

5

**MENSAJES IMPRESOS
PARA NIÑOS**

Varios

Primera Edición
Octubre de 1985

Este libro ha sido publicado bajo los auspicios del Ministerio Holandés para la Cooperación al Desarrollo.

Derechos reservados, según la Ley de Derechos de Autor expedida mediante Decreto Supremo No. 610 de 30 de julio de 1976. La reproducción parcial o total de esta obra no puede hacerse sin autorización.

PRELIMINAR	7
-------------------	----------

**APUNTES SOBRE COMUNICACION Y
EDUCACION**

<i>Por Daniel Prieto Castillo</i>	9
-----------------------------------	----------

INTRODUCCION	11
EL DISCURSO DOMESTICADO	13
NUESTROS PUBLICOS CAUTIVOS	17
LOS MODELOS DE INFLUENCIA	21
CAMINOS DE LA PERCEPCION	25
LA PERCEPCION DE SUSTITUTOS	34
LA FIESTA DEL LENGUAJE	40
EL GOCE PERCEPTUAL	46
EL APRENDIZAJE DE LENGUAJES	49
RECURSOS VERBALES	54
RECURSOS ICONICOS	57
LO IMAGINARIO	62
CONCLUSIONES	65
BIBLIOGRAFIA CITADA	68

PERIODISMO INFANTIL

<i>Por Dolores Carbonell Iturburu</i>	71
---------------------------------------	-----------

PERIODISMO INFANTIL, UNA EXPERIENCIA PERSONAL	73
TIEMPO DE NIÑOS	79

CHISPA, PRIMERA REVISTA CIENTIFICA INFANTIL EN MEXICO	82
CRITERIOS PERIODISTICOS PARA UNA PUBLICACION INFANTIL	87
EL LENGUAJE DE LA PRENSA INFANTIL LOS CONTENIDOS	92
DE LA PRENSA INFANTIL	94
CONCLUSIONES	98
TLAHTOL PILCAYOTL	100
LA ENTREVISTA Y EL REPORTAJE COMO MEDIOS DE CONOCIMIENTO	103
LIBROS PARA NIÑOS	
<i>Por Luis A. Tejada</i>	107
PREAMBULO	109
BASES TEORICAS	113
SITUACION DEL LIBRO INFANTIL EN AMERICA LATINA	119
PROPUESTAS DE TRANSFERENCIA	131
ORIENTACIONES	136
CITAS	139
CULTURA Y JUEGO INFANTIL	
<i>Por Celso A. Lara Figueroa</i>	141
INTRODUCCION	143
CULTURA OFICIAL Y CULTURA POPULAR	145
LA CULTURA POPULAR	147
LOS JUEGOS	150
DIBUJAR PARA NIÑOS	
<i>Por Mónica Doppert</i>	155
INTRODUCCION	157

LA IMAGEN EN LOS LIBROS PARA NIÑOS	158
EL PAPEL DE LOS ILUSTRADORES DIBUJAR ES INTERPRETAR	160 165
LA ILUSTRACION DE UN RELATO GUAJIRO	167
RECOMENDACIONES PARA LA PRODUCCION <i>Por Gían Calvi</i>	175
INTRODUCCION	177
LA CREATIVIDAD	179
LA INDIVIDUALIDAD	183
SISTEMAS DE ELABORACION	187
PRESENTACION DE ARTES FINALES	193
EL BANCO DEL LIBRO <i>Por Carmen Diana Dearden</i>	201
INTRODUCCION	203
EL ORIGEN	204
LOS PROPOSITOS	206
LA EXPERIENCIA	209
RECOMENDACIONES	212
LA FIESTA DEL CONOCIMIENTO <i>Por Marta Dujovne</i>	215
INTRODUCCION	217
LA INFORMACION	219
INFORMACION HISTORICA	221

RECOMENDACIONES PARA LA PRODUCCION

Gian Calvi

INTRODUCCION

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 contexto 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:

1. Creatividad
2. Individualidad y originalidad
3. Sistemas de elaboración
4. Aspectos técnicos

A lo largo de esta charla, 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 del 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 fotolitográfica 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.

LA 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.

Observamos que para lograr el máximo de alternativas en un mínimo de tiempo, es necesario adoptar algún sistema de registro de estas alternativas, asociado a la ausencia (si es posible, total) de cualquier tipo de restricción crítica, auto-crítica y opinión definida. Esto quiere decir que personas totalmente capaces de abrirse o ser receptivas a cualquier alternativa, pueden, con más facilidad, generar más ideas para un mismo problema.

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 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.

Por lo tanto, se hace necesario proponer un método y sistema de trabajo que capacite al individuo, para analizar problemas frente a varias alternativas, antes de "solucionarlos". Si adoptamos un método de trabajo, por análisis cuantitativo, siempre habrá una excelente solución. Es natural que quien sea más informado y sea capaz de aplicar estos ejercicios con mayor intensidad, logrará un índice más elevado de resultados.

Igualmente quien tenga una cultura más amplia, será capaz de generar e interpretar más adecuada y rápidamente los listados de alternativas.

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

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

- b. Una solución tiene mejores oportunidades de adecuación después de analizarla bajo múltiples alternativas y desde diferentes niveles y puntos de vista.
- c. 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. Para lograr esto, es necesario eliminar todo tipo de autocensura y de prejuicios de carácter moral, social, sexual, religioso, artístico, etc. De esta manera se asegura que se está abierto a cualquier tipo de información. Estar abierto significa estar receptivo y ser capaz de aportar información, sin analizar previamente y sin determinar si esta interesa o no. Si establecemos criterios selectivos de entrada, eliminamos un alto porcentaje de posibilidades de encontrar soluciones adecuadas. Estos ejercicios de listado y "brain storming" nos enseñan alternativas de solución que en principio serían consideradas inapropiadas, pero que muchas veces resultan ser las adecuadas. Un "brain storming" es más efectivo con grupos de más o menos 5 personas. Cada persona genera el máximo posible de ideas, sin ningún tipo de restricción o censura. En muy poco tiempo pueden soltar una cantidad inmensa de información. Si el grupo usa una grabadora y escucha al final la charla, encuentra sin duda un número de elementos que han sido comunes a todos los participantes y que muchas veces pueden ser 3 o 4 palabras que le muestran al grupo este sentido común.

Para que un "brain storming" sea eficaz, es fundamental que ninguna de las personas del grupo adopte ningún tipo

de elogio ni de rechazo, porque cualquiera de las dos condiciona la actitud, inhibe la posibilidad de expresarse y disminuye la probabilidad de selección de alternativas. Si durante su realización se bloquea la producción de ideas, es recomendable no parar y tratar de observar objetos, situaciones o ambientes que lo rodean y que aparentemente no tendrían nada que ver con el problema, registrándolos, porque se ha comprobado que muchas veces estas palabras o ideas evidentemente absurdas, son puentes para continuar generando ideas.

En definitiva, esta es una forma de trabajo sumamente útil, especialmente en el momento de plantear proyectos y de encontrar soluciones. Es especialmente aplicable para el trabajo de grupos.

Personas que se disciplinan en esta práctica, deben llegar a listar entre 200 y 300 alternativas por cada 10 o 15 minutos. Se recomienda, en consecuencia, ocupar por lo menos algunos minutos por día, y listar alternativas de solución para los diferentes problemas y, siempre que sea posible, realizar reuniones tipo "brain storming".

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 siempre algo individual. La única oportunidad que tenemos de adelantar en este proceso, es elaborando un producto que cada vez tenga aspectos de inventiva conteniendo un sello personal, y que él 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 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, cuanto más alternativas se planteen, mejor calidad podrá obtenerse. Si a este

elemento se le adiciona una buena crítica de diferentes fuentes, tanto más posibilidades tendríamos de liberarla de preconceptos de toda índole.

Es evidente que la individualidad se adquiere a través de los valores culturales, locales, familiares, de la naturaleza, del medio, de las características del país y de muchos otros aspectos que componen el entorno personal o de la empresa. Pero también es evidente que debemos buscar siempre una característica de individualidad, nuestra propia manera de hacer, de interpretar, de ver. Es recomendable que en los ejercicios de "brain storming" y de listado de alternativas, se recurra a todo lo que es memoria personal, puesto que probablemente no existe nada más original para un individuo que su propia experiencia personal, porque ésta es única. Todo lo que es cultura familiar, cultura individual (casa, calle, barrio, ciudad), cultura de grupo (social, religioso, política o racial), está integrado al individuo y es necesario tenerlo en cuenta como punto de partida y materia prima de un proyecto.

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.

Paralelamente con este comportamiento alienado del industrial o del creativo latinoamericano, observamos en eventos internacionales que los europeos y norteamericanos están siempre tratando de encontrar soluciones en donde el proyecto, el diseño y la ilustración reflejen la identidad cultural del país de origen. Igualmente apreciamos que los modelos que se copian son de segunda o tercera mano y a mucha distancia en tiempo y en espacio de la época en que se produjo el original. Es penoso observar que la mayoría de las escuelas de diseño gráfico y áreas afines continúan aferrados a la copia de modelos de otras culturas y se olvidan de analizar

el propio entorno.

Otro aspecto fundamental es que la escuela debe ocuparse fundamentalmente del estímulo a la expresión individual y ser capaz de ayudar al creador a encontrar su medio adecuado de expresión.

La adopción y búsqueda de un sistema y una actitud permanente de originalidad e individualidad, nos ayudaría a eliminar progresivamente las excesivas influencias foráneas. En esta forma podríamos llegar a entender y a convencernos 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 calcadadas de proyectos con características de forma, expresión, ambientación, diseño y colorido, que corresponden a 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. Esto sería promoviendo una gran conciencia colectiva entre los mismos generadores de insumos intelectuales y entre los sectores de producción. Esto exige mantener una actitud de apertura permanente al conocimiento y al análisis de la producción de buena calidad en el extranjero, pero esta debe ir acompañada también de una actitud de observación consciente de los elementos propios del entorno nuestro, con lo cual estaremos en condiciones de inventar nuestro propio modelo que se beneficiará de todo lo conocido en otras culturas, asociado a nuestro sello personal. Debemos observar el trabajo del artesano, y el color de la tierra, el tipo de árboles, nuestra cultura personal y familiar, etc. Debemos lograr como punto de equili-

brio un producto que tenga interés y valor internacional, que pueda llegar a cualquier ser humano, pero exactamente a partir de nuestra individualidad y no a partir de la copia de modelos ajenos a ella.

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.

El mercado latinoamericano es suficientemente amplio como para ser ocupado por ideas de interés latinoamericano. Cada vez más, nos parece oportuna y necesaria una actitud de trabajo en común para la elaboración y producción de proyectos con vistas a un mercado nacional, regional e internacional.

En cualquiera de las alternativas, debemos analizar cuidadosamente las características de producción, mercadeo, promoción y divulgación, para lograr todas las posibilidades de éxito de un proyecto y obtener el máximo de vida útil, el mayor público posible y una óptima rentabilidad, asociando estos elementos a todas las características de creatividad y de expresión de valores culturales auténticos.

Observamos que, por lo general, el industrial de las artes gráficas y los editores en América Latina, asumen una actitud de inversión muy tímida hacia proyectos autóctonos. Los invitamos pues, a que reflexionen sobre esta actitud y sobre las ventajas de dedicar parte de sus recursos y tiempo a generar proyectos y productos propios.

SISTEMAS DE ELABORACION

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 este 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.

3.1. 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 intercambio 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 además características que a su juicio debería contemplar o serían deseables en la respectiva ilustración, independientes del propio estilo del ilustrador.

Es muy importante también que se estudien y discutan las posibilidades de promoción del proyecto, análisis que puede facilitar el mejor uso posible del diseño o de las ilustraciones para apoyarla, (si es posible con la participación de los responsables del sector de marketing de la empresa).

El análisis de los aspectos de promoción y venta puede in-

fluir en los aspectos de creación y de producción. Por ejemplo, al imprimir una carátula, 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.

Esta primera reunión es por consiguiente informal, y de ella debería nacer el proyecto en su concepto global, con todos sus componentes y posibilidades de llegarle al lector o al público final.

Es evidente que si todas las personas que participan en los procesos de creación, producción y difusión participan en esta reunión, todo el conjunto del proceso mismo, gana en calidad. En primer lugar, es probable que el autor del texto tenga aquí la posibilidad de hacer un análisis crítico de su obra a la luz de aspectos que probablemente no pensó en otro momento y que le permitirían mejorar algunos detalles. El ilustrador, por su parte, tiene también la oportunidad de conocer en detalle la obra, para quién, cómo y cuándo se producirá; todo esto le dará sugerencias sobre el sentido lógico de la ilustración con respecto al texto, sobre su coherencia y sobre la posibilidad de que tanto el texto de la obra como sus imágenes se integren y conserven su propio valor.

Es importante identificar si el ilustrador invitado por el editor es o no, la persona indicada para ilustrar el proyecto.

La presencia de esta reunión de las personas a cargo de los fotolitos y de la impresión, garantiza que se reducirán y obviarán los problemas técnicos de la producción final del li-

bro, dando sus sugerencias y orientaciones en forma oportuna y facilitándole al editor, a su vez, la oportunidad de prever con mayor precisión los aspectos económicos de la edición.

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 con 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 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, fotolito e impresión.

Como se mencionó antes, durante la reunión deben determinarse los cortes del texto y el punto ideal de cada corte, sin olvidar que el diseño depende de la combinación de estos cortes, de una distribución adecuada y del número de páginas o caras.

Finalmente, estas instrucciones del editor, deben referirse 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 ta-

maño 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.

3.2. 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 amplíe 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.

Además podrá apreciar el editor si el proyecto en su aspecto final es una "buena edición" y él 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 o composición de los textos y el ilustrador hace entre tanto los 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 puedan ocupar los espacios en la mejor forma posible.

PRESENTACION 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 presenten problemas de reproducción. Entre estas consideraciones tenemos:

4.1. 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.

4.2. 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.

4.3. La hoja de papel donde se ilustra no debería ser nunca superior a las dimensiones del cilindro del SCANNER. Si se utilizan tamaños superiores a este, la selección de color podría hacerse solamente en equipos planos de reproducción, o reproduciendo una película (transparencia positiva) y llevando ésta al SCANNER.

4.4. 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 o 4 colores.

4.5. 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 ha-

cer un contraste que no favorece en nada la reproducción con respecto al original.

4.6. 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 textos, enciclopedias 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.

4.7. Los principales tipos de artes finales para la ilustración son:

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

4.7.2. 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.

4.7.3. Originales con el negro separado de otros colores. Para artes bicolors, tricomía o cuatricomía, 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 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 (04-08)

4.7.4. Originales a dos colores. A dos colores se pueden 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.

4.7.5. 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 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.

4.7.6. 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.

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

4.7.8. 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.

4.7.9. Para la protección del original, este o estos deben ser entregados en la imprenta debidamente protegidos en 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 cuidadosamente protegidas con sobre o con cartones rígidos para que no se doblen.

4.7.10. Cuando se entrega el 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, papelerías, etc., y también para exposiciones y muestras de ilustradores, talleres de trabajo entre profesionales del diseño y la ilustración, etc.

4.7.11. 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 con "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 reproducción de color, debe explicarse al encargado del fotolito la secuencia de páginas, 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 solicitará 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.