



A NUESTROS LECTORES:

Del 29 de abril al 4 de mayo de 1985 CIESPAL realizó un seminario de "Comunicación para niños", que reunió alrededor de 40 especialistas de diferentes países latinoamericanos para analizar programas radiales y televisivos a fin de ofrecer recomendaciones para la formación de comunicadores y de productores de mensajes para niños. Dada la importancia del certamen el presente número de CHASQUI trata tan interesante tema.

El doctor Luis A. Proaño, refiriéndose a la investigación realizada por María Josefa Domínguez Benítez, efectuada en Bucaramanga (Colombia), sobre "Los niños y los Medios de Comunicación", plantea una serie de hipótesis que pueden servir de arranque para una ulterior y más perfilada investigación. Dichas hipótesis son las siguientes: los medios de comunicación social no propician la identidad nacional; los niños tienden a identificarse con los personajes ficticios que los presentan los medios de comunicación social; los medios de comunicación social refuerzan la agresividad y la violencia en los niños; la sociedad de consumo explota la mentalidad infantil creando en los niños necesidades ficticias; y, los medios de comunicación social contribuyen a presentar el dinero como supremo valor del hombre.

En la sección Entrevista tenemos a Valerio

Fuenzalida que se refiere a la recepción activa de la televisión y a Susan Benson quien trata sobre un género infantil diferente.

En la sección Ensayos contamos con los aportes de Jorge H. Jiménez Bernal sobre la música infantil; Celso Lara Figueroa respecto a cultura y juego infantil; Gian Calvi, quien presenta recomendaciones para la producción de mensajes impresos para niños; Reynaldo Pareja que se refiere al nuevo contenido temático del comic; y, Amable Rosario quien trata sobre la Radio y los niños.

En la sección Controversia, Luis A. Tejada y Martha Dujovne, afirman que la literatura infantil existente es foránea, proveniente de otros países del mismo continente o de España.

En la sección Experiencias tenemos la participación de Martha Acevedo, Dolores Carbonel Iturburu y María Teresa Sepúlveda.

En la sección Nuevas Tecnologías dos textos sobre la informática en un mundo en transformación.

El Departamento de Documentación de CIESPAL nos ofrece Fichas y Reseñas, sobre las publicaciones relacionadas con la comunicación para niños, tema central del presente número de CHASQUI.

Cordialmente,

Lincoln Larrea Benalcázar

Jorge Mantilla Jarrín

EN ESTE NUMERO:

2 EDITORIAL

- 2 Los medios de comunicación y los niños.
Luis E. Proaño

4 ENTREVISTA

- 4 La recepción activa de Televisión.
Valerio Fuenzalida
8 Hacia un género infantil diferente.
Susan Benson

10 ENSAYOS

- 10 La música infantil: algunos hechos y muchas conjeturas.
Jorge H. Jiménez Bernal
14 Cultura y Juego Infantil.
Celso Lara Figueroa
18 Mensajes Impresos para niños: recomendaciones para la producción.
Gian Calvi
24 El nuevo contenido temático del comic.
Reynaldo Pareja
28 La Radio y los niños.
Amable Rosario

32 CONTROVERSIA

- 32 La literatura infantil.
Luis A. Tejada y Marta Dujovne

39 EXPERIENCIAS

- 39 Radio Educación: dramatización y cotidianidad.
Martha Acevedo
44 Periodismo infantil: una área descuidada.
Dolores Carbonell Iturburu
48 Mundo Nuevo: La radio de los niños.
María Teresa Sepúlveda

52 NUEVAS TECNOLOGIAS

- 52 Electrónica e Informática en Argentina.
Comisión Nacional de Informática
56 Lineamientos de Política Informática.
Carlos María Correa

58 INVESTIGACION

- 58 Vivir y sentir la telenovela.
Luis Jesús Galindo Cáceres

62 ENSEÑANZA

- 62 Comunicacao e Educacao: caminhos cruzados.
Edvaldo Pereira Lima

65 ACTIVIDADES DE CIESPAL

69 NOTICIAS

72 DOCUMENTOS

83 BIBLIOGRAFIA

86 HEMEROGRAFIA

89 INGLES

90 FICHAS Y RESEÑAS

MENSAJES IMPRESOS PARA NIÑOS:

RECOMENDACIONES PARA LA PRODUCCION

Cuando hablamos del original en términos de proyecto gráfico o editorial, nos referimos al conjunto de componentes adecuadamente preparados para la reproducción y producción. Nos permitimos extender un poco este concepto del original, para que hablemos también de su valor y contenido creativos e individuales.

Nos gustaría analizar los aspectos inherentes a un original bajo cuatro puntos:

- Creatividad
- Individualidad y originalidad
- Sistemas de elaboración
- Aspectos técnicos

A lo largo de este artículo, analizaremos estos aspectos, preponderantemente bajo el punto de vista editorial, tomando en cuenta la figura del "editor" como la de quien coordina los esfuerzos de generar los insumos intelectuales y técnicos con el objetivo de lograr un producto gráfico compatible con las necesidades del cliente o del mercado. Pedimos entonces, que entiendan las palabras editor, publicación, proyecto editorial o proyecto gráfico, en su sentido más amplio y heterogéneo.

Nos gustaría también analizar estos puntos a partir de la realidad nuestra en América Latina. Hemos tenido la oportunidad de conocer a muchos profesionales del texto, la imagen, la edición, la empresa gráfica, la fotolitografía y la impresora en nuestros países. Todos vivimos una realidad que se ubica entre la Edad Media y el siglo XXI.

En todos nuestros países encontramos el genio del intelecto creador y

la tecnología más avanzada, pero al mismo tiempo, al mirar la producción gráfica y en particular la editorial, encontramos una calidad promedio bastante pobre, ya sea por problemas de insumos intelectuales (texto, diseño, ilustración), por fallas o equivocación en la producción gráfica (originales, fotolitos, papel, tintas, impresión), o por deficiencia en los sistemas de mercadeo, lo que ocasiona con frecuencia la muerte de un buen proyecto.

En todo este conjunto de soluciones y problemas, nos parece que los aspectos más descuidados en el proceso gráfico son los de la calidad del proyecto mismo: su originalidad, creatividad y adecuación a los equipos y medios económicos o técnicos disponibles. Ahora como punto base de calidad de un proyecto, hablemos de su originalidad.

Algunas ideas para estimular la originalidad o creatividad

La experiencia de trabajo nos enseña que por lo general se tienen pocas condiciones de tiempo para encontrar buenas soluciones para los problemas. En este poco tiempo sería ideal recorrer toda nuestra memoria y al mismo tiempo crear un proceso que estimule la generación de nuevas ideas.

Existe un principio, según el cual la cantidad de ideas es directamente proporcional a la calidad de la solución final. Por ejemplo, frente al problema de cambiar una publicidad para Coca-Cola, decidir la cena de la noche, preparar un proyecto editorial, es igualmente válida la adopción de un sistema

GIAN VITTORE CALV

Al plantear varias recomendaciones para la producción de mensajes impresos para niños, señala que muchos profesionales del texto, la imagen, la edición, la empresa gráfica, la fotolitografía y la impresora, viven una realidad que se ubica entre la Edad Media y el Siglo XXI.

similar, consistente en listar en un mínimo de tiempo un máximo de ideas posibles para este problema. Cuando hablamos de "ideas", no queremos decir que sea la mejor respuesta. Hablamos de listar alternativas que sean coherentes con el problema, lo cual requiere que se analicen las buenas y las malas soluciones. En un listado, tienen exactamente el mismo valor las buenas y las malas ideas, así como los aspectos positivos y negativos, los aspectos favorables y los desfavorables, los pertinentes y los no pertinentes. Si se es capaz de simplemente listar, sin analizar, con la mayor velocidad posible la mayor cantidad de alternativas, seguramente se tendrá al final una masa de informaciones que, por combinación, podrá llevar a cualquier persona a una determinada solución, la cual generalmente tendrá mayores posibilidades de ser más interesante y de mejor calidad.

En resumen, la aplicación de una técnica determinada en la búsqueda de soluciones, ofrece varias posibilidades y enseña que:

Cada problema que se enfrenta tiene, sin duda, infinidad de soluciones.

Una solución tiene mejores oportunidades de adecuación después de analizarla bajo múltiples alternativas y desde diferentes niveles y puntos de vista.

Lo ideal es que en la etapa de levantamiento de datos para el encuentro de una solución, se elimine la actitud crítica.

La experiencia nos enseña que para resolver problemas con buen nivel de creatividad se puede aplicar el "brain storming" con pequeños grupos de personas que simultáneamente generan ideas para un mismo problema y aplican un listado de alternativas (que puede realizarse previamente y a nivel personal). Es evidente que cuanto más alternativas se analicen, los resultados serán mejores.

La individualidad

En los campos del proyecto gráfico y editorial, el problema es, por una parte, aprender y adoptar determinadas técnicas que nos ayuden a lograr un nivel de calidad alto, y por otro lado, siempre en forma paralela, experimentar algo individual. La única oportunidad que tenemos de adelantar en este proceso, es elaborando un producto que cada vez más tenga aspectos de inventiva conteniendo un sello personal, y que el mismo responda a

características socio-culturales bien definidas. Cada día se progresa y se tiene acceso en todos los países a nuevas técnicas y equipos que aparentemente facilitarían el logro de óptimos resultados técnicos. Pero el problema continúa siendo la necesidad de obtener características individuales de identidad cultural, de individualidad del proyecto de la imagen y de la forma. Un camino indiscutiblemente ágil para lograr estas características, es el de plantearse alternativas diferentes de solución a cada problema y proyecto antes del inicio de cualquier trabajo, con la seguridad de que cuánto más alternativas se plan-

originalidad e individualidad, nos ayudaría a eliminar progresivamente las excesivas influencias foráneas. En esta forma podríamos llegar a entender y a convenirnos de que el único producto que interesa, tanto a nivel creativo, comercial y de mercado es aquel que tiene verdaderas características de individualidad al lado de una calidad técnica, y que esta calidad se logra sobre decisiones tomadas en forma sistemática y desde el comienzo de cada trabajo.

Es muy común encontrar en América Latina copias casi calçadas de proyectos con características de forma, expresión, ambientación, diseño y colo-



teen, mejor calidad podrá obtenerse. Si a este elemento se le adiciona una buena crítica de diferentes fuentes, tanto más posibilidades tendríamos de liberarla de preconcepciones de toda índole.

Observamos en América Latina una peligrosa actitud de imitación a los modelos de sociedades más prósperas. Muchos creativos e industriales encuentran en la copia el camino aparentemente más seguro. Se olvidan que a mediano y largo plazo los espacios mejores y más seguros del mercado serán ocupados por los "dueños" de la idea.

La adopción y búsqueda de un sistema y una actitud permanente de

rido, que corresponden al Walt Disney de hace 30 años, muchas veces sin ninguna relación no solamente con América Latina, sino con el mismo público interesado. Este aspecto nos hace pensar muy seriamente en la necesidad que existe de trabajar el problema con los editores, quienes deben cambiar de actitud y estimular a los creativos para que propongan proyectos nuestros antes de acogerse a estilos preestablecidos.

Es recomendable conocer el público al cual nos dirigimos y el objetivo del proyecto. Pero no debemos perder de vista un espacio más amplio de audiencia para el mismo. Es recomendable

entonces que, al plantearse un proyecto, se intente imaginar todas las posibilidades de público y de mercado a nivel nacional e internacional. Debe pensarse que cada ilustración puede ser una página de libro, un empaque, parte de un audiovisual, un diseño para papel de carta o una tarjeta, y que puede interesar a nuestro público y al lector de otro continente.

Relación entre autores, editores, fotolitos e imprenta

Proponemos la adopción de un sistema que permita que el proyecto gráfico sea al final, fruto del esfuerzo común entre el editor, el autor del texto, el autor de las ilustraciones y de todas las personas que participan en la producción gráfica (selección de colores, fotolitos, impresión y acabado).

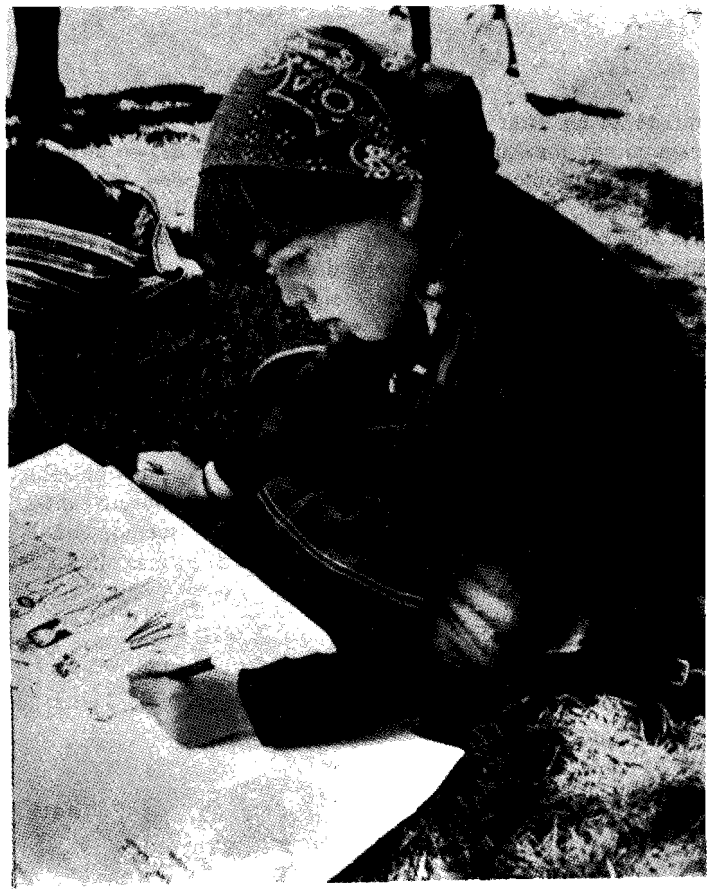
Observamos que el proyecto gráfico o editorial gana mucho en contenido y calidad cuando, en el proceso de creación y producción, el editor organiza reuniones con el autor del texto, el autor de las ilustraciones, el diseñador (si éste existe en la empresa) y con los encargados de los fotolitos y de la impresión. El objetivo de las reuniones es el de discutir todas las características de la edición: todos los aspectos que directa o indirectamente pueden mejorar la calidad, reducir los costos del proyecto y, al mismo tiempo, precisar las fechas de su producción y distribución y las formas de promoción del mismo.

Reunión de Creación y de Proyecto Gráfico

Cuando el editor, el autor del texto y el de las ilustraciones analizan el proyecto punto por punto y establecen los cortes del texto para determinar las páginas o caras en las cuales se distribuirá el mismo, así como los aspectos y puntos por ilustrar.

Una vez indicadas las divisiones, puede en este momento definirse el cuerpo y tipo de letra, los espacios de la página que se dedicarán al texto y aquellos para las ilustraciones.

En este nivel de creación, se hace necesario el análisis detallado del texto para que el editor y el ilustrador se adentren en todo lo que el autor del texto imaginó y quiso transmitir. Aquí será igualmente importante que el autor dé al ilustrador sus propias ideas sobre la ilustración de su texto, a partir de las cuales el ilustrador tendrá un punto de partida para la concepción y discusión de su trabajo. En este in-



tercambio de ideas y sugerencias, se requiere una actitud muy abierta, humilde y profesional de parte del autor y del ilustrador para que se ofrezcan el máximo de ideas y que el texto sea el punto de partida para la creación de la ilustración. Durante la reunión debería el ilustrador adelantar pequeños bocetos para proponer el diseño de la página. Al respecto, tanto el autor como el editor, deben dar al ilustrador todas las orientaciones e instrucciones posibles sobre las imágenes, tales como aspectos sociales y raciales, la flora y fauna y demás características que, a su juicio, debería contemplar o serían deseables en la respectiva ilustración, independientes del propio estilo del ilustrador.

El análisis de los aspectos de promoción y venta puede influir en los as-

pectos de creación y de producción. Por ejemplo, al imprimir una arátula, pueden utilizarse tiras de papel sobrante que se utilizarían como marcadores de libros y como material promocional del mismo libro; en algunos casos, al hacer la división del texto para distribuirlo en las páginas, sobran algunas veces espacios en alguna página y ellos pueden ser utilizados para promocionar otros libros o proyectos. El proyecto gráfico, con los bocetos de cada una de las páginas o caras, que el ilustrador presentará al editor, puede servir para la promoción que él haga ante otros editores en la búsqueda de otras ediciones, de coediciones, o como material promocional ante las agencias de divulgación.

Los editores deberán entregar a cada uno de los participantes en esta reunión, principalmente al ilustrador y a los encargados de la producción gráfica, una hoja de instrucción, la cual debería registrar todos los criterios y políticas del editor: qué pretende con este proyecto, qué posiciones de mercado se ocuparán, cuáles son las características conceptuales y filosóficas. En cuanto al proyecto en estudio, el editor debería indicar elementos tales como: a qué público se dirige, elementos deseables para ser enseñados por la ilustración, tales como aspectos raciales, de identidad cultural, valores de complementariedad o de ampliación de la información contenida en el texto. También debe indicar

“Es muy común encontrar en América Latina copias casi calcadas de proyectos con características de forma, expresión, ambientación, diseño y colorido, que corresponden al Walt Disney de hace 30 años”.

con claridad los detalles de tamaño, número de páginas, colores, que se utilizarán, cubiertas, carátulas o portadas, portadillas, páginas preliminares de información bibliográfica, de créditos y de copyright, tipo de papel, número de tintas, mancha, tipo y cuerpo de letra, acabado, material de promoción, sus características, etc. Se indicarán las fechas de producción para conclusión de bocetos, artes finales, fotolitos e impresión.

Finalmente, estas instrucciones del editor, deben referirse también a cómo presentar el arte final. Es común que el ilustrador conozca bien su trabajo y las técnicas de la ilustración, pero muy poco las técnicas de impresión y de producción gráfica del libro. El editor debe darle las bases sobre las características elementales del original, tales como la pauta sobre el tamaño del mismo (idealmente 1 x 1), la calidad del papel en el que deben entregarse los originales (siempre en papel flexible), la necesidad de evitar "collages" o mezclas de materiales y de no utilizar tintas brillantes o fosforescentes, etc. Por el momento, es necesario insistir en la importancia de entregar estas instrucciones y de realizar la primera REUNION DE CREACION, en la cual se plantean todos los aspectos conceptuales de la editorial, y del proyecto gráfico, además de las técnicas de producción y de promoción.

Reunión de Evaluación del Proyecto Gráfico

En esta reunión, el ilustrador o diseñador, entregará a la editorial, en las fechas que se le establezcan, un proyecto gráfico de cada página o cara y del proyecto como conjunto con una ilustración en arte final. Cuando se habla de proyecto gráfico se hace referencia al diseño de la página o cara y al boceto de la ilustración, ésta suficientemente detallada para que se entienda fácilmente qué es o cuál será la ilustración final, así como la relación texto-ilustración. Es deseable que se adopte como sistema de trabajo, un proyecto que corresponda al dummy (en inglés), maqueta (en español), o a la "boneca" (en portugués) que sea en tamaño 1 x 1 en línea. Una manera muy práctica y sencilla de hacerlo, es dibujarla en papel cebolla o papel transparente y después sacar copias. Estas copias montadas constituyen la maqueta, que da una idea muy aproximada del proyecto final, con detalles como el del tamaño de la letra, la posición de los títulos y la relación del diseño. Esta maqueta sirve también

para los trabajos de promoción de coediciones.

A través de la maqueta, ya podrán el autor del texto y el editor, saber si el ilustrador logró crear, a través de sus ilustraciones alguna otra información que complementa y amplía el texto o el proyecto, recogiendo características culturales del medio al cual se refiere el texto y al cual está dirigido el proyecto e interpretando correctamente el sentido y el "clima" del texto, y si logra emocionar o conquistar al lector o al público.

"Se observa una peligrosa actitud de imitación a los modelos de sociedades más prósperas... Muchos creativos encuentran en la copia el camino más seguro."

Además podrá apreciar el editor si el proyecto en su aspecto final es una "buena edición" y el mismo podría estar en un buen nivel de competencia frente a otros del mercado. Uno de los puntos de evaluación de este elemento es el equilibrio que el ilustrador pueda dar a las páginas entre sí, conservando una relación de secuencia entre ellas, y el valor absoluto de cada una por separado. Cuidado especial deberá tener el editor en verificar si el ilustrador ocupó más o menos el espacio que se le indicó o que se acordó con él, en relación con el dedicado al texto impreso, y si se

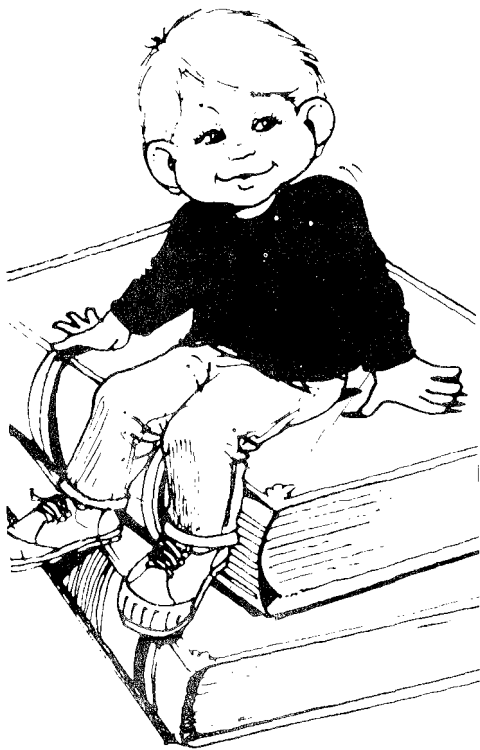
logró el equilibrio entre los dos elementos, ilustración más texto, en el espacio-página.

A partir de esta evaluación y revisión, el editor ordena la levantada a composición de los textos y el ilustrador hace entre tanto las artes finales. Es ideal que el ilustrador reciba una fotocopia de la primera prueba del texto compuesto, para que al hacer las artes finales tenga más aproximación al texto definitivo y pueda ocupar los espacios en la mejor forma posible.

Presentación de Artes Finales

Deben tomarse en cuenta algunas consideraciones de carácter general que se aplican a cualquier tipo de arte final para que ellas no presen-





ten problemas de reproducción. Entre estas consideraciones tenemos:

Las artes finales deben ser siempre que sea posible, del mismo tamaño del impreso final, lo cual evita sorpresas en la ampliación o en la reducción. En caso de no ser posible esta presentación 1 x 1 se observa que por lo general la ilustración de menor tamaño mejora en la ampliación.

En forma generalizada, las escuelas de diseño tienden a estimular en el ilustrador la idea de hacer ilustraciones muy grandes para después reducirlas, en la convicción de que es mejor la presentación en grande y, que después, al reducir, reflejan mejoría. Consideramos que ocurre todo lo contrario, porque cuando se reducen, todos los colores y las texturas se "empastelan" y se pierde mucha nitidez. Son muy pocas las técnicas que mejoran con la reducción. Por lo tanto, siempre que sea posible, debe dibujarse 1 x 1.

Al dibujar, debe tenerse en cuenta el uso del papel flexible. La utilización de material rígido impide la reproducción en equipos "SCANNER" o similares, a no ser que se le haga antes una reproducción en película, transparencia positiva tipo EKTACROME. Pero esta solución tiene un costo adicional que bien podría evitarse utilizando directamente el material flexible. A partir de él, pueden utilizarse todas las formas de reproducción existentes.

La hoja de papel donde se ilustra no debería ser nunca superior a las di-

mensiones del cilindro del SCANNER. Si se utilizan tamaños superiores a éste, la selección de color podría hacerse solamente en equipos planos de reproducción, o reproduciendo una película (transparencia positiva) y llevando ésta al SCANNER.

Con respecto a las tintas que se usan en la ilustración, deben evitarse las brillantes y las fosforescentes. Todos los colores metálicos, brillantes, así como los relieves en la ilustración, crean numerosos problemas en la reproducción y, aún si se logra reproducir, crean colores falsos. Es un error aplicar a los originales barnices o cualquier tipo de "spray" protector brillante, porque crean también problemas de reproducción. Hay algunas tintas o colores que no reproducen bien. Por lo general algunos naranjas y verdes son bastante problemáticos para la reproducción a 3 ó 4 colores.

Es siempre deseable que los originales sean opacos y que el papel en el cual se haga la ilustración sea opaco y no muy "texturado", porque es probable que esta textura se reproduzca, (excepto cuando se desea hacer aparecer esta textura en la reproducción). Por ejemplo, en los originales pintados en papel acuarela con textura muy intensa, el original es muy bello, pero al reproducirlo las texturas aparecen en las partes blancas. Si se imprime este original en un papel blanco que no tiene ningún tipo de textura, puede hacer un contraste que no favorece en nada la reproducción con respecto al original.

Es importante también que no se mezclen en la ilustración técnicas ni materiales; en caso de tener que hacerlo, el ilustrador debe estar seguro sobre el resultado final de esta mezcla y sus posibilidades de reproducción. De ahí la importancia de que el ilustrador hable con los responsables del fotolito, sobre la técnica que piensa usar en los originales, escuche sus consejos y así tenga una previsión de los resultados finales. Si es un trabajo grande, como libros de texto, enciclopedia o colecciones de libros en los cuales se van a utilizar las mismas técnicas, es útil que se haga una selección de color de una página, como prueba, para observar desde el primer momento todos los posibles problemas que podrían presentarse en la producción y corregirlos en las artes finales posteriores.

Los principales tipos de artes finales para la ilustración son:

Originales pintados a todo color u originales en película positiva transparente (ektacrome, fujirome, etc.).

Originales en blanco y negro con aplicación de trama. Esta trama puede ser para una, dos, tres o cuatro tintas. Dibujos en negro línea o medio tono, con aplicación de trama para cada uno de los otros colores.

Originales con el negro separado de otros colores. Para artes bicolors, tricomía o cuadricomía, una técnica muy adecuada es dibujar el negro en papel base, y en la otra cara del mismo papel dibujar el segundo color, o los colores. Otra posibilidad es hacerlo también en overlay, por selección manual de cada color, pero esta segunda alternativa tiene como desventaja que el papel de base y el overlay no tienen la misma estabilidad y pueden crear problemas de registro. En la proporción directa en que el artista domine con propiedad esta técnica, sería importante que la línea del diseño fuera suficientemente gruesa como para compensar cualquier probabilidad de fuga de registro (línea 04-08).

Originales a dos colores. A dos colores se puede diseñar en línea + medio tono (pintado) o ilustrado, medio tono + medio tono, Línea + aplicación de tramas (medio tono plano). La misma variedad se aplica a originales de 3 o 4 colores.

Reproducción de originales pintados. En originales a todo color, para la selección de colores, el artista debe evitar en la ilustración contornos con tinta negra, porque la línea negra pintada o diseñada se reproduce en todas las tintas.

Si el ilustrador dibuja con tinta china o negra y después le aplica acuarela o témpera, este color negro, al ser fotografiado en los cuatro colores, es reproducido y seleccionado en todos los colores, porque, para efectos fotográficos, él sería la suma total de todos los colores. Lo mejor es que esta línea sea dibujada en otro color, como el

Se requiere una actitud muy abierta, humilde y profesional de parte del autor y del ilustrador para que se ofrezcan el máximo de ideas y que el texto sea el punto de partida para la creación de la ilustración.

El análisis de los aspectos de promoción y venta puede influir en cuestiones de creación y de producción.

marrón o el azul, para que se seleccione a 3 o 2 tintas y al imprimirse se tengan mejores posibilidades de una reproducción nítida y limpia. Es fácil entender que si se dibuja en negro y este color es reproducido en todos los colores, al imprimirse se superpone la impresión de la misma línea 4 veces (en el caso de 4 colores) y probablemente esta línea se engruesa, pierda su nitidez y tenga una gran probabilidad de fuga de registro en la impresión.

La parte del texto o de información escrita no debe ser nunca aplicada directamente en la misma ilustración. No debe olvidarse que cualquier proyecto editorial, podría ser publicado en otro idioma. Por esta razón es importante que la primera selección de color sea solamente de la ilustración sin nada de texto. Todos los textos y letreros deben montarse siempre en un "flap" o en un "overlay" que por lo general es un papel o acetato transparente y grueso, el cual debe tener la máxima estabilidad posible. Sobre este papel se montan todos los textos o se dibujan los letreros o partes de la ilustración en línea.

Entre el original y el "flap" deben señalarse todas las líneas de registro, para que cuando se fotografíen los dos originales por separado en el fotolito, pueda el montador sin problemas ubicar claramente el texto en relación a la ilustración.

Las páginas de las artes finales deben ir numeradas, para facilitar su manejo.

En la parte posterior de cada hoja de papel de las artes finales, debe escribirse el título del proyecto al cual corresponde la ilustración, el nombre de la editorial, el nombre del autor del texto y el del ilustrador y el número de páginas.

Para la protección del original, éste o éstos deben ser entregados en la imprenta debidamente protegidos con un sobre de plástico transparente, lo cual evitará que le ocurran accidentes

comunes en una imprenta, desde una tinta que pueda caer sobre el original, hasta el polvo que las ensucie.

A pesar de hacerse las ilustraciones en papel flexible, deben entregarse debidamente protegidas con sobre o con cartones rígidos para que no se doblen.

Cuando se entrega al original al fotolito o a la imprenta, debe solicitarse un recibo para que se caracterice la responsabilidad de la utilización de este original. Los originales, una vez reproducidos, deben ser devueltos al ilustrador a quien pertenecen, salvo en los casos en que se ha hecho un arreglo distinto con el editor o el cliente. Recomendamos al ilustrador hacer lo posible por conservar sus originales, puesto que, además de ser su materia prima de trabajo, podrían tener futuras utilidades alrededor del mismo libro para el cual fueron realizados, y para otros fines de utilización en producción de materiales audiovisuales, afiches, papelería, etc, y también para exposiciones y muestras de ilustradores, talleres de trabajo entre profesionales del diseño y la ilustración, etc.

La reproducción y el fotolito

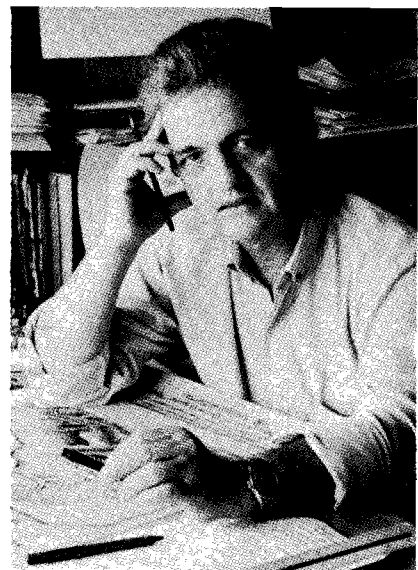
Definición de la trama que será utilizada: si el libro va a ser impreso en un papel de buena calidad, se pueden utilizar tramas de 133-150 líneas por pulgada. Si se utiliza papel offset de baja calidad, es más recomendable bajar la trama a 120 líneas o menos.

Antes de solicitar el fotolito, debe definirse el tipo de papel que se utilizará en la impresión, para que las pruebas sean presentadas por la empresa que hace los fotolitos, en la misma calidad de papel que se utilizará en el libro. En algunos países las editoriales no acostumbran a exigir del fotolito una prueba en papel, pero tienen pruebas en "cromaline" o en "colorkey" que no son tan claras para efecto de revisión y análisis, como lo son las de papel.

La base de un buen fotolito es de todas maneras un buen original. Si este último es limpio, no tiene tintas mezcladas, ni arrugas y tiene colores coherentes con las escalas gráficas, muy probablemente se tendrá una buena reproducción.

Cuando se solicite la selección de color, debe explicarse al encargado del fotolito la secuencia de pánas, la posición del texto y los colores que se desean. Se le solicitará una prueba para análisis, la cual deberá ser revisada por el ilustrador y el editor. A partir de ella se le harán las correcciones necesarias a la película. Si es necesario se solici-

tará una nueva prueba y esta segunda prueba, con las escalas de color, serán el material de base para la impresión. También esta prueba debe pedirse en el mismo tipo de papel y las mismas tintas que se utilizarán en la impresión del libro y deberán reproducir lo más cerca posible, las condiciones de reproducción del libro.



GIAN VITTORE CALVI, artista gráfico, ilustrador y diseñador italiano, radicado en Brasil, con formación profesional en Programación Visual y Diseño adquirida en la Escuela Técnica Nacional, de Río de Janeiro y en la ESDI, de la misma ciudad. Posee larga experiencia en el planteamiento, diseño y ejecución de proyectos de comunicación visual.

Es Asesor de Arte de la Casa de Moneda do Brasil, Asesor en Comunicación de UNICEF y colaborador de numerosas empresas en estos campos.

Ha desempeñado actividad docente como conferencista y coordinador de numerosos cursos-talleres y como asesor de UNESCO, CERNAL y PILI. Ha merecido numerosas distinciones y premios a nivel nacional e internacional.