones difíciles de digerir para algunos; entre ellas, aceptar que al día de hoy no sabemos todo lo que hay que saber sobre el tema y que de aquí en adelante nos será mucho más difícil mantenernos al día. No está de más decir que, cuanto más tardemos en abordar el tema, más lejos estaremos de incorporar los conocimientos y habilidades que nos harán competentes para ofrecer servicios de eso que, probablemente en pocos años, llamaremos «diseño editorial».

Published on 27/05/2014

-
1. Los quioscos de revistas electrónicas, que intentan resolver el problema de la gratuidad de los contenidos en la web, no parecen estar reemplazando a los quioscos tradicionales de revistas en papel.
 2. booktype.org es un servicio gratuito pero tiene su versión paga orientada a editoriales (bastante económica de todos modos).
 3. Un dato curioso de la realidad: todos los productos editoriales impresos en papel se diseñan en pantalla desde hace más de dos décadas.
 4. Decir que no es conveniente el ajuste artesanal de la pieza editorial en pantalla, debido a la necesidad de adaptación a diversos formatos, no implica que no sea posible el ajuste. Probablemente en un futuro muy cercano, ni siquiera sea necesario debido a que la misma tecnología, de la mano del hombre, se encargará de resolverlo.
 5. Seguramente siempre quedará lugar para el refinamiento tipográfico en el soporte papel, e incluso en un futuro muy cercano hasta resulte posible en la misma pantalla.



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/redefiniendo-el-diseno-editorial>

